

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNIVERSİTETİNİN ELMİ XƏBƏRLƏRİ

AZERBAIJAN STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS
SCIENTIFIC REVIEWS

ELMİ, RESENZİYALI, RÜBLÜK/ SCIENTIFIC, REFEREED, QUARTERLY

İl: 6, Cild 6, Aprel - İyun 2018
Year 6, Volume 6, April – June 2018

ISSN 2306-8426

MÜNDƏRİCAT - CONTENTS

Dövlətin inzibatchılıq səylərinin vergi potensialına təsirinin Sugeno tipli qeyri-səlis nəticə çıxarma üsulu ilə qiymətləndirilməsindən alınmış nəticələrin müqayisəli təhlili.....A.F.Musayev, Ş.Q.Mədətova, S.S.Rüstəmov

Sosial hədəflərin əsaslandırılması: konseptual yanaşmaƏ.Q.Əlirzayev

Reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi problemləri.....Ş.Ə.Əsgərov

Ölkə iqtisadiyyatı üzrə göstəricilərin modelləşdirilməsi və proqnozlaşdırılması: problemlər və praktiki çətinliklər
.....M.X.Mehdiyev, V.R.Əhmədov, S.N.Hüseynov, F.R.Məmmədov

Mədəniyyətlərarası ünsiyyət: işgüzar aləmdə mədəniyyətlərin fərqliliyindən doğan problemlərin idarə edilməsi.....Ş.Ş.Qəhrəmanova

Milli valyutalarda beynəlxalq ticarətin inkişafı və ehtiyat valyutalar sistemləri.....N.E.Məmmədov

Ali təhsil müəssisələrinin korporativ brendlənməsində brend kimliyinin rolu.....T.S.Süleymanov

İxracın iqtisadi mahiyyəti və artırılması yolları.....G.S.Əzizova

İdarəetmənin informasiya sistemlərinin fəaliyyət xüsusiyyətləri.....
.....G.N.Novruzova

Azərbaycanın nəqliyyat sektoruna investisiya qoyuluşunun səmərəliliyinin yüksəldilməsi istiqamətləri.....Ə.Z.Paşayev

www.unec.edu.az

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)	
İl 6, Cild 6, aprel-iyun 2018	
www.aseu.edu.az	ISSN 2306-8426
Nəşr edən təşkilat:	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)
Baş redaktor:	i.e.d., prof. Ə.C.Muradov
Baş redaktorun müavini	i.e.d., prof. Y.H.Həsənlı
Məsul icraçı:	i.e.n., dos. N.Ö.Hacıyev
Jurnalın adı:	UNEC Elmi Xəbərləri
Jurnalın növü:	Dövri
Dövrülmüyü və Dili:	Rüblük, azərbaycan, ingilis, rus
Hüquqi ünvanı:	AZ 1001, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC), Bakı, Tel: (+994 12) 4927870, Fax: (+994 12) 4925940
Mətbəə:	AZ 1001, Bakı, Azərbaycan Respublikası, İstiqlaliyyət 6, otaq 30, Tel: (+994 12) 4925337; Fax: (+994 12) 4926509
Çap yeri və tarixi:	Bakı, Azərbaycan Respublikası, 25.06. 2018

Redaksiya heyəti	
i.e.d., prof. D.A.Bağirov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. A.Ş.Şəkərlıyev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. T.Ə.Quliyev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. Ə.Q.Əlirzayev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. Q.N.Manafov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. Ə.P.Babayev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. R.R.Quliyev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. S.M.Yaqubov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. M.A.Əhmədov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. S.M.Səbzəliyev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. F.P.Rəhmanov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. H.S.Həsənov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. Z.F.Məmmədov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. T.İ.İmanov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. Y.A.Kəlbiyev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

- Bu jurnal Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının dissertasiyaların əsas nəticələrinin dərc olunmasını tövsiyə etdiyi dövri elmi nəşrlər siyahısındadır.
- This journal is in the list of scientific periodicals of the Higher Attestation Commission under the President of the Republic of Azerbaijan in which the publication of main results of theses is recommended.
- Этот журнал находится в списке научных периодических изданий, в которых Высшей аттестационной комиссией при Президенте Азербайджанской Республики рекомендовано публиковать основные результаты диссертаций.

MÜNDƏRİCAT - CONTENTS	səh./pp
Dövlətin inzibatçılıq səylərinin vergi potensialına təsirinin Sugeno tipli qeyri-səlis nəticə çıxarma üsulu ilə qiymətləndirilməsindən alınmış nəticələrin müqayisəli təhlili.....A.F.Musayev, Ş.Q.Mədətova, S.S.Rüstəmov	5-18
Sosial hədəflərin əsaslandırılması: konseptual yanaşmaƏ.Q.Əlirzayev	19-28
Reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi problemləri....Ş.Ə.Əsgərov	29-38
Ölkə iqtisadiyyatı üzrə göstəricilərin modelləşdirilməsi və proqnozlaşdırılması: problemlər və praktiki çətinliklərM.X.Mehdiyev, V.R.Əhmədov, S.N.Hüseynov, F.R.Məmmədov	39-69
Mədəniyyətlərarası ünsiyyət: işgüzar aləmdə mədəniyyətlərin fərqliliyindən doğan problemlərin idarə edilməsi.....Ş.Ş.Qəhrəmanova	70-80
Milli valyutalarda beynəlxalq ticarətin inkişafı və ehtiyat valyutalar sistemləri.....N.E.Məmmədov	81-87
Ali təhsil müəssisələrinin korporativ brendlənməsində brend kimliyinin rolu.....T.S.Süleymanov	88-94
İxracın iqtisadi mahiyyəti və artırılması yolları.....G.S.Əzizova	95-104
İdarəetmənin informasiya sistemlərinin fəaliyyət xüsusiyyətləri.....G.N.Novruzova	105-116
Azərbaycanın nəqliyyat sektoruna investisiya qoyuluşunun səmərəliliyinin yüksəldilməsi istiqamətləri.....Ə.Z.Paşayev	117-127

Scientific, Refereed, Quarterly	
Azerbaijan State University of Economics (UNEC)	
Year 6, Volume 6, April-June 2018	
www.aseu.az	ISSN 2306-8426
Publisher:	Azerbaijan State University of Economics (UNEC)
Editor-in-chief:	prof., Dr. A.J.Muradov
Deputy editor-in-chief:	prof., Dr. Y.H.Hasanli
Managing Editor:	associate prof., PhD., N.O.Hajiyev
Title Juornal:	Scientific Reviews in Azerbaijan State University of Economics (UNEC)
Type of Journal:	Periodical
Time Period and Language:	Quarterly, Azerbaijani, English, Russian
Directorial Address:	AZ 1001, Baku, Azerbaijan Republic, Istiglaliyyat st. 6, room 424, Tel:(+994 12) 4927870 Fax: (+994) 4 92 59 40
Printing House:	AZ 1001, Baku, Azerbaijan Republic, Istiglaliyyat st. 6, room 30, Tel:(+994 12) 4 92 53 37 Fax: (+994 12) 4 92 65 09
Place and Date of Print:	Baku, Azerbaijan Republic, 25.06. 2018

Editorial Board	
dr., prof. D.A.Baghirov	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. A.Sh.Shakaraliyev	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. T.A.Guliyev	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. A.G.Alirzayev	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. G.N.Manafov	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. A.P.Babayev	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. R.R.Guliyev	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. S.M.Yagubov	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. M.A.Ahmadov	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. S.M.Sabzaliyev	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. F.P. Rahmanov	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. H.S.Hasanov	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. Z.F.Mammadov	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. T.I.Imanov	Azerbaijan State University of Economics
dr., prof. Y.A.Kalbiyev	Azerbaijan State University of Economics

DÖVLƏTİN İNZİBATÇILIQ SƏYLƏRİNİN VERGİ POTENSIALINA TƏSİRİNİN SUGENO TIPLI QEYRİ-SƏLİS NƏTİCƏÇIXARMA ÜSULU İLƏ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNDƏN ALINMIŞ NƏTİCƏLƏRİN MÜQAYİSƏLİ TƏHLİLİ

A.F.Musayev

AMEA-nın müxbir üzvü, i.e.d., professor
İqtisadiyyat İnstitutu, AMEA
Near East University, Nicosia, TRNC
akif.musayev@gmail.com

Ş.Q.Mədətova

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)
shahzada.madatova@unec.edu.az

S.S.Rüstəmov

t.ü.f.d., dos. ADA Universiteti
srustamov@ada.edu.az

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 17 may 2018; Çapa qəbul edilmişdir 29 may 2018;
online-da çap edilmişdir 25 iyun 2018

Received 17 May 2018; accepted 29 May 2018; published online 25 June 2018

Xülasə

Məqalədə dövlətin inzibatçılıq səylərinin vergi potensialına təsirinin Sugeno tipli qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi ilə qiymətləndirilməsi tədqiq edilmişdir. Bunun üçün tədqiq olunan modelin giriş verilənləri ekspert biliyi əsasında müxtəlif mənsubiyyət funksiyaları vasitəsilə fəzəffikasiyalaşdırılmış və təyin olunmuş qaydalar əsasında çıxış funksiyası qiymətləndirilmişdir. Çıxış funksiyasının hesablanması üçün modelə uyğun parametrlər seçilmişdir. Sugeno tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi ilə əldə edilmiş nəticələr Mamdani tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi ilə qiymətləndirilmiş nəticələrlə müqayisə edilmişdir. Tədqiqatın əsas məqsədi vergi inzibatçılığında edilmiş dəyişiklik və əlavələrin vergi potensialına təsirinin qeyri-səlis üsullarla qiymətləndirilməsidir. Tədqiqat işində dövlətin vergi inzibatçılığı sayəsində qəbul etdiyi təkmilləşdirmə xarakterli qərar, proqram, konsepsiya və s.-nin vergi daxil-olmalarına təsirinin Sugeno tipli qeyri-səlis məntiqi çıxarılış üsulu ilə qiymətləndirilməsi həyata keçirilmişdir. Nəticələr əvvəlki tədqiqatlarımızda bu problemin həlli üçün istifadə olunmuş Mamdani tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemiylə alınmış nəticələrlə müqayisə edilmiş və bu problemin həllində Sugeno tipli qeyri-səlis məntiqi çıxarılışdan istifadənin mümkünlüyü əsaslandırılmışdır. Tədqiqatın nəticəsi olaraq: 2013-

cü ildə Vergi inzibatçılığında edilmiş dəyişiklik və əlavələrin vergi potensialına təsirinin ekspert qiymətləndirilməsinə əsasən müxtəlif mənsubiyyət funksiyalarına görə hesablamalar aparılmış və nəticələr təhlil edilmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu qiymətləndirmədə Sugeno tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi ilk dəfə istifadə olunmuşdur. Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Dövlətin vergi inzibatçılığı səylərinin kəmiyyətcə dəqiq qiymətləndirilməsinin mümkün olmaması. Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti: Alınmış nəticələrin vergi gəlirlərinin proqnozlaşdırılmasında istifadə imkanının mümkünlüyü. Tədqiqatın elmi yeniliyi və orijinallığı: Təklif olunan Sugeno tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi vergi sistemində inzibatçılıqda edilmiş dəyişiklik və əlavələrin qiymətləndirilməsində yeni yanaşmadır.

Açar sözlər: vergi inzibatçılığı, Sugeno tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi, mənsubiyyət funksiyaları, defazifikasiya üsulları, *IF – THEN* qaydaları.

Jel classification: E62, C01, C52, R15, K34

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RESULTS OBTAINED FROM THE EVALUATION OF THE IMPACT OF STATE'S ADMINISTRATIVE EFFORTS ON TAX POTENTIAL BY USING SUGENO TYPE FUZZY INFERENCE METHOD

A.F.Musayev

Prof. Dr., Correspondent member of ANAS
The Institute of Economy, ANAS
Near East University, Nicosia, TRNC

Sh.G.Madatova

Azerbaijan State University of Economy (UNEC)

S.S.Rustamov

PHD, The University of ADA

Abstract

The evaluation of the impact of state's administrative efforts on tax potential by using the Sugeno type fuzzy inference method has been investigated in the article. For this purpose, input data of the studied model has been fuzzified by various relation functions on the base of expert knowledge, and output function has been evaluated on the base of the determined rules. In order to calculate the output function, the appropriate parameters has been selected. The results obtained from Sugeno type fuzzy inference method have been compared with the results obtained from Mamdany type fuzzy inference method. The main purpose of the investigation is to evaluate the impact of the changes and amendments made in tax administration

on tax potential by fuzzy methods. In the research work, the evaluation of the impact of the decision, program, conception, etc. of improvement character accepted by the state thanks to tax administration on tax revenues has been realized by the Sugeno type fuzzy method. The results have been compared with the results obtained by the Mamdani type fuzzy inference method used to solve this problem in our previous studies and the possibility of using Sugeno type fuzzy inference method in this problem has been substantiated. As a result of the investigation, calculations have been carried out according to various relation functions based on expert evaluation of the impact of the changes amendments in Tax Administration in 2013 on tax potential and the results have been analyzed. It should be noted that, in this evaluation, Sugeno type fuzzy inference method has been used for the first time. Restrictions of the investigation: Impossibility of evaluating the state's tax administration efforts quantitatively. Practical significance of the investigation: The possibility of using the obtained data to predict tax revenues. Scientific innovation and originality of the investigation: The proposed Sugeno type fuzzy inference method is a new approach to the changes and amendments made in tax administration system.

Key words: tax administration, Sugeno type fuzzy inference method, relation functions, defuzzification methods, IF-THEN rules.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ АДМИНИСТРАТИВНЫХ УСИЛИЙ ГОСУДАРСТВА НА НАЛОГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕТОДОМ НЕЧЕТКОГО ВЫВОДА ТИПА СУГЕНО

А.Ф.Мусаев

д.э.н., проф., член-корреспондент НАНА

Институт экономики, НАНА

Near East University, Nicosia, TRNC

Ш.Г.Мадатова

Азербайджанский государственный экономический университет (UNEC)

С.С.Рустамов

доктор философии по технике, Университет АДА

Резюме

В статье дается оценка влияния административных усилий государства на налоговый потенциал с использованием метода нечеткого вывода типа Сугено. С этой целью исходные данные изучаемой модели фаззифицировались на основе экспертных знаний, с помощью различных функций принадлежности, и оцени-

валась выходная функция, на основе установленных правил. Для вычисления выходной функции выбираются параметры, соответствующие модели. Было проведено сравнение результатов, полученных методом нечеткого вывода типа Сугено, с результатами, полученными методом нечеткого вывода типа Мамдани. Основная цель исследования - оценить влияние изменений и дополнений, внесенных в налоговое администрирование, на налоговый потенциал методом нечеткого вывода. В исследовательской работе была осуществлена оценка влияния принятых государством, в области налогового администрирования, решений, программ, концепций и т.д. на налоговые поступления методом нечеткого вывода типа Сугено. Результаты были сопоставлены с результатами, полученными методом нечеткого метода типа Мамдани, используемым для решения этой проблемы в наших предыдущих исследованиях, и обоснована возможность использования нечеткого вывода типа Сугено в решении этой проблемы. В результате исследования были проведены расчеты по различным функциям принадлежности, на основе экспертной оценки влияния на налоговый потенциал последствий изменений и дополнений в налоговом администрировании, осуществленных в 2013 году, и проведен анализ результата. Следует отметить, что в этой оценке впервые был применен метод нечеткого вывода типа Сугено. Ограничения исследования: невозможность точной количественной оценки усилий налогового администрирования государства. Практическая значимость исследования: возможность использования полученных результатов в прогнозировании налоговых поступлений. Научная новизна и оригинальность исследования: предлагаемый метод нечеткого вывода типа Сугено - это новый подход в оценке изменений и дополнений в налоговом администрировании.

Ключевые слова: налоговое администрирование, метод нечеткого вывода типа Сугено, функции принадлежности, методы дефаззификации, правило *IF – THEN*

Giriş

Vergitutma nəzəriyyəsində iki növ vergi münasibətləri vardır: maddi və təşkilati. Maddi vergi münasibətləri vergi ödəyicisindən dövlətə istiqamətlənən pul vəsaitlərinin hərəkətini əks etdirir, yəni, iqtisadi mənada, bu münasibətlər verginin tutulması və ya ödənilməsini, hüquqi mənada isə vergi öhdəliklərinin yerinə yetirilməsini ifadə edir.

Təşkilati vergi münasibətləri, vergi orqanları sisteminin formalaşması və fəaliyyət göstərməsi, dövlətin vergi fəaliyyəti prosedurlarının təyin edilməsi və tətbiqi (məsələn, vergi xidməti orqanlarının formalaşması, onların səlahiyyətlərinin və fəaliyyət qaydalarının müəyyən edilməsi) ilə əlaqəli olaraq yaranırlar. Bəzi müəlliflər təşkilati vergi münasibətlərini «vergi inzibatçılığı üzrə münasibətlər» adlandırırlar.

Vergi qanunvericiliyi vergi formalarının tətbiqi, ayrı-ayrı vergi növlərinin hesablanması metodikası, vergi güzəştləri, vergi dərəcələri, vergitutma obyektı, vergitutma bazasının müəyyənəşdirilməsi və s. məsələləri əhatə edir. Vergi inzibatçılığına isə vergi ödəyicilərinə xidmət işinin təşkili, səyyar və kameral vergi yoxlamasının həyata keçirilməsi işlərinin təşkili, operativ vergi nəzarəti, təqdim edilməmiş bəyannamələrin və vergi borclarının alınması işlərinin təşkili, vergi orqanlarında kommersiya qurumlarının dövlət qeydiyyatına alınması, POS-terminalların quraşdırılması, vergi orqanlarında hesablanmış və ödənilmiş vəsaitlərin uçotunun aparılması qaydaları və s. aiddir [1].

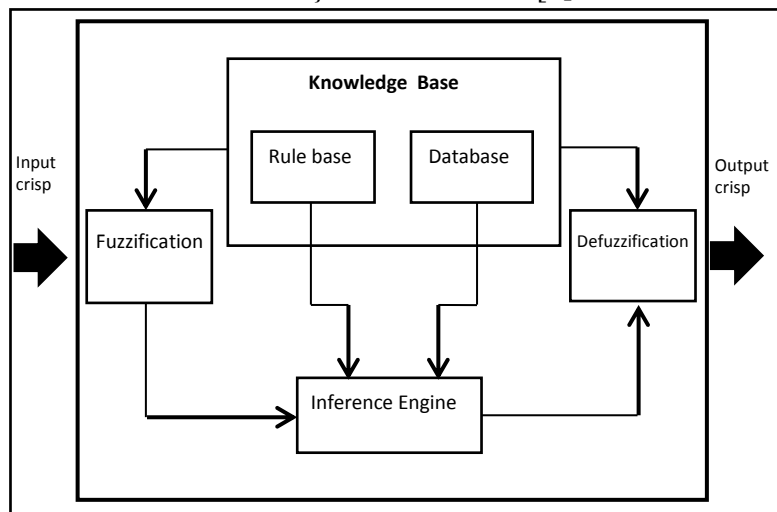
Vergi inzibatçılığı vergi münasibətlərinin dinamik şəkildə inkişaf edən idarə olunması sistemidir. Bu sistem, bazar iqtisadiyyatı şəraitində vergi orqanlarının fəaliyyətini əlaqələndirir. Vergi inzibatçılığı dövlətin vergi siyasətinin həyata keçirilməsini təmin edir. Bu siyasət vergi mexanizmi vasitəsi ilə həyata keçirilir. Vergi mexanizmi vergitutmanın idarə olunmasının təşkilati-hüquqi norma və metodlarının məcmusudur. Vergilərin dövlətin və cəmiyyətin həyatında oynadığı rol vergi siyasəti və vergi mexanizmi vasitəsi ilə özünü büruzə verir. Buna görə də, vergi inzibatçılığının vəzifəsi ölkədə vergi münasibətlərinin idarə olunması sisteminin səmərəliliyinin və təkmilləşdirilməsinin artırılmasından ibarətdir. Səmərəli vergi inzibatçılığı, dünya iqtisadiyyatında böhran vəziyyətinin təsirlərinin minimallaşdırılmasına istiqamətlənmiş tədbirləri maliyyələşdirməyə, uzunmüddətli iqtisadi və sosial məqsədlərə nail olunmasında uğur əldə etməyə imkan verəcək [2,3].

Dayanıqlı iqtisadi inkişafı onun formalaşdırdığı vergi potensialı arasında birbaşa əlaqə mövcuddur. Mükəmməl vergi qanunvericiliyi, inzibatçılığı, əhalinin iqtisadi və vergilər haqqındakı bilik səviyyəsi və s. kimi faktorların da bu asılılığa ciddi təsiri vardır. Ona görə də vergitutmanın optimallaşdırılması nöqtəyi-nəzərindən əsas məqsəd iqtisadiyyatın vergi yükünün artırılması deyil, iqtisadi sistemin formalaşdırdığı vergi potensialının düzgün qiymətləndirilməsi və onun yığıcı səviyyəsinin maksimallaşdırılması olmalıdır [4-6].

Tədqiqat işində vergi inzibatçılığında aparılan dəyişikliklər və vergi inzibatçılığının vergi potensialına, ümumilikdə isə ölkə iqtisadiyyatına təsirinin qiymətləndirilməsi üçün Sugeno tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemindən istifadə olunub. Tədqiq olunan modelin giriş verilənləri ekspert biliyi əsasında müxtəlif mənsubiyyət funksiyaları vasitəsilə fəzailəşdirilmiş və təyin olunmuş qaydalar əsasında çıxış funksiyası qiymətləndirilmişdir. Çıxış funksiyasının hesablanması üçün modelə uyğun parametrlər seçilmişdir. Sugeno tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi ilə əldə edilmiş nəticələr Mamdani tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi ilə qiymətləndirilmiş nəticələrlə müqayisə edilmişdir.

1. Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi

Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi (Fuzzy Inference System) (QSNS) tədqiq olunan prosesin idarə edilməsi üçün sistemin qurulmasında ekspertin bilik və təcrübəsindən istifadəni nəzərdə tutur. Bu prosesin giriş və çıxış verilənləri arasında əlaqə IF-THEN qaydaları ilə ifadə olunur. Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış modelində əsas iki tip informasiya emal edilir. Birincisi, giriş və çıxış dəyişənlərinin mənsubiyyət funksiyaları təyin edilir. Modelin qurulmasında bu funksiyaların dəqiq seçilməsi ən kritik mərhələlərdən biridir. İkinci tip informasiya qeyri-səlis giriş verilənlərdən qeyri-səlis çıxış verilənləri emal edən qayda əsaslı informasiya ilə bağlıdır. QSNS ümumi olaraq 3 blokdan ibarətdir [7]. Birincisi, fuzzifikasiya, yəni ekspert biliyi əsasında səlis (crisp) qiymətli giriş verilənlərinin mənsubiyyət funksiyaları vasitəsilə qeyri-səlis verilənlərə çevrilməsidir. İkinci blok məntiqi çıxarılış bloku olub qeyri-səlis qaydalar istifadə etməklə giriş verilənlərdən çıxışın qeyri-səlis çoxluğa mənsubiyyət dərəcəsinin qiymətləndirilməsi məsələsidir. Sonda defuzzifikasiya blokunda qeyri-səlis çıxış səlis qiymətə çevrilir. Məntiqi çıxarılış bloku QSNS-in əsas blokudur və idarəetmə strategiyasını əldə etmək üçün təqribi məntiqi çıxarılış yerinə yetirərək insanın qərar-qəbul etməsinə oxşar proses istehsal edir. Məntiqi çıxarılış mərhələsi qeyri-səlis qiymətlərin məntiqi çıxarılış qaydaları ilə aktivləşdirilməsi və fəzzi çıxış qiymətinin hesablanması həyata keçirir. “Fəzzi ekspert sistem”-in ümumi strukturu şəkil 1-də verilib [8].



Şəkil 1. Qeyri-səlis ekspert sistemin ümumi strukturu

Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış modelində mühakimə prosesi *IF – THEN* qaydaları ilə həyata keçirilir ki, bu da ekspert biliyinə əsaslanır. Ekspertlər biliyi fəzzi idarəetmə sisteminə daxil edilir və bir neçə qaydanın qrupu kimi təsvir edilir:

“Əgər $x - A - dırsa, onda Y - B - dir$ ” və ya daha ümumi olaraq “Əgər $X_1 - A_1 - dırsə$ ” və ... və “ $X_n - A_n - dırsə, onda Y - B - dir$ ”.

Burada A, A_n, B fazzi çoxluqlardır. Biliklər bazası (*knowledge base*) şərt və nəticələrlə məsələnin oblastına aid olan ümumi bilikləri əhatə edir.

Geniş istifadə olunan fazzi məntiqi çıxarılış üsulu Mamdani tərəfindən təqdim edilmişdir. Amma Mamdani tipli QSNS-də qaydaların sayı şərt hissəsindəki dəyişənlərin sayına görə böyüyür. Qaydaların sayı artdıqca qaydaların birləşdirilməsi daha ağır yüklü olur və bəzən bütün şərt və nəticələrin arasında əlaqələrin əhatə edilməsi çətinləşir.

Sugeno Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi 1985-ci ildə M. Sugeno tərəfindən təqdim olunmuşdur və ilk iki mərhələsi Mamdani metodu ilə eynidir. Bu mərhələlər: giriş verilənlərin fuzzifikasiyalaşdırılması və qeyri-səlis operatorun tətbiqidir. Mamdani və Sugeno üsulları arasında əsas fərq Sugeno çıxış mənsubiyyət funksiyasının xətti və ya sabit olmasıdır. Mamdani-tipli məntiqi çıxarılış üsulunda kəsilməz funksiyanın formalaşdırdığı iki ölçülü sahənin ağırlıq mərkəzini tapmaq tələb olunur və bu proses hesablama cəhətindən effektiv hesab edilmir. Sugeno tipli metodun isə fazzi girişi və girişlərin xətti kombinasiyası olan səlis çıxışı var ki, bu da hesablama baxımından effektivdir. Sugeno üsulu verilmiş giriş-çıkış verilənlər çoxluğundan fazzi qaydalar hasil edən sistematik yaxınlaşmadır [9].

Sugeno qeyri-səlis modeldə qeyri-səlis qayda aşağıdakı kimi təyin olunur:

$$\text{Əgər } x - A - \text{dırsa və } y - B - \text{dırsa, onda } z = f(x, y)$$

Burada A və B *IF – THEN* qaydasının şərtində olan fazzi çoxluqlar, $z = f(x, y)$ isə qaydanın nəticəsini (consequent) ifadə edən səlis (crsip) funksiyasıdır. Bir çox məsələlərdə $f(x, y)$ funksiyası x və y giriş dəyişənlərin polinomial şəklində ifadə olunur. Əgər $f(x, y)$ birtərtibli polinomial olarsa, qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi (fuzzy inference system) birinci tərtib Sugeno qeyri-səlis məntiqi çıxarılış modeli adlanır, məs: $z = ax + by + c$. Əgər f sabitdirsə, model sıfır-tərtib Sugeno qeyri-səlis məntiqi çıxarılış modeli adlanır ($a = b = 0$) və bu Mamdani qeyri-səlis məntiqi çıxarılış modelinin xüsusi halıdır. Burada hər bir qaydanın nəticəsi qeyri-səlis singletonla təyin olunur. Qeyd edək ki, Matlab proqramında Mamdani modelini sıfır-tərtibli Sugeno modelinə çevirmək üçün xüsusi *mam2sug* funksiyası işlənmişdir.

Hər bir z_i qaydanın çıxışı w_i çəkisi ilə gücləndirilir. Məsələn, birinci girişi x və ikinci girişi y olan *AND* qaydası üçün çəki funksiyası aşağıdakı kimi təyin olunur:

$$w_i = \text{And Method } (F_1(x), F_2(y))$$

Burada $F_1(x)$ və $F_2(y)$ birinci və ikinci giriş verilənləri üçün mənsubiyyət funksiyalarıdır. Sistemin yekun çıxışı bütün qaydaların ağırlıq ortası olaraq aşağıdakı düsturla hesablanır: [7]

$$\text{Yekun çıxış} = \frac{\sum_{i=1}^N w_i z_i}{\sum_{i=1}^N w_i}, \quad (1)$$

Burada N qaydaların sayıdır.

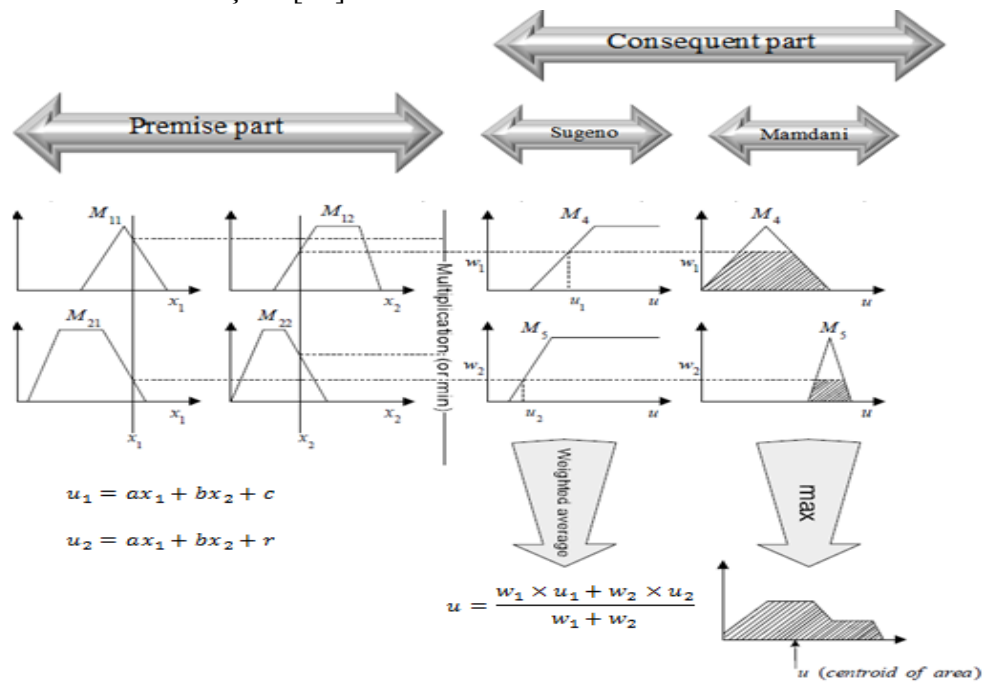
Sugeno medeli Mamdani sisteminə nəzərən daha yığcam ifadə olunur və hesablama cəhətdən əlverişlidir. Ona görə bu modeldən fuzzy modellərin qurulmasında adaptiv metod kimi istifadə olunur. Belə adaptiv üsullar mənsubiyyət funksiyasını xüsusişdirməklə fuzzy sistemini verilənlərə uyğunlaşdırmağa imkan verir.

Bu iki model arasında aşağıdakı fərqləri qeyd edək.

Sugeno modelin əsas üstünlükləri hesablama cəhətdən effektiv olması, xətti modellərdə müvəffəqiyyətlə tətbiq olunması, adaptiv üsullarda və onların optimallaşdırılmasında istifadə olunması, çıxış fəzasının kəsilməzliyinə zəmanət verməsi, həmçinin riyazi təhlili üçün əlverişli olmasıdır.

Mamdani üsulunun əsas üstünlükləri isə intuitiv olması, geniş kütlə tərəfindən qəbul edilməsi və ekspert biliyindən daha çox istifadə etməsidir.

Şəkil 2-də müqayisə üçün iki girişi olan 2 növ qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemi təsvir olunmuşdur [10].



Şəkil 2. Mamdani və Sugeno tipli qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sistemlərinin ümumi sxemi

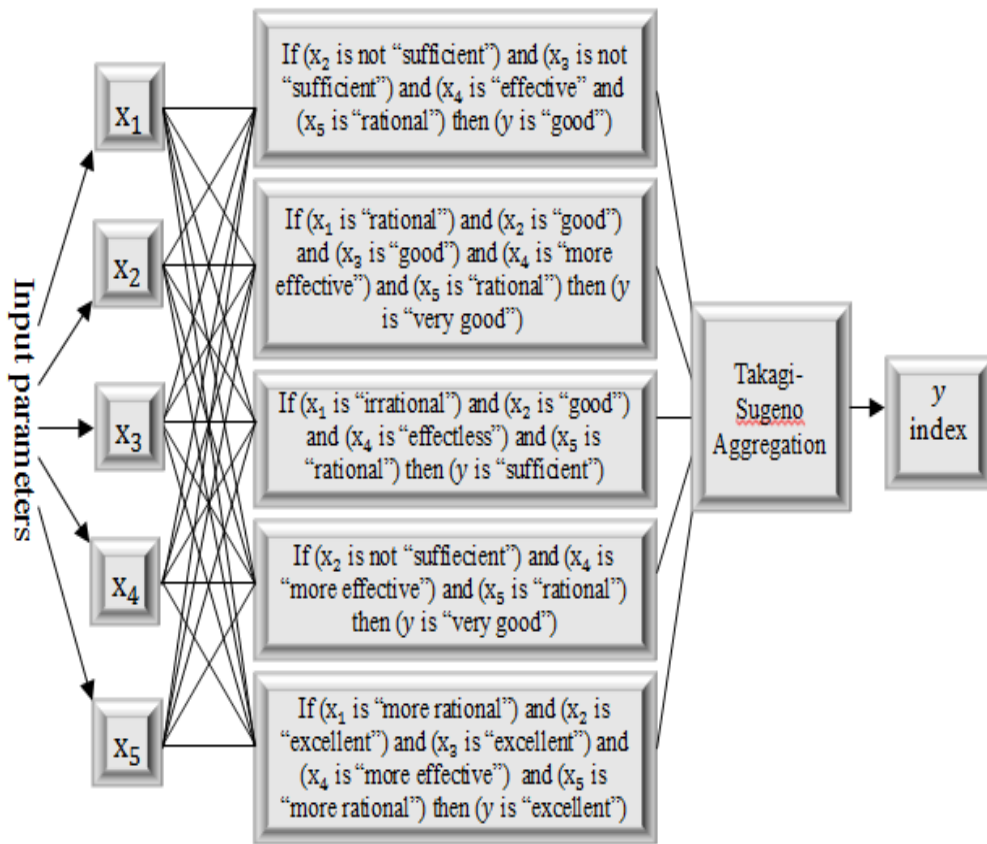
3. Sugeno tipli qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sisteminin tətbiqi

Vergi inzibatçılığında edilmiş dəyişikliklər və onların vergi potensialına təsiri 20 müxtəlif iqtisadçı ekspert tərəfindən 0-100 ballıq şkala üzrə qiymətləndirilmişdir. Sistemin giriş verilənlərini əldə etmək üçün ilk növbədə çəki əmsalları qiymətləndirilmiş, onlar rəqəmlərə vurulmuş və daha sonra hər bir giriş veriləni üçün orta qiymət tapılmışdır. Vergi inzibatçılığında edilmiş dəyişikliklər və əlavələrin vergi potensialına təsirini y ilə göstərək (Cədvəl 1).

Cədvəl 1. Vergi inzibatçılığında vergi istlahatının ekspert qiymətləndirilməsinin orta qiyməti

İşarə	Vergi inzibatçılığında edilmiş dəyişikliklər	Orta qiymət
x_1	2, 11 və 12 sayılı Ərazi Vergilər İdarələrinin bazasında Departamentlər yaradılmışdır	9,85
x_2	“ASAN” imzanın tətbiqi	59,4
x_3	“MOBİL” imzanın tətbiqi	59,4
x_4	Elektron Auditin tətbiqinə başlanılması	58,9
x_5	Vergi ödəyicilərinə xidmətlərin vahid standartlarının tətbiqi	49,6

Vergi inzibatçılığında edilmiş dəyişikliklər və əlavələrin vergi potensialına təsirinin qiymətləndirilməsi üçün ekspertlər tərəfindən 5 qayda müəyyən olunmuşdur (Şəkil 3).



Şəkil 3. Qeyri-səlis ekspert sisteminin quruluşu

QSNS-nin ilkin mərhələsi giriş dəyişənlərinin və onların mənsubiyyət funksiyalarının müəyyən edilməsidir. x_1 giriş dəyişənləri yeni bir bölmə yaratdıqları üçün x_2 ASAN imzasının tətbiqi, x_3 MOBİL imzanın tətbiqi, x_4 elektron auditin tətbiqi,

x_5 sistemdə vahid standartın tətbiqidir. Növbəti mərhələdə giriş verilənlərini fuzzifikasiyalasdırmaq üçün mənsubiyyət funksiyaları, bu funksiyaların uyğun parametrləri və linqvistik dəyişənlər ekspertlər tərəfindən təyin edilmişdir (cədvəl 2). Dəyişənləri və mənsubiyyət funksiyalarını müəyyən etdikdən sonra *IF – THEN* qeyri-səlis qaydaları müəyyən olunur. Bu qaydaların müəyyən olunması qeyri-səlis operatorları vasitəsilə fuzzifikasiyalasdırılmış giriş verilənlərinin müxtəlif birləşmələrindən asılıdır [11-14]. Biz bu problem üçün 5 *IF – THEN* qaydasını təyin edirik, burada, y sistemin çıxış qiymətidir.

Giriş verilənləri	Linqvistik dəyişənlər			Mənsubiyyət funksiyaları
x_1	“irrational” $a = -39,7$ $b = 0,27$ $c = 35,3$	“rational” $a = 10$ $b = 50$ $c = 90$	“more rational” $a = 60$ $b = 100$ $c = 140$	Triangle MF $f(x; a, b, c) = \begin{cases} 0, & x \leq a \\ \frac{x-a}{b-a}, & a \leq x \leq b \\ \frac{b-x}{c-b}, & b \leq x \leq c \\ 0, & c \leq x \end{cases}$
x_2	“sufficient” $a = -36$ $b = -4$ $c = 12,57$ $d = 36$	“good” $a = 14$ $b = 37,7$ $c = 50,9$ $d = 86$	“excellent” $a = 64$ $b = 88,5$ $c = 104$ $d = 136$	Trapezoid MF $f(x; a, b, c, d) = \begin{cases} 0, & x \leq a \\ \frac{x-a}{b-a}, & a \leq x \leq b \\ 1, & b \leq x \leq c \\ \frac{d-x}{d-c}, & c \leq x \leq d \\ 0, & d \leq x \end{cases}$
x_3	“sufficient” $a = -36$ $b = -4$ $c = 13,62$ $d = 36$	“good” $a = 14$ $b = 47$ $c = 62,8$ $d = 86$	“excellent” $a = 64$ $b = 89,6$ $c = 104$ $d = 136$	Trapezoid MF $f(x; a, b, c, d) = \begin{cases} 0, & x \leq a \\ \frac{x-a}{b-a}, & a \leq x \leq b \\ 1, & b \leq x \leq c \\ \frac{d-x}{d-c}, & c \leq x \leq d \\ 0, & d \leq x \end{cases}$
x_4	“effect less” $\sigma_1 = 10,4$ $c_1 = -7,5$ $\sigma_2 = 65,9$ $c_2 = 0,916$	“effective” $\sigma_1 = 12,2$ $c_1 = 41,1$ $\sigma_2 = 12,1$ $c_2 = 58,9$	“more effective” $\sigma_1 = 17,75$ $c_1 = 99,6$ $\sigma_2 = 136$ $c_2 = 104$	Gaussian-2 MF $f(x; \sigma, c) = e^{-\frac{(x-c)^2}{2\sigma^2}},$
x_5	“irrational” $a = 0,2$ $b = 2,5$ $c = 0$	“rational” $a = 0,2$ $b = 2,5$ $c = 0,5$	“more rational” $a = 0,2$ $b = 2,5$ $c = 1$	Bell-shaped MF $f(x; a, b, c) = \frac{1}{1 + \left \frac{x-c}{a} \right ^{2b}},$

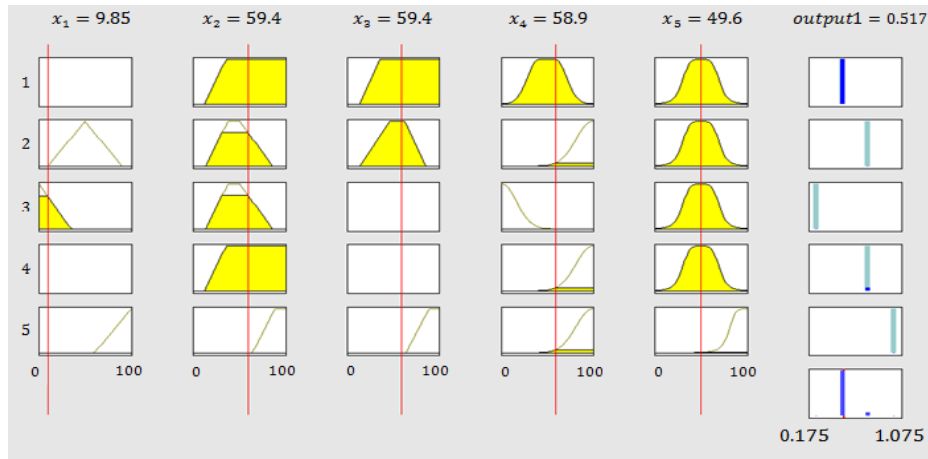
Cədvəl 2. Giriş verilənlərin mənsubiyyət funksiyaları və onların uyğun parametrləri

Girişlər fuzzifikasiyaşdırıldıqdan sonra, əvvəl gələnin hər bir hissəsi hər bir qayda ilə uyğun olur. Müəyyən bir qaydanın əvvəl gələn hissəsi birdən çoxdursa, qeyri-səlis operator bu qayda üçün əvvəlcədən müəyyən edilmiş nəticəni əks etdirən bir ədədi əldə etmək üçün tətbiq olunur [7]. Bu ədəd sonra çıxış funksiyasına tətbiq edilir. Qeyri-səlis operatora giriş fuzzifikasiyaşdırılmış giriş dəyişənlərindən iki və ya daha çox mənsubiyyət dəyəridir. Çıxış vahid həqiqi qiymətdir. Sistemimizdə “AND” və ehtimal “OR” operatorlarından istifadə etdik. Ehtimal “OR” operatoru aşağıdakı kimi müəyyən edilir:

$$probor(a, b) = a + b - ab$$

Sugeno tipli qeyri-səlis çıxış sistemi üçün 4 linqvistik dəyişən müəyyən edilmişdir (*əla* – z_1 , *çox yaxşı* – z_2 , *yaxşı* – z_3 , *kafi* – z_4).

Təcrübədə çıxış funksiyası kimi sabit funksiya $z_1 = 1$, $z_2 = 0.75$, $z_3 = 0.5$, $z_4 = 0.25$ parametrləri ilə istifadə olunmuşdur. Sistemin çıxışı (1) düsturu ilə hesablanır və nəticədə 51.7 alınır (şəkil 4).



Şəkil 4. Qeyri-səlis ekspert sisteminin quruluşu

Başqa bir eksperiment kimi, aşağıdakı əmsalları olan xətti funksiyalar sistemin çıxışı kimi götürülür:

$$z_1 = 0.1x_1 + 0.5x_2 + 0.2x_3 + 0.5x_4 + 1$$

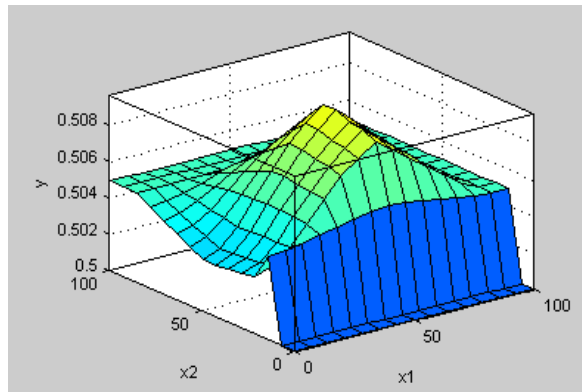
$$z_2 = 0.1x_1 + 0.4x_3 + 0.3x_4 + 0.2x_5 + 0.5$$

$$z_3 = 0.1x_1 + 0.4x_3 + 0.3x_4 + 0.2x_5 + 0.5$$

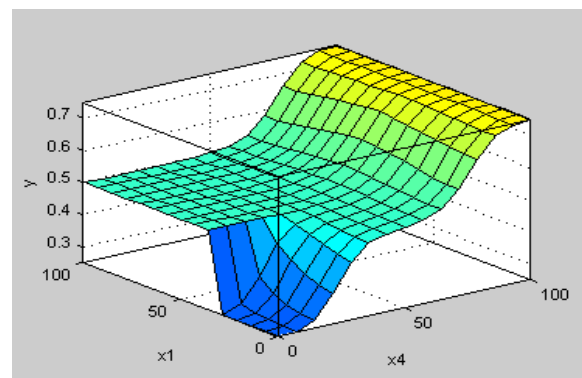
$$z_4 = 0.1x_1 + 0.5x_2 + 0.3x_3 + 0.2x_4 + 0.3x_5 + 0.25$$

Bu təcrübədə sistemin çıxışı $y = 56.3$ olur. Bu qiymət funksiyaların digər parametrləri üçün fərqli olur. Bu səbəbdən, ekspert biliyinə əsasən daha effektiv parametrlər giriş və çıxış verilənlərinin adaptiv öyrənilməsinə tələb edir.

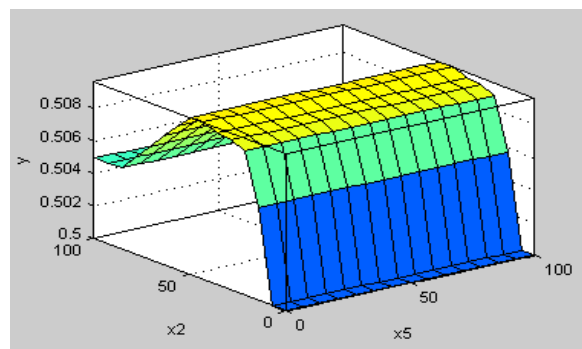
Şəkil 5-7-də verilən giriş dəyişənlərindən asılı olan vergi potensialının inzibətçilik istlahatlarının qiymətləndirilməsinin səthləri vardır.



Şəkil 5. Vergi inzibatçılıq islahatlarının x_2 və x_1 -dən asılı olan vergi potensialına təsirinin qiymətləndirilməsinin səthi



Şəkil 6. Vergi inzibatçılıq islahatlarının x_1 və x_4 -dən asılı olan vergi potensialına təsirinin qiymətləndirilməsinin səthi



Şəkil 7. Vergi inzibatçılıq islahatlarının x_3 və x_4 -dən asılı olan vergi potensialına təsirinin qiymətləndirilməsinin səthi

Nəticə

Məqalədə vergi potensialına dövlət inzibatçılıq söylərinin təsirini öyrənmək üçün Sugeno tipli Qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sisteminin tətbiqinin mümkünlüyü araşdırılır. Nümunə kimi 2013-cü ildə Azərbaycan Respublikasının vergi qanunvericiliyində edilmiş dəyişiklik və əlavələr və onların vergi potensialına təsiri qiymətləndirilmişdir. Sistemin giriş verilənləri kimi, vergi inzibatçılığında edilmiş dəyişikliklər götürülmüşdür və bu verilənlər üçbucaq, trapesiya, Gaussian və Bel mənsubiyyət funksiyalarından istifadə edərək fəzəfikasiyalaşdırılmışdır. Mənsubiyyət funksiyalarının parametrləri qeyri-səlis linqvistik dəyişənlər üçün qiymətləndirilmişdir.

5 ekspert tərəfindən müəyyən edilmiş *IF – THEN* qaydaları Sugeno tipli qeyri-səlis çıxış sistemində istifadə edilmişdir. Sistem çıxışı kimi sabit və xətti funksiyalar istifadə edilmişdir. Tədqiq edilən problem üçün Matlab proqram paketində Sugeno tipli qeyri-səlis çıxış üsulu həyata keçirilmişdir. Nəticələrə görə, 51.7 dəyəri sabit çıxış funksiyasından istifadə edərək qeyri-səlis məntiqi çıxarılış sisteminin çıxışında əldə edilmişdir ki, bu da Mamdani tipli qeyri-səlis idarəetmə sisteminin nəticələrinə oxşardır [15, 16]. Sugeno tipli qeyri-səlis çıxış sistemi üçün xətti çıxış funksiyasından istifadə edərək nümunəvi bir sınaq aparılmışdır. Bu halda, sistem parametrlərinin daha effektiv birləşməsinə tapmaq üçün giriş və çıxış verilənlərinin əsasında ekspert biliyi və ya adaptiv təlimdən istifadə etmək lazımdır.

Ədəbiyyat

1. Tax reforms in EU Member States, Tax policy challenges for economic growth and fiscal sustainability. EUROPEAN ECONOMY 008/2015
2. Jean-François Brun, Maïmouna Diakite. Tax Potential and Tax Effort: An Empirical Estimation for Non-resource Tax Revenue and VAT's Revenue. 2016.10.
3. Slobodchikov D.N. (2010) Dissertation. Tax potential in the system of inter-budgetary relations.(Code, HAC- 08.00.10).
4. Musayev A.F., Tax potential and its assessment methods", Tax magazine of Azerbaijan N5(119)/2014.
5. Musayev A.F. (2014) Innovation economics and tax stimulation. Baku. "The University of Azerbaijan", pp.184.
6. Musayev A. Gahramanov A. (2011) Introduction to Econometrics. Baku. "The University of Azerbaijan", pp.173
7. Mathwork. Fuzzy Inference Process. <http://www.mathworks.com/>
8. Fausto Cavallaro. A Takagi-Sugeno Fuzzy Inference System for Developing a Sustainability Index of Biomass. Sustainability 2015, 7.
9. Alshalaa A. Shleeg, Issmail M. Ellabib. Comparison of Mamdani and Sugeno Fuzzy Interference Systems for the Breast Cancer Risk. World Academy of

- Science, Engineering and Technology. International Journal of Computer, Electrical, Automation, Control and Information Engineering Vol:7, No:10, 2013
10. Kamyar Mehran. Takagi-Sugeno Fuzzy Modeling for Process Control. Industrial Automation, Robotics and Artificial Intelligence. 2008
 11. Sugeno M., Industrial applications of fuzzy control, Elsevier Science Pub. Co., 1985
 12. J. Yen and R. Langari, Fuzzy Logic. Pearson Education, 2004
 13. T. J. Ross, Fuzzy Logic with Engineering Applications. John Wiley and sons, 2010
 14. G. Koop. Analysis of Economic Data. Wiley, Chichester, 2000
 15. A. Musayev, Sh. Madatova, S.Rustamov. *Evaluation of the impact of the tax legislation reforms on the tax potential by fuzzy inference method*. Procedia Computer Science. Elsevier. Volume 102, 2016, Pages 507–514.
 16. Akif Musayev, Shahzade Madatova, Samir Rustamov. *Mamdani-Type Fuzzy Inference System for Evaluation of Tax Potential*. WConSC-2016. Proceedings of the 6th World Conference on Soft Computing. Berkeley, Ca, USA, 2016.

SOSIAL HƏDƏFLƏRİN ƏSASLANDIRILMASI: KONSEPTUAL YANAŞMA

Ə.Q. Əlirzayev

i.e.d., prof., əməkdar elm xadimi,
Avropa Təbiət Elmləri Akademiyasının akademiki,
“Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi”
kafedrasının müdiri, UNEC
email: kafedra-ssi@mail.ru
əlaqə telefonu (012 564 38 92; 050 320 72 27)

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 11 may 2018; Çapa qəbul edilmişdir 30 may
2018; online-da çap edilmişdir 25 iyun 2018
Received 11 May 2018; accepted 30 May 2018; published online 25 June 2018

Xülasə

Məqalədə sosial hədəflərin iqtisadi inkişafda rolu, onun əsaslandırılmasının nəzəri və metodoloji aspektləri tədqiq olunur. Sosial hədəflər məqsəd və resurs təminatı baxımından inkişaf strategiyasına uyğun təsnifatlaşdırılır. Məqalədə maddi rifah, sosial müdafiə, sosial təminat istiqamətlərində hədəflərin qiymətləndirilməsi və ölçülməsi metodları verilir. Sosial hədəflərin tədqiqi kompleks, sistemli və məqsədli proqram metodlarına əsaslanır.

Açar sözlər: konseptual yanaşma, potensial yanaşma, davamlı inkişaf, sosial müdafiə, sosial təminat, sosial proqnozlar.

Jel classification: I0, O29

CONCEPTUAL APPROACH TO THE SUBSTANTIATION OF SOCIAL GOALS

A.G.Əlirzayev

Dr., prof. Honored scientist,
Academic of European Academy of Natural Sciences,
Head of the department of Economy and management of social sphere, UNEC

Abstract

The article explores the role of social goals in economic development and the theoretical and methodological aspects of its substantiation. Social goals are classified in accordance with the development strategy with respect to objectives and resources. Methods of measurement and assessment of goals are given in the article in the direction of economic welfare, social protection and social security.

The research of social goals is based on complex, systematic and targeted program methods.

Keywords: conceptual approach, potential approach, long-term development, social protection, social security, social forecast

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ОБОСНОВАНИЮ СОЦИАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ

А.Г. Алирзаев

д.э.н., проф., засл. деятель науки,
акад. Европейской академии естественных наук,
зав. кафедрой «Экономика и управление социальной сферы», UNEC

Резюме

В статье рассматривается роль социальных целей в экономическом развитии, теоретические и методологические аспекты его обоснования. Социальные цели классифицируются в соответствии со стратегией развития с точки зрения цели и обеспеченности ресурсами. В статье даны методы оценки и измерения материального благосостояния, социальной защиты и социального обеспечения. Изучение социальных целей основано на комплексных, системных и целевых программных методах.

Ключевые слова: концептуальный подход, потенциальный подход, устойчивое развитие, социальная защита, социальное обеспечение, социальные прогнозы.

Azərbaycan iqtisadiyyatının müasir vəziyyəti, gələcəyə baxış konsepsiyası və dünya iqtisadi sistemə inteqrasiya məqsədləri sosial yönümlü siyasətin əsas konturlarını, onun təşkilati aspektlərinin tədqiqini tələb edir. Sosial hədəflər öz mahiyyəti, rolu və formalaşması baxımından insan fəaliyyəti, həyat tərzı və davranış modeli ilə əlaqəlidir.

Sosial inkişafa dair çoxlu araşdırmalar və proqnozlar vardır. Bir qrup alimlər sosial inkişafa ancaq maddi rifah kimi baxırlar. Digər qrup alimlər sosial inkişafa insan amili kimi baxırlar. Biz isə sosial inkişafa həyat fəaliyyəti kimi baxırıq. Son illərdə Azərbaycan iqtisadiyyatında ciddi struktur dəyişmələr baş verib. Büdcə və sosial müdafiə sistemi təkmilləşib. Sosial müdafiənin əsas istiqamətləri aşağıdakılardır:

- pensiya təminatı;
- sığorta sistemi;
- güzəştli sosial yardımlar.

Sosial inkişaf sahə, ərazi və əhali problemi ilə bağlıdır.

İdxala məhdudiyyət prinsipləri iqtisadi mexanizmlər və sosial meyarlar üzərində qurulmalıdır. Bəzi məhsul və xidmətlərin gətirilməsi və keyfiyyətə üstün olması marağı yerli sahibkarların stimullaşmasına və səmərəli təşkilati quruluşa səbəb olur.

İdxal və ixrac potensialının istifadəsi ölkədə xarici valyuta və milli pulun emissiyasına, onun dəyərinə və yığım vəsaiti kimi formalaşmasına təsir edir. İdxalın və ixracın strukturu bir sıra nisbətlər və meyarlar baxımından tənzimlənir. Daha çox hazır məhsul ixracı məşğulluğa və daxili bazarda həmin məhsulun təklifinə təsir edir. Emal müəssisəsinin genişlənməsi, innovasiya və istehsal texnologiyalarının tətbiqinə səbəb olur. İxracın strukturunda idxalın özünün təsirini nəzərə almaq məhsul istehsalına səbəb olursa, onda gəlir və xərc dinamikasında idxalın ixrac amili kimi stimullaşmasına yer verilir.

Sahələr və ərazilərin səmərəli təşkili və artım tempi, onların ixrac və idxal potensialının formalaşmasında rolu ilə müəyyənləşir. Hər bir sahənin son məhsulunun dəyəri, onun idxal və yerli istehsal xərcləri ilə dəyərinin qiymətləndirilməsində istifadə olunur. Maddi və maliyyə axını və təsiri baxımından hər bir məhsulun dəyərinin formalaşmasında aralıq xərclər və sonrakı xərclər qiymətləndirilir. Vahid meyar olaraq, ixrac və idxal hər məhsula və sahənin ümumi səmərəsinə təsir gücü ilə qiymətləndirilir. Gəlirlər, xərclər və tələbat sistemi iqtisadi və sosial hədəflərin təşkili və planlaşması amilləri olaraq idarə olunur.

Gəlirlər və xərclər makro və mikrosəviyyəli sosial və fərdi xüsusiyyətlərə görə formalaşır, dinamizm və mənbələr kəsb etməklə müasir şəraitdə siyasi və iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir. Gəlirlərin artırılmasına yönəldilən siyasət, stimullar və texnologiyalar kəsb etməklə alternativ texnologiyalar, idarəetmə mexanizmləri və sosial tədbirlər kəsb edir. Gəlirlərin maksimallaşdırılması faydalılıq meyarı ilə qiymətləndirilir. Hər bir gəlir vektoruna uyğun müxtəlif fazada formalaşan faydalılıq kriteriyaları mövcud olur. Dövlət gəlirləri, əhali gəlirləri və sosial-demoqrafik qruplar üzrə gəlirlərin formalaşmasında əlaqə və ədalətli bölgü sistemi olmalıdır. Dövlət gəlirlərinin artması ilə əhali gəlirləri arasında elastiklik əmsalı optimal ölçüdə müəyyənləşməlidir. Əhəlinin payı arasında sosial fərqlər minimum tələbat və real bazar qiymətlərinə uyğun tənzimləmə siyasəti və mexanizmləri ilə əsaslandırılmalıdır. Gəlirlərin dinamikası minimal təminat səviyyəsi və iqtisadi artımla uyğun tənzimlənməlidir.

Əhali gəlirləri arasında orta təminat səviyyəsinə yaxınlaşma meyli və nisbətləri yoxsulluq və varlılıq səviyyələri arasında bərabər dəyişməlidir. Əhəlinin gəlir səviyyəsinə görə orta təbəqə faizi daim saxlanılmalıdır. Gəlirlərin yüksəldilməsi yolları iqtisadi islahatlar, məşğulluq, istehsal və xidmətin səmərəsinin yüksəldilməsi, dövlət gəlirlərinin əlverişli bölgüsü yolu ilə mümkündür. Gəlirlərin yüksəldilməsi yolu olaraq iqtisadi artım, investisiyanın səmərəli istifadəsi və prioritet istiqamət-

lərdə əhali rifahının yüksəldilməsinə yönəldilən tədbirlər əsas rol oynayır. Müasir iqtisadi və sosial rifah problemləri arasında əlaqə mexanizmləri və tənzimləmə tədbirləri sferasında gəlirlərlə yanaşı, istehlak və xərc strukturunu tənzimləmək keyfiyyət baxımından islahatların həlledici rolunu açır. Məhdud resurslar, sosial təminat xərclərin strukturundan daha çox mənəvi dəyərlərin yuxarı olmasını tələb edir. İstehlak strukturunun təkmilləşməsi real gəlirləri, istehlak səbətini formalaşdırır. Ən vacib məhsulların istehlak dəyərini, keyfiyyətini və təklifini artırmaq, bazarda bütün əhali qrupları üçün istehlak imkanları şəraitini yaxşılatmaq vacibdir.

İstehlak davranışı bir sıra iqtisadi və sosial amillərdən asılıdır. İstehlak davranışının standartlaşması da prinsipcə metodiki baxımdan düz deyil. Amma onun strukturu istehsal və bölgü sisteminin nəticəsi olaraq siyasətin mexanizmi kimi qəbul olunmalıdır. İstehlaka təsir edən amillər olaraq, adambaşına düşən məcmu gəlir, onun formalaşma mənbələri və gəlirin forması əsas yer tutmaqla, bazar təklifi, əmtəə və xidmət strukturu onların qiyməti və istehlak xarakteristikası kimi əsas rol oynayır. Bazara nüfuz etməklə tələbatın formalaşmasına təsir edilir. Gəlir, xərc və istehlak arasında dəyişmə meyillərini və təsirlərini qiymətləndirməklə, uzunmüddətli idarəetmə sistemi yaratmaq olar. Bu sistemin məntiqi və funksional əlaqəsi hədəflər və resurslardan istifadə etmək mexanizmini yaradır. Ölkənin islahatlar proqramının həyata keçirilməsi son hədəfə yönəltmək məqsədli, proqram xarakterli tədbirlərin dövlət proqramına çevrilməsi və onun reallaşması zamanı əldə olunan nəticələrin qiymətləndirilməsi yolu ilə mümkündür. Tələbat sistemi çoxşaxəli göstəricilər, sosial qütbləşmə kimi milli xüsusiyyətləri nəzərə almaqla formalaşır.

Tələbatın formalaşması perspektiv hədəflərin formalaşması ilə mümkündür. Uzunmüddətli investisiyalar, innovasiya yüklü struktur dəyişmələr və istehlak davranışına təsir edən amillərin təşkili və idarə edilməsi strateji planlaşma obyektidir. Tələbat sisteminin təşkili onun idarə edilməsi metodlarını, meyar və dəyişmə dinamikasını nəzərə almaqla reallaşdırılır. Təşkilati quruluş olaraq tələbat sistemi istehsal, bazar tələbi və tədiyə qabiliyyəti proseslərinin tənzimlənməsi ilə həyata keçirilir. Tədiyə qabiliyyəti hər bir ailə və fərdlər üçün, sosial qruplar, məşğulluq sahəsi və əməyin xarakteri ilə formalaşır.

Ərzaq, qeyri-ərzaq, xidmət, tikinti yaxud mənəvi dəyərlərə yönəldilən xərclərin hər biri hədəf olaraq bazarın tələb-təklifinə təsir edir, məcmu tələb və təklif mexanizmlərinin idarə edilməsini ortaya atır. Makro səviyyədə artım və bazarın formalaşmasına yönəldilən məcmu, istehlak resursları, investisiyalar və əhali rifahı üçün şərait yaradan parametrlərin, indikatorların proqnozu verilir. Əhəlinin rifahının yüksəldilməsi yolu əlverişli olmalıdır. Bir tərəfdən ölkə iqtisadiyyatının artımına və onun siyasi mövqeyinə stimül yaratmalıdır. Digər tərəfdən ədalətli sistem kimi gəlirlər və xərclər arasında ədalətli bölgü sistemini təmin etməlidir. Qütbləşmə də aşkar-

lıq və özünü müdafiə sistemi, həmçinin razılıq mexanizmləri yaratmalıdır. Üçüncü tərəfdən, təminat sistemi funksiyası kimi minimum hədəflər, orta təminat və yuxarı varlı təbəqələrin arasında əlaqə və inkişafa təsir gücü yaratmalıdır. Orta təbəqəyə aparan yol hər üç aspektin kəsişmə nöqtəsinin və prizmasının konturlarının tapılmasına, sonradan isə dövlət siyasətinə çevrilməsinə səbəb olur. Müasir sosial inkişaf problemlərinin həllində həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi, qütbləşmənin ədalətli təşkili mexanizmlərinin aşkarlığı, insan psixologiyasının daha çox reallıqlar və öz imkanları çərçivəsində, təminat səviyyəsinin qərarlaşması prinsipləri əsas rol oynamalıdır.

Real iqtisadi sistemin səmərəsi, rifahın yüksəldilməsinə təsiri və qütbləşmənin adekvatlığına təsir edən amillər ilə mümkün ola bilər. Sosial inkişafın maddi və təşkilati amili sosial siyasətin konseptual əsasları və dövlətin təminat sistemində rolu ilə mümkündür. Ortalama yolu ilə qiymətləndirmə sistemi son nəticədə keyfiyyət baxımından qütbləşmənin səbəblərini açmağa bilmir. Ona görə də minimum yaşayış səviyyəsinə və onun dəyişmə meylinə bazar meylləri, qiymət, ödəmələr və demoqrafik inkişaf meylləri baxımından qiymətləndirmək vacibdir.

Əmək və sosial müdafiə sisteminin təşkili iqtisadi artım və tarazlı inkişafa, əhalinin rifahının yüksəldilməsinə birbaşa və dolayısı yolla təsir edir. Birbaşa təsir obyekti olaraq, məşğulluğun artması gəlirlərə və fəal əmək fəaliyyətinə təsir edir. Əhalinin əsas prioritet seçimi iş yerlərinə üstünlük verməsi ilə xarakterizə olunur.

Əmək prosesi ölkədə sahələrin inkişafı, əmtəə və xidmət bazarının genişlənməsi və özünəməşğulluq və sahibkarlıq fəaliyyəti ilə genişlənir. İstehsal həcmində tələbat, istehlaka yönəldilən struktur dəyişmələr əmək və istehsal prosesini təkmilləşdirir. Əmək prosesi iki əsas meyar üzərində qurulmaqla dövlət tənzimləmə obyektinə çevrilir. Daha çox kommersiya yönümlü, rəqabət qabiliyyətli və şəxsi istehlaka yönəldilən tədbirlər əmək prosesini genişləndirir. Əmək prosesinin genişlənməsi sosial inkişaf və gəlir gətirmək maraqlarına uyğun olaraq, bütün ölkə əhalisi yaxud məmur, sahibkar marağına uyğun olaraq genişlənir. Dövlətin sosial müdafiə sistemində prioritetlər əhalinin bütün təbəqələrinin tələbatına uyğun ödəmələr və şəraitlərlə təşkil olunur. Belə ki, əhali pensiya və müavinət formasından daha çox, iş yerləri ilə təmin olunmağa üstünlük verir. Sosial müdafiə sistemi əhalinin demoqrafik tərkibi, yaş qrupu və maddi təminat sistemi ilə təşkil olunur. Pensiya təminatı əhalinin rifahını saxlamaq, işləyənlərə stimül yaratmaq mexanizmi olaraq konseptual yanaşma prinsipi üzərində qurulur.

Pensiyanın orta aylıq səviyyəsi ilə orta aylıq əməkhaqqı arasında nisbət yaşamaq üçün zəruri olan istehlak səbətinin dəyəri arasında nisbətlərin optimal ölçüsü ilə tənzimlənir. Pensiya islahatları yaşamaq üçün zəruri olan xidmət və maddi nemətlərin dəyəri ilə qiymətləndirilir. Hüquqi baza olaraq isə yaşayış minimumu və istehlak

səbəti haqqında qanunla tənzimlənir. Sosial müdafiənin əsas meyarı dövlətin minimum təminat sistemi ilə ölçülməlidir.

Həyat üçün zəruri olan maddi və mənəvi nemətlərin dəyəri hamı üçün bərabər miqdarda tərtib olunur. Təbii ki, tələbat sistemi fərdi və ictimai baxışlarla və üstünlüklərlə formalaşır. Təcrübədə hər hansı gətirilmiş dəyərlər nəzəriyyəsinə görə bu tələblər orta elmi və məzmunca hamı üçün eyni olan minimumlar səviyyəsində tənzimlənir.

Sosial müdafiə geniş, çox aspektli, forma və maddi maliyyə əsasları ilə fərqlənən sistem olduğu üçün onun da səmərəliliyi maraqlar üzərində qurulur. Sosial müdafiənin formalarının təkmilləşməsi meyilləri, dinamikası əhali rifahının mövcud vəziyyəti və onun yüksəldilməsinə təsir edən amillər üzərində qurulur. Daha çox özünə məşğulluq, xırda sahibkarlığa şərait, kiçik biznes və sosial kreditlərə əsaslanan müdafiə sistemi, iqtisadi durumdan asılı olmaqla yanaşı, onun artımına təsir edən amillərə söykənir.

Sosial müdafiə və iqtisadi artım arasında əlaqənin təşkili kommersiya marağı üzərində deyil, mənəvi dəyərlər üzərində qurulur. Sosial müdafiənin yoxsulluq həddi, aztəminatlı və pullu əsaslarla təşkili müasir şəraitdə əhalinin rifahı və sosial tələbatı ilə uzlaşmalıdır. Kütləvi yanaşmadan və sindromdan əlverişli şərait, fərdi insanlara xidmət edən sahələrin genişlənməsi vacibdir. Heç də məhsul alınması vacib deyil.

Fikrimizcə, əmək proseslərinin təşkili və idarə edilməsində Azərbaycan üçün xarakterik cəhət olan sosial müdafiə məqsədləri daha üstünlük təşkil etməlidir. Əmək proseslərinin ərazi, sahə və bazar tələbinə uyğun təşkili daha çox məşğulluq, əməkhaqqı və məskunlaşma meyarlarına uyğun genişlənməlidir. Qərar qəbulu olaraq, resurslardan istifadə etmək və əhalinin əmək qabiliyyətli hissəsinin gəlirlərinə və istehlakına yönəldilən tədbirlər uzunmüddətli strategiya əsasında tərtib edilməlidir.

Sosial müdafiənin formaları, təşkili mexanizmləri və hədəfləri əhalinin sosial quruluşu, qütbləşmə səviyyəsi və meyarları, perspektiv struktur dəyişmələrini reallaşdıran prinsiplər və metodlar üzərində qurulmalıdır. Sosial müdafiə respublikanın iqtisadi və sosial inkişafında rolu və təsiri, iqtisadi artım, tarazlıq, demokratik idarəetmə və stimullara yönəldilən nəzəri və praktiki əhəmiyyətli konsepsiya üzərində qurulur.

Sosial müdafiənin perspektiv istiqamətləri hər bir fiziki və hüquqi şəxs, fərdlərin alicılığını, ədalətli təminat səviyyəsini təşkil etmək mexanizmləri ilə reallaşmalıdır.

Sosial müdafiə sistemin ictimai fikir və qlobal maraqların kəsişməsində yaranan inkişafın artım göstəricisinə nail olmaq məqsədini güdməlidir. Beləliklə, sosial müdafiə sisteminin özü inkişaf və idarəetmə mexanizmi olaraq, dinamik və struktur dəyişmələr baxımından dövlət siyasətinin səmərəli təzahürüdür.

Əhalinin rifahı və onun sosial fəallığını əhalinin məşğulluğu və əmək prosesində əldə etdiyi dividendlər təşkil edir. Müasir şəraitdə məşğulluğun ərazi və sahə strukturunun kompleks əlaqəsi, təşkili və inkişafı, geniş mənada regionların inkişafı resursların təkrar istehsalını və kompleksli inkişaf meyillərini özündə əks etdirir.

Məşğulluğun təşkilində kommersiya marağına can atmaqla yanaşı, onun regionların və resursların, o cümlədən əhalinin məskunlaşmasına təsir edəcək istiqamətlərini gücləndirmək vacibdir. Azərbaycan Respublikası üçün məskunlaşma meyarı üstünlük təşkil edir. Müasir şəraitdə məskunlaşma global çağırışlar olub, hər bir ölkədə özünün parametrləri və intensivlikləri ilə fərqlənir.

Azərbaycanda resurslar regionlarda və kənd yerlərində daha artıq potensiala malikdir. Amma sahibkarlıq və infrastruktur şəhərlərdə və bir neçə aparıcı regionda daha üstündür. Ona görə də miqrasiya və məskunlaşma Azərbaycanın iqtisadi inkişaf mərhələsində daha səmərəli həll edilə bilər. Fikrimizcə, bütün resurslara əsaslanan sənaye və kənd təsərrüfatı müəssisələri əhali infrastrukturunu, təhsil, səhiyyə, mədəni xidmət sahələri əhalinin yaşayışı üçün zəruri olan resurslar regionlarda yerləşsə, məskunlaşma meyilləri artar və son 10 ildə bu problem həll edilmiş olar.

Məskunlaşma probleminin həllini həmçinin regionlararası istehsal və xidmət sahələrini klaster əsasında təşkil etmək mümkündür.

Məskunlaşma meyarları əhalinin maraqları ilə müəyyənləşir. Belə ki, ailə, maddi və təhsil, sağlamlıq ehtiyacları, mənzil, məişət təminatı məskunlaşmanı təmin edir. Sosial maraqlar əhalinin sayı və onların təsərrüfat, istehsal və istehlak maraqlarını əks etdirir. Əhalinin maraqları regional, sosial və demoqrafik amillərlə formalaşır. Bu maraqları və onların ödənilməsi yollarını təşkil edib proqnozunu verməklə dövlətin məskunlaşmağa proteksionizm siyasəti formalaşır. Dövlətin tənzimləmə mexanizmlərini həyata keçirməsi əhalinin maraqlarına uyğun olan şəraitlərin və təsirlərin təşkili yolu ilə mümkün olur.

Məskunlaşmada inzibati və mütləq planlı təsirlər də elmi əsaslarla qurula bilər. Potensial olmayan və resursları zəngin olan ərazilərin formalaşması dinamik prosesdir.

Məskunlaşmaya təsir edən amillər hər bir sosial qrupun və fərdlərin inkişafa yönəldilən söyləri ilə formalaşır. Daha çox inkişaf üçün təhsil almaq, özünə karyera qurmaq, daha çox mədəni xidmətlər və ictimai münasibətlər sisteminə daxil olmaq üçün böyük şəhərlərə, sənaye və elm mərkəzlərinə axın güclənir. Müəyyən məhdudiyyətlər olsa da, şirkət və müəssisə sahibləri ucuz iş qüvvəsini gəlmələrin hesabına ödəməklə miqrasiyanı gücləndirir. Bu hallarda öz növbəsində bazarlarda istehsal, sosial gərginlik yaradır. Ona görə də şəhərsalma, sahibkarlığa kömək, ev təsərrüfatına və xüsusi təsərrüfata yardım sistemini genişləndirmək yolu ilə məskunlaşmanı tənzimləmək mümkündür.

Məskunlaşma ərazi və regional inkişafın keyfiyyət amili və aparılan regional siyasətin təzahürü kimi xüsusi rol oynayır. Məskunlaşma tarazlı inkişafa aparıcı yoldur. Onun tənzimlənməsi yerli resurslardan istifadə mexanizmlərini formalaşdırır. Məskunlaşma regional inkişaf və sosial dayaqların möhkəmlənməsi mexanizmidir. Məskunlaşma kriteriyası hər bir resursun istifadəsi üçün zəruri olan əmək və sosial şəraitin formalaşmasını tələb edir.

Məskunlaşmanın təşkili, region və şəhər infrastrukturuna səviyyəsi onun əhaliyə təminat səviyyəsi və inkişaf üçün fəallığı ilə ölçülür. Məskunlaşmanın təşkilini mexanizm olaraq əsaslı vəsait qoyuluşu və institusional təkmilləşmə yolu ilə həyata keçirmək mümkündür. Məskunlaşmanın iqtisadi və sosial bazası dövlətin siyasəti və onun iqtisadi artıma təsiri ilə ölçülür.

Məskunlaşma meyarı olaraq sosial infrastrukturun təşkili və idarəedilməsi hədəfləri əsaslandırılır. Xüsusi hal olaraq təhsil, səhiyyə və kommunal-mənzil normaları və sosial qruplar üçün differensiasiya səviyyəsi müəyyənləşir. Hər bir regionun və ərazinin sosial normativləri fizioloji tələbat və dünya standartları çərçivəsində qiymətləndirilir, maddi təminat, təkrar istehsal, intellektual artım və mənəvi dəyərlər üzərində qurulan hədəflər və normalar müəyyənləşir.

Normativ yanaşma metodları olaraq həyat şəraitinin yaxşılaşması və minimum ehtiyacların təmin edilməsinin təşkili mexanizmləri tərtib olunur. Kəndin və regionun sosial-iqtisadi inkişafı iqtisadi artımın və sosial tərəqqinin məkan baxımından təşkili mexanizmi olaraq tərtib edilir.

Sosial inkişaf hədəfləri əhalinin maddi rifahı, məşğulluğu, insanın tələbat sistemi və onun dinamikası, həyat tərzi, davranışı və seçimi bir sıra sahələrin və məhsulların, xidmətlərin təminat səviyyəsi ilə ölçülür. Fikrimizcə, sosial inkişaf modelində iqtisadi artıma təsir edən amillər və mexanizmlər qiymətləndirilir. Sosial inkişaf hədəfləri sosial qütbləşmə meyarları ilə əhalinin sosial-demoqrafik tərkibi, məşğulluq sahəsi və ərazi xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq göstəricilər sistemi və son faydalılıq meyarları ilə müəyyən edilir. Sosial qütbləşmə obyektiv amillər və subyektiv təsirlərlə formalaşır, özünün səviyyəsi ilə keyfiyyət hədəfi olmaqla, idarəetmə və sosial iqtisadi mexanizmlərin əsaslandırılmasında istifadə olunur. Maddi təminat işləyənlərin sayı, onların gəlirləri və gəlirlərinin formalaşması mənbələri və xərclərinə təsir edən iqtisadi, bölgü və bazar parametrləri ilə formalaşır.

Gəlirlərin maksimallaşması hədəfinə yönəldilən dövlət, ailə və fərdi stimullar sistemi çevik sosial və uzunmüddətli investisiya siyasətinin istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Daha xarakterik olan əməkhaqqının səviyyəsi, dinamikası, differensiasiyası, minimum və orta aylıq səviyyəsi və həmçinin onun digər gəlirlərin formalaşmasına təsir gücü ilə qiymətləndirilir. Əməkhaqqı və pensiya səviyyəsi, onların dəyişmə di-

namikası, əməkhaqqı və yaşayış minimumu, əməkhaqqı və gəlirlərin dinamikası arasında nisbətlərin təhlili və idarəetmə mexanizmləri, struktur amillərin və iqtisadiyyatın idarə edilməsinin sosial metodlarıdır. Əməkhaqqı sistemi iqtisadiyyatın strukturu, məhsulun və xidmətin tələb və təklifə uyğun dinamikası və stimullar yaratmaq vəzifələrini reallaşdırmaq məqsədini güdür. Əməkhaqqının hamarlanması siyasətindən fərqli olaraq onun differensiasiyası və istehlak tələbinə uyğun tənzimlənməsi və formalaşması əsas olaraq götürülür. Əməkhaqqı planlı təsərrüfat sistemində daha çox tənzimləyici və sosial qütbləşmənin meyarı kimi tətbiq olunurdu. Müasir şəraitdə gəlir formasından asılı olaraq, əməkhaqqı sistemi, sahibkarlıq və özünü məşğulluqla, gələn gəlirlərlə əvəz olunub, forma və miqdarca xeyli fərqli cəhətlər kəsb edir.

Müasir şəraitdə əməkhaqqının minimum orta aylıq və son məhsuldan asılı olaraq differensiasiyası metodiki aspektlər kəsb edir.

Minimum əməkhaqqı yaşayış minimumu və istehlak dinamikası ilə digər gəlirlərin idarə edilməsi üçün formalaşdırılır. Minimum əməkhaqqı ilə digər orta aylıq əməkhaqqı səviyyəsi arasında nisbətlər və perspektiv dəyişmələr, stimullar və sosial ədalət, minimum ehtiyaclar və daha çox gəlir əldə etmək meyarları üzərində qurulur. O, əməkhaqqının paylanması deyil, desil və kvantil əmsallarının hesablanması və onların dinamikasının tənzimlənməsində istifadə olunur.

Əməkhaqqının artımı və istehsal həcmi, son məhsul xərci, strukturu arasında nisbətlərin müxtəlif meyar və maraqlardan tənzimləmə xüsusiyyətləri aşkarlanmalıdır.

Əməkhaqqının makrosəviyyəsi və onun sahə, ərazi və əmək fəaliyyətinə uyğun differensiasiyası ona təsir edən amillərin təhlili və qiymətləndirilməsi, əhalinin qütbləşməsinə uyğun bazar tələbinin təşkili və idarə edilməsini formalaşdırır.

Minimum əməkhaqqı siyasəti təminat sistemini, bölgü tənzimləmə mexanizmlərini formalaşdırır. Daha çox yaşayış minimumu, istehlak səbəti, minimum büdcə layihələri və sosial müdafiə sisteminin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Minimum əməkhaqqı və gəlirlərin formalaşması arasında nisbətlər və dinamikaya uyğun güzəşt, sosial kreditlər, müxtəlif ünvanlı sosial yardım sistemi formalaşdırılır, dövlətin sosial siyasətində sosial müdafiənin maliyyə təminatı və mənbələrini planlaşdırır.

Sosial müdafiə hədəflərin əsasları, struktur sosial təhlil və əsas proqmatik keyfiyyət dəyişikliklərə nail olmaqla təşkilati iqtisadi siyasətdir. Hər bir ölkədə onun formaları və nəticələri məqsəd və son hədlər üzərində qurulur. Nəzəri baxımdan sosial müdafiə ünvanlı və qütbləşmənin obyektiv əsaslarını saxlamaqla inkişafa aparan və davamlı inkişafı təmin edən bir yoldur. Sosial müdafiə ələ baxımlıqla yox, stimullar üzərində formalaşan bir müdaxilə formasıdır. Sosial müdafiənin hər dövrə, hər sahədə və hər bir subyektə və obyektə uyğun təsnifatlaşması mövcud olmalıdır. Daha çox sosial müdafiə sistemi, iqtisadi sosial sistemin xüsusiyyətləri və dəyişmə meyilləri, struktur dəyişmələri ilə təşkil olunur.

Sosial müdafiə sistemi kompleks təsir elementləri ilə formalaşır. Bu təsir sistemini formalaşdırmaq hədəflərə nail olmaq üçün mövcud mexanizmlərdən istifadə etmək yollarını tapmaq alternativ resurslara və nəticələrə çatmaq üçün istifadə edilən metodları birləşdirir.

Sosial müdafiənin forma və metodları kontingentlərin sosial-demoqrafik xarakteristikası ilə əsaslandırılır. Strateji baxımdan hər bir sosial subyektin tələbatını nəzərə almaqla, ona yaradılan şərait yaxud müxtəlif ödəmələr və subsidiyalar təşkil edir. Respublikada hər 7 nəfərdən biri pensiyaçıdır. Onların əmək və sosial pensiyaçı olmasını və yaşayış minimumunun təmin olunması üçün zəruri olan resursları nəzərə almaqla müdafiə yolları müəyyənləşir.

Sosial müdafiə spektri forma və məzmunca, ödəmə yolları və alternativ variantları, iqtisadiyyatın və əhalinin demoqrafik tərkibi, motivasiyası ilə formalaşır. Respublikada sosial hədəflərin proqnozu konseptual əsaslarla və elmi mülahizələrlə tərtib olunur. Müasir şəraitdə iqtisadi artıma təsir edən əsas amil olaraq, sosial prioritetlər, sahə və funksional istiqamətlər çıxış edir. Belə ki, pensiya islahatları, pensiya təminatı və yaşayış səviyyəsi arasında əlaqələrin tənzimlənməsi və nisbətləri məqsədlərə uyğun tərtib olunur.

Sosial müavinət sistemi ölkədə yoxsulluğun azaldılması, yaşayış səviyyəsi aşağı olan və sosial zəif əhali qruplarının maddi və mənəvi tələbatını ödəmək üçün reallaşdırılan mexanizmlərlə bağlıdır.

Ədəbiyyat

1. Əlirzayev Ə.Q. "Sosial – Mədəni Sahələrin İqtisadiyyatı: İnkişaf və Tənzimləmə. Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı – 2016 -220 səh.
2. Əlirzayev Ə.Q. "İslahatlar və sürətlənmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: Təcrübə, Meyllər və Perspektiv İstiqamətlər "Adiloğlu" nəşriyyat Bakı – 2005, 538 səh.
3. Əlirzayev Ə.Q. "Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi" Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı, - 2010. – 326 səh.

REKLAMDA İNNOVASIYA FƏALİYYƏTİNİN İDARƏEDİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ

Ş.Ə.Əsgərov

dos., İnzibati və təşkilati məsələlər üzrə prorektor, UNEC

shaig.asgerov@unec.edu.az

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 18 may 2018; Çapa qəbul edilmişdir 14 iyun 2018;
online-da çap edilmişdir 25 iyun 2018

Received 18 May 2018; accepted 14 June 2018; published online 25 June 2018

Xülasə

Müasir şəraitdə innovasiya fəaliyyəti bütün təsərrüfat subyektlərinin bazar rəqabətinə tab gətirmələri və inkişaf etmələri üçün əsas hesab edilir. Bu zaman iqtisadi əhəmiyyətini dünya ictimaiyyətinin hələ XX əsrdə dərk etdiyi reklam fəaliyyəti böyük aktuallıq kəsb edir. Rəqabətin güclənməsi, istehlakçıların istehsal edilən məhsul və göstərilən xidmətlər haqqında məlumatlandırılması səviyyəsinin yüksəldilməsi məqsədinə xidmət göstərən reklam istehlakçıları üçün ucuz informasiya mənbəyi hesab olunur. Bu zaman reklama çəkilən xərclər dəyər ifadəsində tədavi xərclərini, pul ifadəsində isə əmtəə dövriyyəsinin həyata keçirilməsi üçün tədavi sferasında canlı və maddiləşmiş əmək sərfini xarakterizə edir. Belə bir şəraitdə reklama müasir baxışlar qeyri-təkmil rəqabət bazarında onun yerinə yetirdiyi vəzifələr və icra etdiyi rol haqqında fikirləri formalaşdırmaqla yanaşı reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi problemlərinin həll edilməsini tələb edir.

Açar sözlər: *reklam, reklam bazarı, innovasiya, innovasiya fəaliyyəti*

Jel classification: O31, M37

ADMINISTRATION PROBLEMS OF INNOVATION ACTIVITY IN ADVERTISEMENT

Sh.A.Asgerov

assistant professor

Vice-rector for Administrative and Organizational Affairs, UNEC

Abstract

In modern conditions, innovation activity is considered as the basis for the development of all economic entities as well as the guarantee of their competitive advantages. In the meantime, the advertising activity is very actual, the economic significance of which was realized in the twentieth century by global community. Advertising is a cheap source of information for consumers, which serves to increase competition and raise consumer's awareness about manufactured products

and services. In the meantime, advertising costs refer to the costs of circulation, that is, in value terms, to the monetary expression of the costs of living and material labor in the sphere of commodity circulation for the realization of the commodity turnover processes.

Keywords: advertising, advertising market, innovation, innovation activity

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В РЕКЛАМАХ

Ш.А.Аскеров

Доцент, Проректор по административным и
организационным вопросам, UNEC

Резюме

Инновационная деятельность в настоящее время является основой выживания и развития всех хозяйствующих субъектов, а также залогом их конкурентных преимуществ. При этом весьма актуальной является их рекламная деятельность, экономическую значимость которой мировое сообщество осознало еще в XX веке. Современным взглядом на рекламу стало мнение о ее роли на рынках несовершенной конкуренции, согласно которому, реклама – это дешевый источник информации для потребителя, который усиливает конкуренцию и повышает информированность потребителя о заменителях производимых продуктов. При этом расходы на рекламу относятся к издержкам обращения, то есть в стоимостном выражении, к денежному выражению затрат живого и овеществленного труда в сфере товарного обращения для реализации процесса товарооборота.

Ключевые слова: реклама, рекламный рынок, инновация, инновационная деятельность

Giriş. Reklam müəssisələrinin bazarda müasir rəqabət üstünlüklərinə nail olması ilk növbədə iqtisadi artımın bazası hesab olunan intellektual (fiziki ilə birlikdə) kapitalın maliyyələşdirilməsinə səbəb olan innovativ ideyaların işlənilib hazırlanması və tətbiqindən daha çox asılıdır. Xarici mühitin dinamik dəyişməsi reklam bazarı subyektlərini bazarda hökm sürən qeyri-müəyyənlik zamanı uzunmüddətli strateji qərarlar qəbul etməyə vadar edir. Bu da reklam bazarında innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi ilə əlaqədar bir sıra problemlərin əmələ gəlməsinə səbəb olur.

Əsas hissə. Tətbiq istiqamətindən və işlədilmə təyinatından asılı olaraq innovasiya anlayışı bir proses və ya prosesin nəticəsi kimi istifadə olunur. Qeyri-maddi mənada innovasiya onları qəbul edən və ya istifadə edən sistem üçün yeni

hesab olunur. Eyni zamanda innovasiya yeni faydalı nəticələrin təşəkkül tapması, işlənilib hazırlanması, adaptasiyası və istifadəsi ilə bağlı prosesdir. Təbii ki, geniş formada qəbul edilən yanaşmadan fərqli olaraq innovasiya fəaliyyəti bazarda ilk dəfə meydana çıxan yeni məhsulun və xidmətin, eləcə də yeni texnologiyanın tətbiqi ilə yekunlaşmır, bu proses tətbiq mərhələsindən sonra da davam edir. Daha doğrusu, mövcud yenilik sosial-iqtisadi müstəvidə geniş yayıldıqdan sonra onun yeni xassələrə malik olması üçün təkmilləşdirilməsinə, daha səmərəli şəkllə salınmasına obyektiv zərurət yaranır və bununla da bazar və istehlakçılar üçün yeni tətbiq sahələri formalaşır. Bir sıra müəlliflər innovasiyanın ümumnəzəri və praktik aspektlərini fərqləndirirlər. Birinci halda, innovasiya cəmiyyətin inkişaf qanunauyğunluqlarına müvafiq olaraq, insan tələbatının məqsədyönlü dəyişilməsini və ödənilməsini təmin etməklə onların innovasiya fəaliyyətinin təşkili formasıdır. İkinci halda, innovasiya praktiki olaraq fenomen xarakteri daşıyır. Bu baxımdan o, insanların yeni və ya məlum tələbatının daha yaxşı ödənilməsi üçün yeni praktik vasitələrin yaradılması, yayılması və istifadəsi üzrə kompleks proses kimi çıxış edir. Verilən bu təyinatların hər hansı birindən istifadə edilməsi imkanları nəzəri modeldən fərqli olaraq ilk növbədə konkret situasiyadan (haldan) asılıdır.

Reklam sahəsində innovasiyanın bazar və elmi-texniki yenilik kimi iki əsas cəhətini fərqləndirmək lazım gəlir. Nəzərə alsaq ki, reklam bazarının iştirakçıları ya özləri bilavasitə reklam xidmətləri istehsal edir, ya da ixtisaslaşmış firmalardan bu məhsulları əldə edirlər, onda qeyd edilən bu cəhətlərin bir-biri ilə sıx bağlı olduğunu görürük. Təklif edilməz fakt ondan ibarətdir ki, innovasiyanın elmi-texniki aspekti o halda iqtisadi amil kimi çıxış edir ki, yenilik bazar tələbinə malik yeni məhsulda öz əksini tapmış olsun. Təbii ki, innovasiyanın iqtisadi təbiəti bazar yeniliyinin elmi-texniki yenilik üzərində prioritet üstünlüyə malik olduğunu müəyyənləşdirir. Bazar yeniliyi istifadəçi tərəfindən yeniliklərin faydalı xassələri ilə birlikdə qəbul edilməsini və alternativ xidmətlərdən üstünlüklərini nəzərdə tutur. Əgər yenilik texnoloji bir prosesdirsə, onda tədavi xərclərinin azaldılması və təklif edilən reklam xidmətinin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması hesabına mənfəətin artmasına imkan verən yeniliyi bir nailiyyət kimi qəbul etmək olar. Hər bir yenilik təkcə mütləq deyil, eyni zamanda nisbi (lokal) bazar yeniliyi ilə xarakterizə oluna bilər. Daha doğrusu, konkret xidmət özünün bütün istehlakçıların deyil, onların müəyyən bir qisminin formalaşmış tələbinin ödənilməsinin yeni forması, üsulu ola bilər. Yeni kimi qəbul edilən ideya (praktika və ya obyekt) bu ideyanın obyektiv olaraq yeni (o, bazarda ilk görünməni ilə ölçüldükdə) olub-olmamasından asılı olmayaraq innovasiya yadır. Başqa sözlə, mütləq bazar yeniliyi mahiyyət baxımından istənilən yerdə satılan ixtiyari məhsuldan fərqli olan, reklam bazarının konkret iştirakçıları üçün yeni hesab edilən xidmətdir (lokal yeniliyə malikdir). Lakin elə yenilik (bazara çıxarılan

anda elmi-texniki yenilik xarakterinə malik olmasa da) vardır ki, istehsal və istehlakın mövcud strukturuna əhəmiyyətli dərəcədə təsir etmək qabiliyyətinə malikdir.

Reklam sahəsində innovasiyalar elmi-texniki yeniliklə (baxmayaraq ki, elmi-texniki yenilik kəşfdir) xarakterizə oluna bilər. Praktiki təcrübə göstərir ki, istehlakçı elmi-texniki yeniliyin orijinalıq dərəcəsinə nisbətən onun faydalı effektivliyi daha çox maraqlandırır (5). Reklam bazarı subyektlərinin fəaliyyət dairəsindən asılı olmayaraq mənfəətə iddialı olan istehsalçı üçün elmi-texniki yeniliyin dərəcəsi ona görə cəlbəedici görünür ki, ondan məhz istehsalın ən müqəddəm şərti kimi istifadə olunur. Məhz bu eyni zamanda onun üçün bazar yeniliyini təmin edir.

Bütün bunlarla yanaşı elmi-texniki yaradıcılıqla maddi istehsal sahələrinin vahdətə nəticəsində ümumi yeniliklərdə həm elmi-texniki, həm də bazar yeniliyi ilə xarakterizə olunan innovasiyaların xüsusi çəkisi artır. Deməli, irəli sürülən bu tezis reklamın inkişafını təmin edəcək əlverişli mühitin formalaşması üçün də yetərli hesab oluna bilər. Bu gün reklam bazarı iştirakçılarının yeni məhsul, texnoloji proses və xidmətlərinin bazarda təşəkkül tapması bir qayda olaraq elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərindən istifadə edilməsi ilə müşahidə olunur. Qeyd etmək lazımdır ki, burada əsas texnoloji imkanlar və institusional dəyişikliklər mühüm rol oynayır.

Reklamın inkişaf etdirilməsinin əsası kimi innovasiya problemlərinə ilkin yanaşma yeniliyin müəyyən tipologiyasını qurmağa imkan yaradır. Nəzərə almaq lazımdır ki, reklam sferasında innovasiyaları təsnifləşdirən zaman hər şeydən əvvəl hansı təsnifat əlamətinin əsas götürülməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Yenilik tipinə görə innovasiyaları: əşya (maddi-texniki) və sosial kimi iki əsas qrupa bölmək olar. Reklamın inkişafı üçün əsas təkanverici komponent kimi çıxış edən maddi-texniki innovasiyalara texnika (avadanlıq, cihazlar), texnologiyalar (istehsal prosesləri), sənaye materialları (xammal və son məhsullar) aid edilir.

Müasir şəraitdə hələlik az tədqiq edilməsinə baxmayaraq, reklamın inkişafında daha çox sosial innovasiyalar maraq kəsb edir. Reklamın inkişafı ilə bağlı bu gün baş verən proseslərdə iqtisadi, idarəetmə, təşkilati, hüquqi və təhsil sistemində innovasiyaları özündə birləşdirən sosial innovasiyaların rolu təkzibedilməzdir.

Bu sahədə tədqiqat aparan alim və mütəxəssislər hesab edirlər ki, sosial innovasiyaların reallaşdırılması onu xarakterizə edən parametrlərin qeyri-müəyyənliyi baxımından olduqca mürəkkəbdir. Sosial innovasiyalar maddi-texniki innovasiyalarla müqayisədə aşağıdakı fərqləndirici əlamətlərə malikdir:

- hər bir işgüzar mühitə xas olan konkret ictimai münasibətlərlə daha sıx əlaqədədir. Reklam fəaliyyətinin həyata keçirilməsi zamanı eyni xarakterli yenilik hər bir ölkədə və ya regionda özünü müxtəlif formada göstərə bilər;

- texniki yeniliklərin tətbiq sahəsi intensiv olaraq idarəetmə, iqtisadi və digər dəyişikliklərlə müşahidə olunur. Lakin özü-özlüyündə bu yeniliklər heç də həmişə

texniki təminat tələb etmir. Texniki yeniliklər nə qədər radikal xarakterə malik olarlarsa, onlar bir o qədər təşkilati əlaqə və normalarda da iri miqyaslı dəyişikliklər tələb edirlər (2).

İnnovasiya problemlərinə hərs edilmiş tədqiqatlarda innovasiyaların təsnifatı ilə bağlı müxtəlif yanaşmalara rast gəlmək mümkündür. Aydınır ki, bu da reklamın inkişaf imkanlarının tədqiq edilməsi baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. İnnovativ ideyaların yaranma mənbəyindən asılı olaraq P.Druker innovasiyanın aşağıdakı növlərini bir-birindən fərqləndirir:

- əsasında gözlənilməz hadisə və ya proseslər duran innovasiyalar;
- əsasında reallıq və onun təsviri arasında uyğunsuzluq duran innovasiyalar;
- proseslərin tələbinə əsaslanan innovasiyalar;
- sahənin və ya bazarın strukturunda baş verən dəyişikliklərin nəticəsinə əsaslanan innovasiyalar;
- demoqrafik dəyişikliklərə əsaslanan innovasiyalar.

Əsasını reklam prosesləri haqqında yeni biliklərin təşkil etdiyi innovasiyalar reklam bazarının əsas iştirakçılara yüksək gəlir gətirir. Məhz onlar cəmiyyət miqyasında “uzunmüddətli yenilik” hesab edirlər. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, biliklərin mütləq elmi və ya texniki olması bir o qədər əhəmiyyət kəsb etmir. Sosial biliklərə əsaslanan yeniliklər müasir reklamın inkişafı ilə əlaqədar məsələlərin həllində daha çox effekt verir.

Reklam bazarının iştirakçıları bir-birindən tədric olunmuş formada deyil, məhz ayrı-ayrı iqtisadi subyektlərin əhatəsində qarşılıqlı fəaliyyət göstərilir. Deməli, reklam bazarının iştirakçıları arasında baş verən innovasiya prosesləri xarici mühitdə innovasiya fəaliyyətinin təşkili şərtlərinin qlobal dəyişməsinin birbaşa və ya dolaylı nəticəsi hesab edilir. Reklamda innovasiya fəaliyyətindən danışdıqda reklamın uzunmüddətli inkişafına maneə yaradan iki - daxili və xarici qrup problemləri birmənalı olaraq qeyd etmək lazım gəlir.

Reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsinin daxili problemləri dedikdə, əsasən reklam bazarı iştirakçıları arasında yaranan və bu və ya digər səpkili innovasiyanın tətbiqi ilə həlli tələb olunan problemlər başa düşülür. İnnovasiya fəaliyyətinin xarici probleminə isə reklam fəaliyyətinin həyata keçirildiyi yeni şəraitə reklam bazarı iştirakçılarının adaptasiyasına gətirib çıxaran və xarici mühitdə baş verən ixtiyari dəyişiklik aid edilir. İnnovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi problemi adı altında reklam sahəsində elmi-texniki bazanın malik olduğu potensialın səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi, maliyyə vəziyyəti, heyətin yaradıcı aktivliyi və əldə etdiyi nailiyyətlərlə əlaqədar reklam bazarı iştirakçıları arasında yaranan problemlər nəzərdə tutulur. Bu, şübhəsiz perspektiv dövr üçün imkan qazanmaq üçün həlli tələb olunan problemlərdir. Digər tərəfdən, reklam bazarı iştirakçıları arasında peşəkar idarəetmənin

çatışmaması və ya bazar şəraitinin pisləşməsinin nəticəsi olaraq neqativ suallar yaranır. Gəlirlərin azalması və ya bazar payının kiçilməsi kimi sualları aradan qaldıran zaman reklam bazarı iştirakçılarının rəhbərləri zaman və resurs kimi əhəmiyyət kəsb edən amillərin məhdud olduğu bir şəraitdə öz istəklərindən asılı olmayaraq, zəruri innovativ tədbirlər həyata keçirmək məcburiyyətindədirlər.

Müxtəlif işgüzar istiqamət və milli mənsubiyyət xarakteri daşıyan innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi zamanı reklam bazarı iştirakçıları üçün idarəetmənin xarici problemləri xüsusi olaraq əhəmiyyət daşıyır. Prinsipial olaraq qlobal xarici mühiti xarakterizə edən və reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi ilə bağlı olan xarici problemlərin həll edilməsinin obyektiv zəruriliyini müəyyənləşdirən bir sıra ümumi cəhətlər mövcuddur.

Birincisi, xarici mühit amilləri bir-biri ilə qarşılıqlı asılılıqdadır. Hal-hazırda mövcud situasiya elədir ki, ixtiyari bir amilin dəyişməsi bütün iqtisadi sistemin köklü sürətdə dəyişməsinə səbəb ola bilər. Belə dəyişikliyə nümunə olaraq, ötən əsrin 90-cı illərin əvvəllərində reklam məhsullarının istehsalı və reklam xidmətlərinin bazara irəlilədilməsində yeni imkanların yaranması və həyata keçirilməsinə səbəb olan yeni rabitə və məlumatların ötürülməsi (telekommunikasiya avadanlıqlarına) vasitələrinə potensial tələbin formalaşması hesab edilir. İqtisadiyyatın bu yeni – reklam sferasında innovasiyanın növbəti aktiv inkişafı praktiki olaraq reklam fəaliyyətinin təşkili ilə bağlı bütün aspektlərə geniş planda təsir göstərdi. Ənənəvi sahələr, istehlakçılar və dövlət strukturları təşəkkül tapan “yeni iqtisadiyyata” (öz növbəsində reklam bazarının əsas iştirakçılarının innovativ aktivliyini intensivləşdirməsinə səbəb olmaqla cəmiyyətin sosial durumuna və mədəni davranışına hərtərəfli təsir göstərir) adaptasiya olmaq məcburiyyətində qaldılar.

İkincisi, reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi sahəsində xarici problemlər xarici mühitin dinamik xarakter daşması ilə bağlıdır. Nəzərə alsaq ki, reklam, reklam bazarı iştirakçıları üçün avadanlıq göndərənlərlə, telekommunikasiya, kimya və elektrotexnika sənayesi kimi sahələrlə qarşılıqlı formada fəaliyyət göstərir, müasir mərhələdə xarici mühitdə baş verən intensiv dəyişikliklərin miqyasını və sürətini təsəvvür etmək o qədər də çətinlik yaratmır. Xüsusilə, o amil daha çox maraq doğurur ki, reklam bazarı iştirakçılarının ayrı-ayrı bölmələri üçün baş verən dəyişikliklərin intensivliyi müxtəlif ola bilər. Məsələn, inkişaf şöbəsinin meneceri gündəlik olaraq, elmi-texniki mühitdə baş verən dəyişikliklərə reaksiya verməli, rəqiblərin bazar nailiyyətlərinə nəzarət işi həyata keçirməli, reklam məhsullarının istehsalı sahəsində yeni texnoloji standartları diqqətdə saxlamalıdır (1).

Reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi sahəsində digər bir xarici problem reklam və innovativ proseslərin mürəkkəblik dərəcəsi hesab edilir. Reklam bazarı iştirakçılarının texnoloji səviyyəsi nə qədər yüksək, çoxsaylı struktur bölmə-

lərinin mövcud olması nəticəsində onun strukturu nə qədər mürəkkəb, reklam fəaliyyətinin beynəlxalq xarakteri nə qədər güclü, reklam məhsulları istehsalı diversifikasiyası nə qədər geniş olarsa, reklam bazarı iştirakçıları bir o qədər çətin xarici şəraitdə fəaliyyət göstərirlər və perspektiv fəaliyyət baxımından innovativ menecmentin rolu bir o qədər aktuallıq kəsb edir.

Reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi ilə bağlı olan yuxarıda sadalanan problemlər ixtiyari innovativ yönümlü reklam bazarı iştirakçısı tərəfindən bir-başə və dolay təsir elementlərinin öyrənilməsi və tədqiqinə xüsusi diqqətin ayrılmasını tələb edir. Qeyd etmək lazımdır ki, makromühitin siyasi, iqtisadi, elmi-texniki amilləri reklam sahəsində innovativ səmərəli fəaliyyətin həyata keçirilməsi zamanı yaranan mövcud xarici problemləri aradan qaldırmaq məqsədi ilə innovasiyanın tətbiqini aktuallaşdırmaq üçün ilkin şərtləri özündə ehtiva edir. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, dolay təsirlərin xarici mühitdə yaratdığı dəyişikliklərin proqnozlaşdırılması rəqiblərin reaksiyasını və ya istehlakçının nəyə daha çox üstünlük verməsini (zövqünü) müəyyənləşdirməkdən çox asandır. Belə ki, neft böhranı, ekoloji problemlər və ya reklam bazarının konvergensiyası kimi global dəyişikliklərə perspektiv dövr üçün reklam və innovasiya fəaliyyəti sahəsində strateji planlaşdırma işlərini aparmaqla əvvəlcədən hazırlıq görülür. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, rəqiblərin yeni reklam məhsulları istehsalına və ya müəyyən kateqoriyaya aid edilən reklam xidmətlərinə tələbin kəskin aşağı düşməsi faktına vaxtında və adekvat reaksiyanın verilməsi olquqca çətinidir. Bu tip dəyişikliklərə adaptasiyanı səmərəli şəkildə həyata keçirmək üçün reklam bazarı iştirakçılarından mütəmadi olaraq çeviklik, mobil təşkilati strukturu, reklam məhsulları istehsalını və insan mentalitetini təmin edən innovasiya mühiti yaratmaq tələb olunur (6).

Onu da diqqətə almaq lazımdır ki, reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi üzrə xarici problemlər reklam bazarı iştirakçıları üçün rəqabət mübarizəsində üstünlüyü təmin edən problem hesab olunur.

Həqiqətən yeniliklər və onların tətbiq edilməsi üsulları (innovativliyi) rəqabət mübarizəsində reklam bazarı iştirakçılarına müəyyən üstünlüyün əldə edilməsini təmin edir. Təbii ki, əsas rəqabət sferası reklam bazarı hesab edilir. Buna görə yeniliklərin iqtisadi əhəmiyyətini aşkar etmək üçün ən vacibi bu yeniliklərdən istifadə etməklə bazarda hökm sürən rəqabət mübarizəsində reklam bazarı iştirakçılarının nailiyyət əldə etmələri hesab olunur. Məlum yanaşma ondan ibarətdir ki, bu və ya digər bazarda olduğu kimi reklam bazarında da rəqabət bir proses olaraq yalnız aşkar edilir. Lakin bu posesin aparılması üçün tələb olunan müqəddəm şərtlər müxtəlifdir. Daha doğrusu, rəqabətin əsasları reklamla bağlı iqtisadi fəaliyyətin müxtəlif mərhələlərində, məsələn, elmi-texniki məsələlərin həll edildiyi (reklam məhsulları istehsalının effektivliyinin yüksəldilməsinə imkan verən patentin alınması üçün

sifarişlərin rəsmiləşdirilməsi və yeni keyfiyyətə malik reklam xidmətləri yaratmaq) tədqiqat və işləmələr, reklam məhsulları istehsalında özünü göstərir. Növbəti mərhələdə ya patentin bazası əsasında yeni reklam xidmətlərinin istehsalı genişləndirilir, ya da yeni reklam məhsulları istehsalına lisenziyaların satışı prosesi həyata keçirilir. Beləliklə, reklam bazarı iştirakçıları arasında rəqabətin əsaslarının formalaşdığı mərhələ elmi-texniki rəqabət adlanır. Elmi-texniki rəqabətin mahiyyəti, əlavə mənfəətin əldə edilməsinə imkan yaradan elmi-texniki resurslara hakim olmaq üçün aparılan mübarizədən ibarətdir. Aydındır ki, bu resursların bir qismi üzərində mülkiyyət hüququ qanunla (patent, lisenziya, kommersiya sirləri) mühafizə edilir.

Bazar tələbinin təsiri altında qabaqcıl ölkələrin reklam sferasında elmi tədqiqat və konstruktor işləri özünün inkişafı baxımından əhəmiyyətli dərəcədə intensivləşdirilib. İqtisadi inkişafın müasir mərhələsində reklam sahəsində tədqiqat işlərinin xarakterik xüsusiyyəti elmi tədqiqat və konstruktor işlərinin nəticələrindən eyni zaman kəsiyində istifadə etməkdən ibarətdir. Əgər əvvəllər reklam məhsulları istehsalı üzrə əsas texnologiya və ya texnoloji proseslər bir birinin davamı olaraq ardıcıl inkişaf edirdisə, müasir mərhələdə innovativ inkişafın spesifikliyi ondan ibarətdir ki, reklam fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə təsir göstərən mühüm texnologiyalar (mobil rabitə, İnternet, nanotexnologiyalar) praktiki olaraq eyni vaxtda inkişaf edir və bununla da özlərinin inkişafı baxımından ən yüksək mərhələsinə çatırlar. Onların bir-birini tamamlaması nəticəsində mühüm bazar potensialına malik yeni elmi istiqamətlər (məsələn, mexanika, optika və ya nanotexnologiyalarla mikroelektrotexnikanın vəhdəti) təşəkkül tapır. Reklam fəaliyyətinin təşkili sahəsində yeni texnologiyaların tətbiqi üçün yeni imkanlar açılır və bu da öz növbəsində reklam bazarında mövcud olan rəqabət proseslərinə yeni xarakter verməklə onu bir qədər də mürəkkəbləşdirir.

Elmi sferada tədricən toplanan nailiyyətlər həm təkamül yolu ilə istehsal edilən reklam məhsullarını, həm də reklam fəaliyyətinin iştirakçıları üçün ayrı-ayrı istiqamətlər üzrə avadanlıqlar istehsalı ilə bağlı texnoloji prosesləri yaxşılaşdırır. Əsas fakt ondan ibarətdir ki, bir sıra iqtisadçıların elmi tədqiqat və konstruktor işlərinin nəticələrinin akkumulyasiya prosesində oynadığı mühüm rolu nəzərə alaraq iqtisadi dövriyyəyə “texnoloji yığım” anlayışını daxil etdilər (4). Bu anlayışa uyğun olaraq reklam məhsulları istehsalı və reklam xidmətlərinin bazara irəlilədilməsi üzrə yeni metod və üsulların işlənilib hazırlanması və tətbiqi ilə bağlı yeni texnologiyaların yaranması prosesinə tədricən və fasiləsiz korrektə tələb edən bir zəncir kimi baxılır. Bu zaman texnoloji və idarəetmə xarakterli innovasiyalar arasında uzunmüddətli və sabit qarşılıqlı əlaqəni və bu yeniliyin nəticələrinin istehsala tətbiqini müəyyənləşdirmək o qədər də çətin olmur.

Reklam bazarının bu və ya digər iştirakçısının müdafiə etdiyi texnoloji və

təşkilati inkişafın istiqamətləri hər bir iştirakçıya xas ümumi əlamətlər və spesifik amillərə görə müəyyənləşir. Qeyd etmək lazımdır ki, subyektiv amillərdən asılı olaraq elmi-texniki tərəqqi müxtəlif ölkələrdə eyni templə həyata keçirilmir (3). O da qeyd olunmalıdır ki, bu zaman innovativlik amili reklam məhsulları istehsalında mütləq mənada yalnız qabaqcıl texnologiyalara malik olmağı nəzərdə tutmur. Lakin bu heç də müasir innovasiya proseslərinin idarəedilməsində reklam məhsulları istehsalı zamanı istifadə olunan qabaqcıl texnologiyaların sərhədlərinin məhdudlaşdırılması anlamına da gəlmir.

Reklamda innovasiya fəaliyyətinin idarəedilməsi ilə bağlı yaranan problemlərin həlli qabaqcıl texnologiyalara malik reklam bazarı iştirakçılarının üstünlüyü hesab edilmir və özündə sosial-iqtisadi hadisə və prosesləri birləşdirir. Əgər əksər elmi kəşflərin geniş çap edilməməsini və heç bir reklam iştirakçısının və ya ölkənin mülkiyyəti olmamasını nəzərə alsaq, onda elmi-tədqiqat işlərinin bütün dünya ölkələri üzrə intensiv yayılmasının əhəmiyyətli dərəcədə reklam sahəsində innovasiya fəaliyyətinin inkişafına köməklik göstərdiyinin şahidi olarıq. Bu isə nəticə etibarı ilə bütün ölkələr üzrə yeniliklərin inkişafına və reklam iştirakçıları arasında rəqabət mübarizəsinin kəskinləşməsinə gətirib çıxarır.

Inkişaf etmiş qərb ölkələrində elmi tədqiqat və konstruktor işlərinin təhlili göstərir ki, əksər hallarda yeni reklam xidməti adı altında bazarda mövcud olan bu və ya digər növ reklam xidmətinin yaxşılaşdırılması və bütövlükdə gözlənilən yenisinin təşəkkül tapması başa düşülür. Buna nümunə olaraq ötən əsrin 50-80-ci illərində inkişaf etmiş ölkələrdə bütün yeniliklərin 2/3 hissəsinin mövcud reklam xidmətlərinin texniki xarakteristikalarının yaxşılaşdırılması və ya reklam məhsulları istehsalı üzrə texnologiyanın təkmilləşdirilməsindən ibarət olduğunu göstərə bilərik.

Qabaqcıl transmilli reklam kompaniyaları tərəfindən reklam fəaliyyətinin xarakterini dəyişmək gücündə olan reklam məhsullarının yeniləşdirilmiş nomenklaturasının geniş reklam edilməsi əksər hallarda həqiqəti əks etdirmir. Çünki elmi tədqiqat və konstruktor işləri əsasən mürəkkəb texnoloji proqramların yerinə yetirilməsinə deyil, reklam və reklam fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinə istiqamətlənib. Amerikanın "MS Grow" iri konsaltinq firmasının apardığı tədqiqatlar göstərir ki, ABŞ-ın reklam bazarı iştirakçılarının 90%-i hesab edirlər ki, elmi tədqiqat və konstruktor işlərinə sərf edilən vəsaitlərin özünü ödəməsi üçün ən azı altı il (layihə üzərində işlərə başlanandan sonra) lazım gəlir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, texniki tərəqqinin nisbətən mühüm nailiyyətləri reklam bazarı ilə əlaqəli olan azsaylı sahələrdə (mühüm texniki məsələlərin həll edilməsi zərurəti ilə izah edilən kimya, elektrotexnika və telekommunikasiya) müşahidə olunur və bilavasitə reklam və innovasiya fəaliyyətlərinin intensivləşməsi proseslərinə təsir edir. Təbii ki, belə yavaşma reklam bazarı iştirakçılarının maraqlarına cavab verməklə bərabər, eyni

zamanda reklam xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi üzrə həyata keçirilən qısamüddətli işlərin yerinə yetirilməsi, böyük satış bazarlarının əldə edilməsinə imkan verən yeni növ reklam xidmətlərinin işlənilib hazırlanması, istehsal xərclərinin azaldılmasına köməklik göstərən reklam məhsullarının yaradılması üzrə köhnə proseslərin yaxşılaşdırılması nəticəsində tez və yüksək mənfəətin əldə edilməsini təmin edir. “Yeni reklam xidmətləri” əvvəllər istehsal edilən, hazırlanan reklam məhsullarından əsasən ayrı-ayrı xarakteristikaların (forma, rəng, quruluş və s.) dəyişilməsi ilə fərqlənməklə onların yeni variantını özündə birləşdirir.

Nəticə. Reklam məhsulları istehsalı prosesinin mürəkkəbləşməsi, bazar mövqelərinin qorunub saxlanması üçün elmi tədqiqat və konstruktor işlərinin həcmının artması bazar rəqabətinə tab gətirmək üçün o qədər də böyük resurs potensialına malik olmayan reklam şirkətlərinin qabaqcıl sahələrdə apardıqları innovativ proseslərin güclənməsini obyektiv zərurətə çevirir. Bir qisim reklam bazarı iştirakçısının əlində reklam xidmətləri və məhsulları üzrə konsentrasiya dərəcəsi yüksək olan təklif paketinin formalaşması ilə əlaqədar olaraq aşkar edilmişdir ki, qiymət üzrə rəqabət (bu əsasən bazar payı əldə etməyə səy göstərən reklam bazarının yeni iştirakçılarından “müdafiə” məqsədi ilə istifadə olunur) artıq onlar üçün “əlverişli” deyil. Belə bir şəraitdə təbii ki, bazarda dayanıqlı mövqeyə malik olan reklam bazarı iştirakçıları gəlir itkisinə yol verməmək, ondan özlərini qorumaq üçün qiymət əsasında rəqabət aparmağı məqsədəuyğun hesab etmir, reklam məhsulları və xidmətlərinin differensiasiyası siyasətinin yürüdülməsinə daha çox üstünlük verirlər. Aydındır ki, innovasiya və reklam fəaliyyətinin məhz belə yanaşma əsasında qurulması müasir reklam məhsulları istehsalının obyektiv qanunauyğunluqları ilə şərtlənir.

Ədəbiyyat

1. Аньшин В. М., Филин С. А. Менеджмент инвестиций и инноваций в малом и венчурном бизнесе. М.: Анкил. 2003.
2. Барютин Л. Основы инновационного менеджмента. М.: Экономика. 2004 г. 518 с.
3. Бегиджанов П. М. Особенности инновационного предпринимательства и управление его развитием. - М.: Монолит, 2002. - 411 с.
4. Большаков И.М. К вопросу управления инновационной деятельностью // Российский экономический журнал, 2002, № 3.
5. Котельников В.Ю. Управление инновациями: стратегический подход. М.: Изд-во «Эксмо». 2007 г.
6. Шемякина Т.Ф. Система управления инновационной деятельностью предприятия. М.: Изд-во «Флинта». 2007 г. 272с.

ÖLKƏ İQTİSADİYYATI ÜZRƏ GÖSTƏRİCİLƏRİN MODELLƏŞDİRİLMƏSİ VƏ PROQNOZLAŞDIRILMASI: PROBLEMLƏR VƏ PRAKTİKİ ÇƏTİNLİKLƏR

M.X. Mehdiyev

Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı, Tədqiqatlar və inkişaf mərkəzi,
email: mehdi_mehdiyev@cbar.az

V.R. Əhmədov

Fəlsəfə doktoru, Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı,
email: vugar_ahmadov@cbar.az

S.N. Hüseynov

Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı, Tədqiqatlar departamenti,
Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası, İdarəetmə Sistemləri İnstitutu,
email: salman_huseynov@cbar.az

F.R. Məmmədov

Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı, Tədqiqatlar departamenti,
email: fuad_mammadov@cbar.az

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 2 may 2018; Çapa qəbul edilmişdir 5 iyun 2018;
online-da çap edilmişdir 25 iyun 2018

Received 2 May 2018; accepted 5 June 2018; published online 25 June 2018

Xülasə

Bu məqalədə ölkə iqtisadiyyatı üzrə makroiqtisadi göstəricilərin modelləşdirilməsi və proqnozlaşdırılması zamanı qarşıya çıxan əsas problemlər və praktiki çətinliklər tədqiq olunur. Bu məqsədlə, qeyri-struktur modellər hesab olunan vektor avtoregressiya (VAR) modellərdən istifadə edilir və müxtəlif göstəricilər arasında qarşılıqlı asılılıqlar qiymətləndirilir. Modelə daxil olan göstəricilərin ilkin müayinəsi və təhlili göstərir ki, onların dövrü dinamikasında anomaliyalar və yüksək volatillik mövcuddur. Təkcə bu faktorun özü göstəricilər arasında qarşılıqlı asılılıqları zəiflədən əsas amillərdən hesab oluna bilər. Heç də təəccüblü deyil ki, bir çox hallarda müxtəlif göstəricilərdən istifadə edərək ekonometrik modellər quran araşdırmaçılar onlar arasında statistik əhəmiyyətli asılılıqlar aşkar etməkdə çətinlik çəkirlər. Burada bir sıra statistik metodlardan istifadə etməklə həmin göstəricilərin dinamikasında mövcud olan volatillik və anomaliyaların azaldılmasına cəhd göstərilir. Tərkibinə müxtəlif sayda dəyişənlər daxil edilən VAR modelləri qiymətləndirilir və iki metodologiya (Vaqqoner və Zha (1999) və Banbura, Giannone və Lenza (2014)) əsasında müxtəlif göstəricilər üzrə şərtsiz və şərti proqnoz-

lar hesablanır. Sonda modelləşdirmə və proqnozlaşdırma zamanı qarşıya çıxan praktiki çətinliklər göstərilir və statistik məlumatların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün təkliflər verilir.

Açar sözlər: proqnozlaşdırma, zaman sırası metodları, Bayez metodları.

Jel classification: C11, C13, C32, C53

MODELING AND FORECASTING OF MACROECONOMIC VARIABLES OF THE NATIONAL ECONOMY: PROBLEMS AND PRACTICAL ISSUES

M.Kh. Mehdiyev

Central Bank of the Republic of Azerbaijan, Center for research and development,

V.R. Ahmadov

Ph.D, Central Bank of the Republic of Azerbaijan,

S.N. Huseynov

Central Bank of the Republic of Azerbaijan, Research department,
Azerbaijan national Academy of Sciences, Institute of Control Systems,

F.R. Mammadov

Central Bank of the Republic of Azerbaijan, Research department

Abstract

In this paper, we study main problems and practical issues of modeling and forecasting of macroeconomic variables in the national economy. For that, we employ a structural VAR models and estimate interdependencies among different economic variables. Initial data analysis of macroeconomic variables incorporated into the model show that there exist certain anomalies and high volatility in their dynamics. Only that fact alone can be considered among important factors which strongly contribute to weak interdependencies among variables. It is not surprising that researchers using different macroeconomic variables on the national economy cannot find statistically significant relations among them. Here, we use different statistical methods to reduce volatilities and anomalies present in their dynamics. We estimate VAR models with different number of variables and employ two forecasting methodologies (Waggoner and Zha (1999), Banbura, Giannone and Lenza (2014)) to construct our conditional and unconditional forecasts on several variables. In the end, we demonstrate practical problems of modeling and forecasting of macroeconomic variables and provide some policy recommendations to improve quality of statistical data on the national economy.

Key words: forecasting, time series methods, Bayesian methods.

МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТРАНЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ

М.Х. Мехдиев

Центральный Банк Азербайджанской Республики, Центр исследований и разработок,

В.Р. Ахмедов

Доктор философских наук, Центральный Банк Азербайджанской Республики,

С.Н. Гусейнов

Центральный Банк Азербайджанской Республики, Исследовательский департамент, Национальная Академия Наук Азербайджана, Институт Систем Управления

Ф.Р. Мамедов

Центральный Банк Азербайджанской Республики, Исследовательский департамент,

Резюме

В этой статье рассматриваются основные проблемы и практические трудности, возникающие при моделировании и прогнозировании макроэкономических показателей в экономике страны. Для этой цели используются модели векторной авторегрессии (VAR), которые считаются неструктурными моделями, и оцениваются взаимозависимости между различными показателями. Первоначальный анализ и анализ фигур, включенных в модель, показывают, что их периодическая динамика имеет аномалии и высокую волатильность. Только этот фактор можно рассматривать как один из основных факторов, ослабляющих взаимозависимость между показателями. Неудивительно, что во многих случаях исследователи, использующие эконометрические модели, используя различные индикаторы, испытывают трудности с поиском статистически значимых зависимостей между ними. Используя несколько статистических методов, предпринимаются попытки уменьшить волатильность и аномалии в динамике этих показателей. Оцениваются модели VAR, включающие широкий диапазон переменных, и рассчитываются безусловные и условные прогнозы по разным показателям на основе двух методологий (Вакконер и Зха (1999) и Банбура, Гианноне и Ленза (2014)). В конце указываются практические трудности, возникающие при моделировании и прогнозировании, а также предлагаются рекомендации по улучшению качества статистических данных.

Ключевые слова: прогнозирование, методы временных рядов, методы Баеза.

1. Giriş

Tənzimləyici qurumlar üçün ölkə iqtisadiyyatının vəziyyətini düzgün və dolğun əks etdirən, həmçinin vaxtlı-vaxtında nəşr olunan statistik göstəricilərin əhəmiyyəti böyükdür. Böhran idarəetməsinin müvəffəqiyyəti əksər hallarda əldə olunan statistik məlumatların keyfiyyəti, həmçinin onların operativ və müntəzəm qaydada əldə olunması ilə birbaşa bağlıdır. Başqa ifadə ilə, anti-böhran tədbirlərinin uğuru iqtisadi vəziyyət haqqında təqdim olunan informasiyanın düzgünlüyü ilə yüksək asılılıq nümayiş etdirir.

Aydındır ki, tənzimləyici qurumun iqtisadi vəziyyətə vaxtında düzgün diaqnoz qoyması iqtisadiyyatı böhranlardan və onların dərinləşməsindən qoruyur. Burada obrazlı ifadəyə və ya təşbehə müraciət edib tənzimləyici qurumları həkimlərə də bənzətmək olar. Şübhəsiz, həkimin xəstəliyi düzgün təyin etməsində müvəffəqiyyəti diaqnoz aparatları və laboratoriya alətlərinin dürüst işləməsinə birbaşa bağlıdır. Oxşar olaraq, yalnız iqtisadi vəziyyət haqqında düzgün təsəvvür formalaşdıran statistik məlumatlar tənzimləyici qurumun tədbirlərinin effektivliyini təmin edə bilər. Başqa bir ifadə ilə, problemin təbiəti haqqında düzgün diaqnozun qoyulması və vaxtında zəruri tədbirlərin görülməsi iqtisadi vəziyyətlə bağlı qəbul edilən siqnalların və məlumatların keyfiyyəti ilə düz mütənasibdir.

Heç şübhəsiz, hər bir göstəricinin keyfiyyəti onun daşıdığı informasiya yükünün baş verən prosesləri dolğun və dürüst əks etdirmə dərəcəsinə əhəmiyyətli bağlıdır. Göstəricinin keyfiyyət diapazonu üzrə aşağı səviyyəli qiymətləndirilməsi isə bir sıra amillərdən asılı ola bilər. Göstəricilərin keyfiyyətini aşağı salan faktorlara nümunə olaraq, onların emalı zamanı yanlış tətbiq olunan metodologiyadan qaynaqlanan xətalrı, onların toplanması və aqreqatlaşdırılması zamanı buraxılan texniki qüsurları, ixtiyari və ya qeyri-ixtiyari təhrifləri göstərmək olar.

Bir çox hallarda göstəricilər üzrə ortaya çıxan keyfiyyət problemləri daha ilkin mərhələlərlə bağlı olur. İstifadə etdiyimiz bir çox göstəricilər sorğular vasitəsi ilə əldə olunur və bu mərhələdə baş verən xətalər, sonda, əldə etdiyimiz nəticələrə təsir göstərir. Sorğulardakı problemlər isə onların reprezentativlik və əhatəlilik dərəcəsi, onları dolduran respondentlərin qoyulan suallara səmimi cavab verib-verməməsi, sorğu toplayanın təftiş imkanının olub-olmaması və bunu respondentin bilməsi və s. misal göstərmək olar.

Bu məqalədə ölkə iqtisadiyyatı üzrə makroiqtisadi göstəricilərin modelləşdirilməsi və proqnozlaşdırılması zamanı qarşıya çıxan praktiki çətinliklər, statistik göstəricilərin keyfiyyəti ilə bağlı problemlər və onların qiymətləndirmə nəticələrinə təsirləri tədqiq edilir. Burada göstəricilərin empirik modellərə daxil edilmədən öncəki ilkin müayinəsi, onların dövrü dinamikasının tədqiqi, mövsümi amillərdən təmizlənmə pro-

sesi və bu zaman ortaya çıxan problemlər, göstəricilər arasında ilkin asılılıqların təhlili və onların nəzəri əsaslandırılması məsələlərinə toxunulur.

Statistik göstəricilərin empirik modellərə daxil edilməsindən öncəki təhlilinin vacibliyi aşkar olsa da, bir çox hallarda tədqiqatçılar bu mərhələni sürətlə və səbirsizliklə qət edirlər. Lakin yadda saxlamaq lazımdır ki, model nəticələri statistik göstəricilərin keyfiyyəti ilə birbaşa bağlıdır – yüksək keyfiyyətli nəticələr yüksək keyfiyyətli göstəricilərlə əldə olunur və ya əksinə. Bir çox hallarda tədqiqatçılar məhz statistik məlumatların ilkin tədqiqi və müayinəsinə az vaxt sərf etmələri səbəbindən göstəricilərin nəzəri əlaqələri doğrultmaması nəticəsinə gəlirlər.

Bu məqalədə bütün statistik göstəricilərin ilkin müayinəsini və onlar arasındakı əlaqələrin təhlilini aparmaq fiziki baxımdan mümkün deyil. Buradakı məqsəd əsas makroiqtisadi göstəricilərin (q/n ÜDM, inflyasiya, büdcə xərcləri, sənaye istehsalı, faizlər və s.) ilkin müayinəsini və mövsümi təmizlənməsini apardıqdan sonra onlar arasındakı əlaqələri tədqiq etmək və bu zaman qarşıya çıxan problemləri nümayiş etdirməkdir. Qeyd etmək lazımdır ki, məqalədə istifadə edilən göstəricilər bir çox tədqiqatçıların və siyasət qurucuların tez-tez müraciət etdiyi makroiqtisadi dəyişənlərdir.

Burada biz ilk olaraq, bəzi makroiqtisadi göstəricilərin ilkin müayinəsini və aralarındakı nəzəri əlaqələrin ilkin tədqiqini aparırıq. Biz ilkin müayinə zamanı göstəririk ki, ümumiyyətlə, bir çox göstəricilərin dinamikasında yüksək volatillik mövcuddur. İlk təhlillər həmin göstəricilərin dövrü dinamikasında mövcud olan anomaliyaları və ekstremal qiymətləri aşkarlamağa, bununla bağlı ekspert qiymətləndirməsi aparmağa imkan verir. Sonrakı mərhələdə biz bir sıra interpolasiya metodlarından istifadə etməklə anomaliya hesab etdiyimiz qiymətləri əvəzləyirik. Burada biz həm də mövsümi təmizləmə üsullarına müraciət etməklə göstəriciləri mövsümi amillərdən təmizləyirik.

Sonrakı mərhələdə biz həmin göstəriciləri ekonometrik modellərə daxil edirik. Burada istifadə olunan modellər göstəricilər arasındakı əlaqələri struktura (nəzəri çərçivəyə) salmağa səy göstərmir. Başqa sözlə, müraciət edilən modellər qeyri-struktur modellər olub, daha çox proqnozlaşdırma xidmət edir. Bu məqalədə istifadə olunan modellər müxtəlif miqyaslı (7 və 32 dəyişənli) vektor avtoregressiya (VAR) modelləridir. Həmin modellərdən istifadə etməklə göstəricilərin dinamikasının qarşıdakı dövr üçün proqnozlaşdırması aparılır. Bu zaman proqnozlaşdırma işi şərtsiz və gələcəkdə bir sıra göstəricilərin öncədən müəyyən olunmuş trayektoriya izləyəcəyi şərtini nəzərə alan şərtlə formada həyata keçirilir.

Qiymətləndirmə və proqnozlaşdırma işi göstərir ki, ölkə üzrə bəzi makroiqtisadi göstəricilərin proqnozlaşdırılma imkanı aşağıdır. Bir sıra təhlillər onların proqnozlaşdırma imkanı verən ətalətli komponentinin, demək olar ki, mövcud olmadığına işarə edir. Bu nəticəni həmin göstəricilərin kifayət qədər geniş proqnoz

intervalları da dəstəkləyir. Digər tərəfdən, biz müəyyən edirik ki, əsas makroiqtisadi göstəricilər arasında əlaqələr zəifdir. Məsələn, büdcənin kapital xərclərinin q/n iqtisadi fəaliyyət sahəsi üçün lokomotiv rolunu oynadığını güman etsək də, biz müvafiq makroiqtisadi göstəricilər arasında statistik əhəmiyyətli asılılıqlar aşkarlamırıq. Bu faktı həm ilkin asılılıqların təhlili ilə bağlı apardığımız qiymətləndirmələr, həm də şərtsiz və şərti proqnozlaşdırma nəticələri təsdiqləyir.

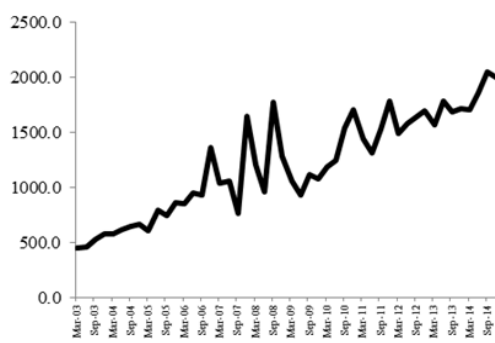
Beləliklə, məqalənin strukturu belədir: 2-ci bölmədə biz bir sıra göstəricilərin ilkin müayinəsini aparır, onlar arasında mümkün qarşılıqlı əlaqələri təhlil edir, qiymətləndirmə və proqnozlaşdırma zamanı istifadə etdiyimiz metodologiyalar haqqında məlumat veririk. 3-cü bölmədə biz iki müxtəlif şərtli proqnozlaşdırma metodologiyasından istifadə etməklə üç müxtəlif ssenari üzrə əsas göstəricilərin proqnozlarını hazırlayırıq. 4-cü bölmədə biz ölkə üzrə statistik göstəricilərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün öz təkliflərimizi verir, 5-ci bölmədə isə ümumi nəticələrimizi qeyd edirik.

2. Statistik məlumatlar və metodologiya

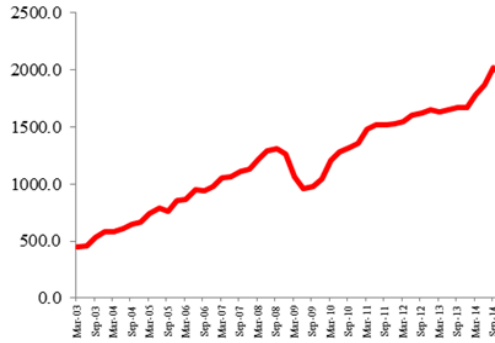
Bu fəsil üç alt bölməyə ayrılır. Birinci bölmədə qiymətləndirmələrə daxil edilən statistik göstəricilərin ilkin müayinəsi və mövsümi təmizlənməsi aparılır. İkinci bölmədə göstəricilər arasında asılılıqlar təhlil olunur. Üçüncü bölmədə isə empirik qiymətləndirmə və proqnozlaşdırma metodologiyası təsvir olunur.

2.1. İlkin müayinə və mövsümi təmizləmə

Məqalədə istifadə edilən statistik göstəricilər rüblük əsasda olub 2003, R1 – 2014, R4 dövrlərini əhatə edir. Aylıq göstəricilərdən müvafiq rüblük göstəriciləri əldə edərkən onların aylıq qiymətlərinin ədədi ortası götürülür (məsələn, IQİ, faiz dərəcələri və s.). Qiymətləndirmə və proqnozlaşdırma zamanı az dəyişənli (7 göstərici) və çox dəyişənli (32 göstərici) VAR modellərindən istifadə olunsada, bu bölmədə modellərə daxil olunan bütün göstəricilərin dinamikasını tədqiq etmək və bu zaman qarşıya çıxan problemləri qeyd etmək qeyri-mümkündür. Lakin nümayiş məqsədi ilə biz bir sıra əsas göstəricilərin dinamikasını təhlil edir, mövsümi təmizləmə, qarşılıqlı asılılıqların tədqiqi və modelin qiymətləndirməsi zamanı ortaya çıxan praktiki çətinlikləri göstəririk.



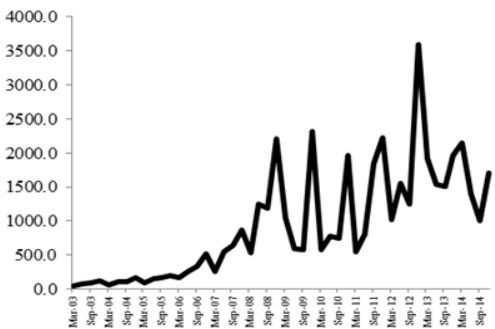
Şəkil 1. Sənaye istehsalının həcmi



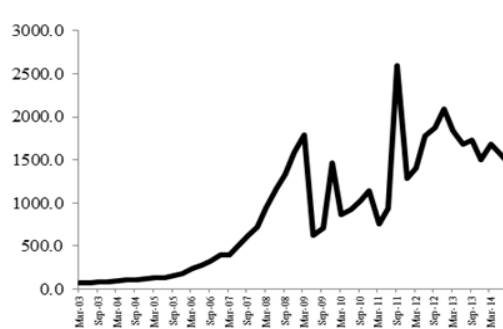
Şəkil 2. Sənaye istehsalının həcmi
(son)

Mənbə: DSK

Bu fəsilə tədqiqat obyekti olan əsas göstəricilər q/n ÜDM-i, sənaye istehsalının həcmi, büdcənin kapital və cari xərcləri, 1-3 aylıq manat kreditləri üzrə faiz dərəcəsi və İQİ indeksidir. Qeyd etmək yerinə düşərdi ki, Dövlət Statistika Komitəsi (DSK) ÜDM və onun komponentlərinin real həcmnin hesablanması iki müxtəlif metodologiya əsasında aparır. Burada istifadə edilən real q/n ÜDM-i 2005-ci ilin sabit qiymətləri (orta) ilə hesablanan rüblük göstəricidir.



Şəkil 3. Büdcənin kapital xərcləri



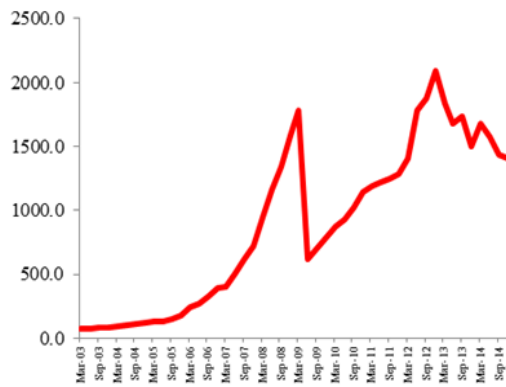
Şəkil 4. Büdcənin kapital xərcləri
(mövsümi təmiz)

Mənbə: DSK

İlk öncə bəzi göstəricilərin dinamikasının ilkin müayinəsinə nəzər yetirək. Cari qiymətlərlə rüblük sənaye istehsalı göstəricisinin dinamikası Şəkil 1-də təsvir edilmişdir. Qrafikdən məlum olur ki, bəzi dövrlərdə sənaye istehsalının həcmi bir rüb ərzində kəskin dəyişmişdir (2006 R4 – 46%, 2007 R4 – 115%, 2008 R3 – 84%). Bəzi rüblərdə isə sənaye istehsalının həcmi keçən ilin müvafiq rübünə nəzərən əhəmiyyətli artım nümayiş etdirir (2006 R4 – 59%, 2008 R3 – 131%, 2010 R4 – 58%). Hesab edirik ki, buradakı dəyişmələr mövsümi xarakter daşımır, çünki mövsümlilik il ərzində təkrarlanan qanunauyğunluğu əks etdirməlidir. Biz burada sənaye

istehsalı həcmnin kəskin dəyişdiyi dövrləri interpolasiya etməyi üstün tuturuq. Nəzərə almaq lazımdır ki, tədqiqat apararkən istifadə etdiyimiz modellər əksər hallarda xətti modellərdir və onların belə kəskin dəyişmələri izah etməsi qeyri-mümkündür. Qeyd edək ki, sənaye istehsalının aylıq göstəricilərinin dinamikasında mövcud olan problemlər və onların volatilliyi rüblük göstəricilərə nəzərən daha dərinidir.

Şəkil 2-də interpolasiya olunmuş sənaye istehsalının həcmi təsvir olunmuşdur. Bu göstəricinin dinamikasına nəzər yetirdikdə, ölkə iqtisadiyyatında baş verən bəzi mühüm hadisələr qabarıq olaraq önə çıxır. Xüsusilə, sənaye istehsalı həcmnin 2008-2009-cu illəri əhatə edən dünya maliyyə böhranı zamanı əhəmiyyətli aşağı düşdüyü aydın olur. Müqayisə üçün həmin göstəricinin orijinal dinamikasına (Şəkil 1) nəzər yetirsək, eyni mülahizələri söyləmək və ya iqtisadiyyatda baş verən prosesləri anlamaq çətindir. Ümumiyyətlə statistik göstəricinin dinamikası təsvir etdiyi prosesi dolğun və düzgün əks etdirməlidir. Əks halda, siyasət qurucuları və təhlilçilər iqtisadi vəziyyət haqqında təhrif olunmuş siqnallar əsasında fikir yürütməli və yanlış nəticələr çıxarmalı olurlar.



Şəkil 5. Büdcənin kapital xərcləri (son)

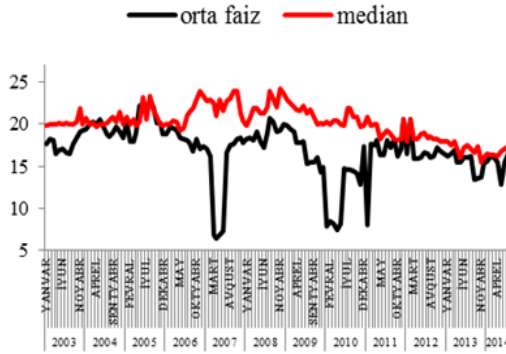


Şəkil 6. Orta faiz dərəcəsi

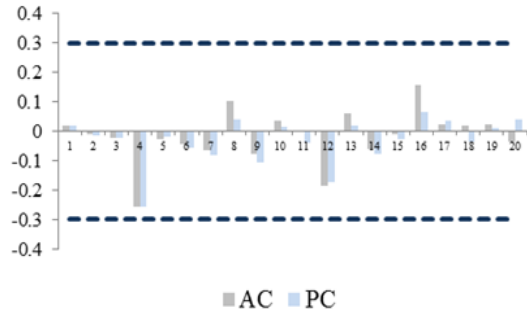
Mənbə: DSK, AMB

Şəkil 3-də büdcənin kapital xərclərinin dinamikasına nəzər yetirək. Bu dinamikadan ölkə iqtisadiyyatında baş verən mühüm hadisələri oxumaq qeyri-mümkündür. Bir çox hallarda rüblük dəyişmələrin miqyası 100%-dən yüksəkdir (məsələn, 2007 R2 – 117%, 2008 R2 134%, 2009 R4 – 294% və s.). Həmin dövr ərzində göstəricinin rüblük həcmnin keçən ilin müvafiq rübünə nəzərən dəyişməsi də böyük volatillik nümayiş etdirir (məsələn, 2006 R4 – 151%, 2007 R2 – 108%, 2008 R4 – 155% və s.). Göstərici üzərində mövsümi təmizləmənin aparılması belə mövcud problemləri həll etmir (Şəkil 4) [Bütün göstəricilər üzrə mövsümi təmizləmə TRAMO-SEATS paketi əsasında aparılır]. Məsələn, mövsümi təmizləmə nəticəsində 2009-cu ilin 4-cü rübündə 2,310 mln manat təşkil edən büdcənin kapital xərci 1,470 mln

manata ensə də, həmin məbləğ hələ də yüksək olaraq qalmaqdadır. Göstərici üzrə mövsümi faktorların təhlili göstərir ki, mövsümi amillər son rübdə büdcənin kapital xərclərinin trenddən yüksək qalmasına səbəb olur. 4-cü rüb üzrə müvafiq məbləğin mövsümi amillərdən təmizlənməsi onun 57% azalmasını təmin etsə də, qalan məbləğdə hələ də mövsümilikdən qaynaqlanan şişmənin olduğu aşkardır. [Ölkə üzrə əsas göstəricilərin mövsümi amillərdən təmizlənməsi məsələsi kifayət qədər problemlidir və bu mövzunun özü müstəqil tədqiqat işi tələb edir. Təcrübə göstərir ki, mövsümi təmizləmə metodlarının ölkə üzrə makroiqtisadi göstəricilərə mexaniki tətbiqi bir çox hallarda yanıltıcı nəticələrə gətirib çıxara bilər]. Bu səbəbdən mövsümi amillərdən adekvat təmizlənmədiyini düşündüyümüz dövrləri interpolyasiya edirik (Şəkil 5) [Kapital xərclərinin interpolasiyası Chou və Lin (1976) üsulu ilə edilmişdir. Bu üsul yüksək tezlikli göstəricinin qısamüddətli dinamikasından istifadə edərək aşağı tezlikli göstəricinin müvafiq tarixlərinə interpolasiya edir. Yüksək tezlikli göstərici adətən iqtisadi hekayə ilə uyuşan göstərici olur. Bu baxımdan aylıq tezlikdə q/n iqtisadi artım göstəricisi istifadə edilmişdir. Burada iqtisadi artımın istifadə edilməsi səbəbi odur ki, kapital xərcləri iqtisadi artıma təsir edən ən önəmli göstəricilərdən biri olduğundan onların dəyişmə dinamikası bir-birini izləməlidir. Nəticələrin etibarlılığını yoxlamaq üçün həmçinin sənaye istehsalı indeksi ilə də interpolasiya edilmişdir və nəticələr oxşar tapılmışdır. Həmçinin, fərqlilik üçün digər interpolasiya üsulları da sınaqdan keçirilmişdir. Sadəcə bütün üsulların nəticələrini məqalədə əks etdirmək kifayət qədər yer tutduğundan biz sadəlik üçün onları bəyan etmədik. Ancaq, nəticələri sorğu əsasında təmin etmək mümkündür]. Beləliklə, göstəricinin sonda əldə olunmuş dinamikasının təhlili ölkə iqtisadiyyatında baş verən proseslər haqqında nisbətən əsaslı mülahizələr yürütməyə imkan verir. Qrafikdən də aydın olduğu kimi, büdcənin kapital xərcləri ilk dövrlərdə sürətlə artsa da, sənaye istehsalında olduğu kimi, 2008-2009-cu illərinin maliyyə böhranı ilə əlaqədar kəskin düşmüşdür. Oxşar düşməni biz 2013-cü və 2014-cü illərdə də müşahidə edirik. Bu mülahizələri göstəricinin orijinal dinamikasına (Şəkil 3) baxaraq söyləmək xeyli çətin olsa da, göstərici üzərində aparılan bir sıra təmizləmə işləri onun son dinamikasının iqtisadi vəziyyəti nisbətən adekvat əks etdirməsini təmin edir.



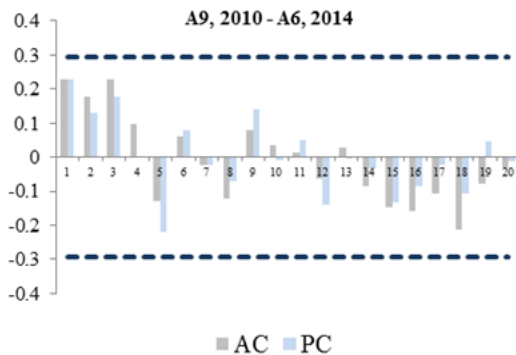
Şəkil 7. Faiz dərəcələri (müqayisəli)



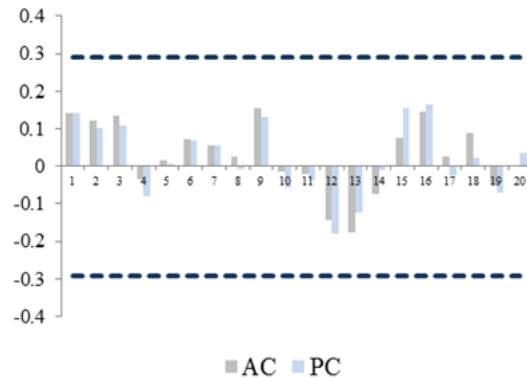
Şəkil 8. Avtokorrelasiya funksiyası (q/n ÜDM)

Mənbə: AMB

1-3 aylıq manatda kreditlər üzrə orta faiz dərəcəsinin (aylıq) dinamikasına nəzər yetirək (Şəkil 6). Bu göstərici 2006-cı ilin dekabr ayında 17.3% ətrafında qərarlaşsa da, onun qiyməti 3 ay sonra (2007-ci ilin mart ayında) 6.8% təşkil etmişdir. Orta faiz dərəcəsi iki ay ərzində yüksələrək yenidən 16.6% ətrafında bərqərar olmuşdur. Həmin dövrün diqqətli təhlili göstərir ki, bu göstəricinin kəskin qalxıb-düşməsi baş verən iqtisadi proseslərlə bağlı deyil. Həmçinin hesab edirik ki, bu göstəricinin müvafiq dövrdə belə volatillik nümayiş etdirməsi bazar fundamentallarını əks etdirmir və bazar faizləri üçün xarakterik hesab oluna bilməz. Bank sektoru üzrə orta faiz dərəcəsinin hesablanması və qarşıya çıxan metodoloji problemlər Hüseynov (2014) tərəfindən geniş təhlil olunmuşdur. Biz də həmin qeydləri nəzərə alaraq, bank sektoru üzrə median faiz göstəricisindən istifadə edirik (Şəkil 7).



Şəkil 9. Avtokorrelasiya funksiyası (inflasiya)



Şəkil 10. Avtokorrelasiya funksiyası (büdcə)

Oxşar müayinə və təmizləmə işləri (mövsümi və s.) digər istifadə edilən göstəricilər üçün də aparılır. Lakin biz burada onları təfəssilatı ilə təsvir etməyi lazım bilmi-

rik. Daha çox digər bir mühüm məsələyə də toxunmaq istərdik. Məqalə makroiqtisadi göstəricilərin proqnozlaşdırılması işini tədqiq etdiyindən istifadə olunan göstəricilərin digər xüsusiyyətləri də əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, q/n ÜDM-i üzrə real artım tempinin (rüblük) avtokorrelasiya (AC) və natamam avtokorrelasiya (PC) funksiyasına nəzər salmaq (Şəkil 8). Tədqiq edilən dövr ərzində göstəricinin (şərtsiz) avtokorrelasiya funksiyası ağ küyün avtokorrelasiya funksiyasından əhəmiyyətli fərqlənir. Məlumdur ki, ağ küyün proqnozlaşdırılması praktiki olaraq qeyri-mümkündür. Bunu ağ küy ilə oxşarlıq nümayiş etdirən q/n ÜDM-nin artım tempi haqqında da söyləmək mümkündür. Ümumiyyətlə, bir göstərici üzrə proqnozlaşdırma işinin müvəffəqiyyətlə aparılması üçün həmin göstəricinin dövr ərzində ətalət (inersiya) nümayiş etdirməsi vacibdir.

Şəkil 9-da inflyasiya göstəricisinin 2010 – 2014-cü illəri əhatə edən dövrdəki dinamikası əsasında hesablanan avtokorrelasiya funksiyası, Şəkil 10-da isə büdcənin kapital xərclərinin avtokorrelasiya funksiyası təsvir edilmişdir. Aydındır ki, q/n ÜDM-nin artım tempi haqqında söylədiyimiz mülahizələri müvafiq göstəricilər üçün də təkrarlamaq olar. Post-neft bəzi dövrlərdəki inflyasiya proqnozlaşdırmasının çətinlikləri haqqında Hüseynov, Əhmədov və Adıgözəlov (2014) öz məqalələrində geniş söhbət açır və qurulan modellərin proqnozlaşdırma qabiliyyətinin aşağı düşməsinə qeyd edirlər.

2.2. Asılılıqların təhlili

Əvvəlki bölmədə bəzi göstəricilərin şərtsiz momentləri üzrə avtokorrelasiya funksiyası təhlil olunmuşdur. Yaxşı olar ki, istifadə edilən göstəricilər üzrə şərti momentlər tədqiq olunmaqla onlar arasında korrelasiya asılılıqlarına və dövr inersiya dərəcəsinə baxılsın. Bu məqsədlə dəyişənlər üzrə öncədən struktur fərziyyəsinə əsaslanmayan ixtisar VAR modellərinə müraciət edirik. Qeyd etmək lazımdır ki, qurulan ixtisar formalı VAR modelləri əsasında nəzəri asılılıqlara söykənən struktur VAR (SVAR) modellərini əldə etmək mümkündür. SVAR modelləri göstəricilər arasındakı nəzəri asılılıqları müəyyənləşdirmək üçün struktur şoklarının identifikasiyası fərziyyəsinə əsaslanır. Bəzən identifikasiya üçün kifayət qədər güclü fərziyyələrə əsaslanmalı oluruq. Lakin bizim bu bölmədəki təhlilimiz nəzəri asılılıqların qiymətləndirilməsindən daha çox təsviri xarakter daşıyan korrelasiya əlaqələrinin ortaya çıxarılmasına xidmət edir.

Biz 2003, R1 – 2014, R4 dövrlərini əhatə edən məlumatlara dayanaraq, 7 göstəricinin (q/n ÜDM-i, neft qiymətləri, büdcənin kapital xərcləri, büdcənin cari xərcləri, ehtiyat pullar, faiz dərəcəsi və İQİ) rüblük artım templəri əsasında (faiz dərəcəsi istisna olmaqla) klassik VAR modeli qururuq. VAR modelinin optimal tərtibi və onun adekvatlıq diaqnostikası aparıldıqdan sonra, müvafiq model əsasında avtokorrelasiya funksiyası hesablanır.

Qeyd etmək lazımdır ki, qurulan avtokorrelasiya funksiyaları vahid statistik nümunə əsasında hesablanır. Hər bir təsadüfi dəyişən kimi qiymətləndirilən avtokorrelasiya funksiyasının statistik əhəmiyyətliliyini müəyyənləşdirmək üçün etibarlılıq intervalları qurula bilər. Bunun üçün Coenen (2000) təklif etdiyi analitik metodologiya əsasında VAR modelinin asimptotik avtokorrelasiya funksiyasının etibarlılıq intervallarını hesablamaq mümkündür. Lakin qiymətləndirmə dövrünün qısa və müşahidələrin sayının nisbətən az olmasını nəzərə alaraq, biz avtokorrelyasiya funksiyasının etibarlılıq intervallarının hesablanması üçün “butstrap” metoduna müraciət edirik. Məlumdur ki, VAR modellərinə daxil edilən göstəricilər üzrə müşahidə dövrü qısaldıqca modeldən əldə olunan əmsalların statistik meyillilik problemi kəskinləşir. Bu səbəbdən biz etibarlılıq intervallarını hesablayarkən VAR modellərindəki əmsalların meyilliliyinə korreksiya verən qeyri-parametrik “butstrap arxasınca butstrap” metodundan (Kilian (1998)) istifadə edirik [Qurulan VAR modelinin optimal tərtibi 2 olaraq müəyyənləşdirilmişdir. Butstrap qiymətləndirməsi apararkən ilk 1,000 replikasiya əsasında əmsalların statistik meyilliliyi hesablanır. Digər 2,000 replikasiya əsasında hesablanan əmsallar meyilliliyə görə korreksiya olunur və həmin əmsallar əsasında hər bir replikasiya üçün avtokorrelasiya funksiyası hesablanır].

Şəkil 11-15-də (bax *Əlavələr*) istifadə olunan göstəricilərin 90%-lik etibarlılıq intervalı daxilində neft qiymətləri (cari və gecikməli) ilə şərti avtokorrelyasiya funksiyası təsvir edilmişdir. Qrafiklərin təhlilindən məlum olur ki, neft qiymətləri ilə q/n ÜDM-i, büdcənin kapital xərcləri, həmçinin inflyasiya arasında asılılıqlar statistik əhəmiyyət kəsb etsə də, pul kütləsi və faiz dərəcələri ilə korrelyasiya statistik əhəmiyyətsizdir. Neft qiymətləri ilə q/n ÜDM-i və inflyasiya arasında korrelyasiya asılılıqlarının statistik əhəmiyyətli olmasına baxmayaraq etibarlılıq intervallarının nisbətən geniş olması avtokorrelasiya funksiyasının qiyməti ilə bağlı qeyri-müəyyənliyin böyük olduğuna işarədir.

Ölkə iqtisadiyyatının dövrü strukturundan məlumdur ki, büdcənin kapital xərcləri makroiqtisadi vəziyyətin konturlarının müəyyən olunmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Bunu nəzərə alaraq, Şəkil 16-19-da (cari və gecikməli) büdcə xərcləri ilə q/n ÜDM-i, pul kütləsi, faiz dərəcəsi və inflyasiya arasında avtokorrelyasiya funksiyası təqdim olunmuşdur. Qrafiklərdən aydın olur ki, büdcənin kapital xərcləri ilə q/n ÜDM-i arasında əhəmiyyətli statistik əlaqə mövcud olmasa da, onunla pul kütləsi, faiz dərəcəsi və inflyasiya arasında əhəmiyyətli asılılıqlar mövcuddur. Yəni qənaət etmək üçün büdcənin cari xərclərinin müvafiq qrafikləri burada təqdim edilməsə də, oxşar olaraq, onun da q/n ÜDM-i ilə asılılığı statistik əhəmiyyətli deyil. Əsasən, büdcə xərclərinin qeyri-neft sektorunu həm investisiya, həm də tələb kanalı vasitəsi ilə dəstəklədiyini düşünsək, belə bir nəticənin əldə olunması xeyli təəccüb doğurur.

Pul kütləsi ilə faiz dərəcələri və inflyasiya arasında əhəmiyyətli statistik əlaqə mövcud olsa da, onunla q/n ÜDM-i arasında asılılıqlar zəifdir (Şəkil 20-22). Digər maraqlı əlaqələr faiz dərəcəsi ilə q/n ÜDM-i və inflyasiya arasındadır (Şəkil 23-24).

Şəkil 25-29-da göstəricilərin variansı və öz gecikmələrindən dövrü asılılığı (inersiyası) təsvir olunmuşdur. Qrafiklərdən məlum olur ki, büdcənin kapital xərclərinin və ehtiyat pullarının rüblük artım templərinin standard kənarlaşmaları müvafiq olaraq təqribən 20% və 10%-dir. Əgər həmin göstəricilərin qiymətləndirmə dövrü ərzində orta artım templərinin 0%-ə yaxın olduğunu nəzərə alsaq, belə standard kənarlaşmalar kifayət qədər böyük hesab oluna bilər. Digər tərəfdən, inersiya yüksək olan göstəricilər pul kütləsini, faiz dərəcəsinə və inflyasiyanı göstərə bilər. Digər göstəricilərin dövrü inersiya əmsalları mənfi və müsbət qiymətlər arasında dəyişdiyindən, böyümə və daralma tsikllərinin bir-birini əvəzləməsinə, həmçinin göstəricilərin qiymətlərində sönmələrin müşahidə olunmasına imkan yaranır.

2.3. Metodologiya

Bu məqalədə istifadə olunan qiymətləndirmə metodologiyaları klassik və Bayez əsaslı VAR (BVAR) modelləri yanaşmasıdır. Biz kiçikmiqyaslı (7 dəyişənli) modeli qiymətləndirərkən klassik VAR yanaşmasından, irimiqyaslı (32 dəyişənli) modeli qiymətləndirərkən isə BVAR yanaşmasından istifadə edirik. Klassik VAR yanaşması standard qiymətləndirmə metodologiyası olduğundan ondan geniş söhbət açmaq istəmirik. Biz burada daha çox BVAR qiymətləndirmə metodologiyası üzərində dayanacağıq.

Ümumiyyətlə, praktikada makroiqtisadi göstəricilərin proqnozlaşdırılması üçün BVAR modellərinə geniş müraciət olunur və bunun əsas səbəbi digər modellərə görə onların proqnozlaşdırma dəqiqliyinin daha yüksək olmasıdır. Klassik VAR yanaşmasından fərqli olaraq BVAR yanaşması Bayez düsturu vasitəsi ilə ilkin qənaətlərin (təsəvvürlərin) statistik məlumatlardan əldə olunan yeni informasiya əsasında yenilənməsinə əsaslanır. Başqa sözlə, tədqiqatçının statistik məlumatlara baxmadan modellərin əmsalları haqqında malik olduğu ilkin təsəvvürlər göstəricilərin daşdığı informasiya yükü əsasında yenilənir. Belə ki, əmsalların qiymətləri ilə bağlı ilkin qənaətlərin (prior) müştərək ehtimal paylanması statistik məlumatların mümkünlük funksiyası ilə qarşılaşdırılaraq əmsallar üzrə posterior ehtimal paylanması əldə olunur. Qeyd etmək lazımdır ki, əgər statistik məlumatlardakı informasiya yükü ilkin qənaətlərdən fərqlənmirsə, bu zaman qiymətləndirilən əmsalların yenilənməsi həyata keçirilmir.

Bu məqalədə Banbura, Giannone və Lenzanın (2010) təklif etdiyi metodologiya əsasında modelin əmsalları ilə bağlı ilkin qənaətlər süni (fiktiv) dəyişənlər vasitəsi ilə modelə daxil edilir. Belə ki, istifadə edilən göstəricilər üzrə müşahidələrə süni dəyişənlər əlavə edilir və ekonometrik qiymətləndirmə aparılır. Birinci qrup süni

dəyişənlər avtoreqressiya əmsalları, ikinci qrup süni dəyişənlər isə kovarians matrisi haqqında ilkin qənaətləri modelə integrasiya etmək üçün istifadə olunur. Üçüncü qrup süni dəyişənlər reqressiya sabiti ilə bağlı qeyri-informativ ilkin qənaətləri, nəhayət dördüncü qrup süni dəyişənlər isə Doan, Litterman və Sims (1984) tərəfindən təklif olunan reqressiya əmsallarının cəmi ilə bağlı qənaətləri modelə daxil edir. Əmsalların ilkin (prior) ehtimal paylanmasının sıxlıq dərəcəsinə nəzarət edən λ parametrinin qiyməti 0.1, cəmi əmsallar üzrə ilkin qənaətin sıxlıq dərəcəsinə tənzimləyən parametrin qiyməti $\tau = 10\lambda$ olaraq müəyyənləşdirilir.

Əmsalların qiymətləndirilməsi Qibbs nümunə götürmə alqoritmi əsasında həyata keçirilir. Başqa sözlə, əmsallar üzrə posterior ehtimal paylanması Qibbs alqoritm vasitəsi ilə approksimasiya edilir. Belə ki, Qibbs alqoritmindən istifadə etməklə şərti posterior ehtimal paylanmasından nümunə götürülməsi 10,000 dəfə təkrarlanır, onlardan ilk 9,000-i atılır və qalan 1,000 nümunə əsasında qiymətləndirmə aparılır.

Bu məqalədə biz şərtsiz proqnozlar üzərində deyil, daha çox müxtəlif ssenari analizlərinin aparılmasına imkan verən, həmçinin siyasət qurucularının da maraq dairəsində olan şərti proqnozlar üzərində dayanacağıq. Praktikada tez-tez çox tənlikli sistemlər üzrə şərti proqnozların hesablanması və onlar üzrə etibarlılıq intervalları qurulması Vaqqoner və Zha (1999) tərəfindən təklif olunmuş alqoritm əsasında həyata keçirilir. Qeyd etmək lazımdır ki, şərti proqnozlaşdırma aparılarkən modeldəki stoxastik şoklarının gözlənilən qiyməti şərtsiz proqnozlaşdırmadan fərqli olaraq sıfır olmur. Vaqqoner və Zha (1999) yanaşması imkan verir ki, müştərək ehtimal paylanma əsasında gələcək şokların trayektoriyası əldə olunarkən müşahidə olunan dəyişənlərin şərti trayektoriyası nəzərə alınsın. Bizim burada istifadə edəcəyimiz birinci şərti proqnozlaşdırma metodologiyası Vaqqoner və Zha (1999) yanaşması olsa da, bu sahədə bir sıra digər yanaşmalar da mövcuddur (Benes, Binning and Lees (2008), Banbura, Giannone and Reichlin (2014) və s.). Bu məqalədə şərti proqnozların qurulması üçün istifadə edəcəyimiz ikinci yanaşma Kalman filterinə əsaslanan Banbura, Giannone və Reichlinin (2014) təklif etdiyi metodologiyadır. Bu yanaşma göstəricilər üzrə müəyyən tarixlərdə mövcud olmayan müşahidələrin Kalman filteri əsasında generasiyası prinsipinə əsaslanır. Kalman filteri dövrü diapazonda rekursiv alqoritm olduğundan proqnoz dövrünün uzunluğu və modelə daxil edilən dəyişənlərin sayı artdıqca Banbura, Giannone və Reichlin (2014) yanaşmasının hesablama üstünlüyü qabarıq olaraq üzə çıxır.

3. Proqnozlaşdırma

Bu fəsildə biz iki sadə və bir mürəkkəb ssenari əsasında hesablanan şərtsiz və şərti proqnozlarımızın nəticələrini təqdim edirik. İlk iki sadə ssenari üzrə proqnozlar əvvəlki bölmədə istifadə etdiyimiz 7 dəyişənli klassik VAR modeli, mürəkkəb ssenari isə 32 dəyişənli irimiqyaslı BVAR modeli əsasında hesablanır. Klassik VAR

modeli üzrə proqnozların hesablanması Vaqqoner və Zha (1999) metodologiyası, irimiqyaslı BVAR modeli üzrə proqnozların hazırlanması isə Banbura, Giannone və Reichlinin (2014) təklif etdiyi yanaşma əsasında aparılır.

Birinci sadə ssenaridə neft qiymətlərinin gələcək bir ildə \$20-a düşmə ssenarisinə baxır və bunun q/n ÜDM-i, büdcənin kapital xərcləri, pul kütləsi, faiz dərəcəsi və inflyasiya üzərində təsirlərini təhlil edirik. İkinci ssenaridə isə biz büdcənin kapital xərclərinin iki rüb ərzində 50% konsolidasiyasının sadalanan göstəricilər üzərindəki təsirlərini tədqiq edirik. Biz əvvəlki ssenarilərdən fərqli olaraq üçüncü ssenaridə (mürəkkəb şoklar) isə vahid şokun deyil, müştərək şokların makroiqtisadi göstəricilər üzərində birgə təsirlərini araşdırırıq. Müürəkkəb şoklar ssenarisində fərz edirik ki, neftin orta qiymətləri 2015, 2016 və 2017-ci illər ərzində müvafiq olaraq \$20, \$40 və \$60 trayektoriyasını izləyir. Bu zaman büdcənin kapital xərclərinin dövr ərzində müvafiq olaraq -50%, -20% və -10% konsolidasiyası həyata keçirilir. Həmin illər ərzində dünya ərzaq qiymətlərinin artım dinamikası -10%, 0% və 2% təşkil edir. Bu ssenaridə, əlavə olaraq, müvafiq dövr ərzində büdcənin cari xərclərinin cüzi azalması və Mərkəzi Bankın AZN/USD məzənnəsini sabit saxlaması fərz olunur.

Bütün ssenarilərdə q/n ÜDM-i, büdcənin kapital xərcləri, ehtiyat pullar, faiz dərəcəsi və İQİ (həmçinin üçüncü ssenaridə cari əməliyyatlar balansı) makro- göstəriciləri üzrə proqnozlar təqdim olunmuşdur (Şəkil 31-51).

(i) Neft qiymət ssenarisi

Neft qiymətlərinin 2015-ci il ərzində \$20-a düşməsinin (-75%) və 4 rüb ərzində həmin səviyyədə qalmasının tədqiq edilən göstəricilər üzərindəki təsirləri Şəkil 31-37-də təsvir edilmişdir. Qrafiklərdən aydın olur ki, neft qiymətlərinin belə sərt düşməsi q/n ÜDM-nin həcmənin şərtsiz proqnozla müqayisədə mötədil daralmasına səbəb olur (Şəkil 30-31). Neqativ neft qiymət şokuna qarşı q/n ÜDM-nin şərtsiz proqnoza görə aşağı olması intuisiyamız ilə üst-üstə düşsə də, q/n ÜDM-nin həcmindəki azalmanın miqyası gözləniləndən nisbətən aşağıdır.

Büdcənin kapital xərclərinin proqnoz dinamikası əsasında mülahizə yürütmək çətinidir (Şəkil 32-33). Belə ki, 1-ci rübdə gözlənilənin əksinə, neft qiymətlərinin aşağı düşməsinə baxmayaraq, büdcənin kapital xərcləri qalxır. 2-ci və 4-cü rüblərdə şərtsiz və şərtli proqnozlar arasında əhəmiyyətli fərq nəzərə çarpmasa da, 3-cü rübdə büdcənin kapital xərclərinin artım tempi şərtsiz proqnozdan əhəmiyyətli aşağıdır. Büdcənin kapital xərclərinin illik cəmi məbləği isə hər iki halda bir-birinə çox yaxındır.

Ehtiyat pullar və faiz dərəcəsinin (Şəkil 34-35) proqnozlarından məlum olur ki, bu göstəricilər üzrə şərtsiz və şərtli ssenarilər arasında əhəmiyyətli fərq mövcud deyil. Başqa sözlə, müvafiq statistik göstəricilər əsasında neft qiymətləri ilə ehtiyat

pullar, həmçinin faiz dərəcələri arasında əhəmiyyətli asılılığın mövcud olmasını mülahizə etmək çətindir.

Neft qiymətlərinin kəskin düşməsi ssenarisində inflyasiyanın əhəmiyyətli azaldığını Şəkil 36-37-dən müşahidə etmək mümkündür. Hər iki ssenarinin təhlilindən belə məlum olur ki, neft qiymətləri ilə inflyasiya arasında əhəmiyyətli asılılıq mövcuddur. Belə fikir yürütmək olar ki, neft qiymətlərindəki kəskin enmə istehsal xərclərini azaltdığından inflyasiyanı aşağı salır. Lakin hesab edirik ki, milli iqtisadiyyat üçün daha səciyyəvi olan neft qiymətlərinin aşağı düşməsi nəticəsində tələb kanalının daralmasıdır ki, bu da inflyasiya üzərində daha güclü azaldıcı təsirə malikdir.

(ii) Büdcənin konsolidasiyası ssenarisi

Büdcənin kapital xərclərinin ardıcıl iki rübdə - R1 ərzində -30% və R2 ərzində isə -20% (kumulyativ -50%) konsolidasiyası ssenarisinə nəzər salaq (Şəkil 38-43). Qrafiklərdən məlum olur ki, büdcə xərclərinin əhəmiyyətli konsolidasiyasına baxmayaraq, q/n ÜDM-in həcmi şərtsiz və şərtli ssenarilərdə bir-birindən elə də fərqlənmir (Şəkil 38-39). Ümumiyyətlə mütəxəssislər arasında belə qənaət hakimdir ki, milli iqtisadiyyatda büdcənin kapital xərcləri q/n ÜDM-in əsas artım mənbəyi kimi çıxış edir. Başqa sözlə, büdcənin kapital xərcləri infrastruktur yatırımları ilə ümumi faktor məhsuldarlığını artırır ki, bu da öz növbəsində məcmu təklifin böyüməsinə təkan verir. Digər tərəfdən, büdcə xərcləri həm də mal və xidmətlər üzrə dövlət tələbini dəstəkləyir ki, bu da məcmu tələb kanalını stimullaşdırır (Hüseynov və Ahamdov (2013)). Beləliklə, neft ixrac edən ölkə kimi büdcə xərclərinin, xüsusilə onun kapital komponenti üzrə xərclərin daxili istehsal üçün əhəmiyyəti böyükdür. Lakin q/n ÜDM-i ilə büdcənin kapital xərcləri arasında əhəmiyyətli asılılığın mövcud olmasını zənn etməyimizə baxmayaraq, bu əlaqə statistik göstəricilərdə öz əksini tapmır.

Şəkil 40-dan məlum olur ki, büdcənin kapital xərcləri ehtiyat pulların dinamikasına güclü təsir göstərir. Belə ki, şərtli ssenaridə büdcənin müvafiq xərclərinin kəskin konsolidasiyası ehtiyat pulların artım dinamikasını əhəmiyyətli aşağı salır. Belə statistik əhəmiyyətli əlaqənin mövcudluğunu faiz dərəcələrinin və inflyasiyanın proqnoz dinamikasından da oxumaq mümkündür (Şəkil 41-43).

(iii) Mürəkkəb şoklar ssenarisi

Qeyd etmək lazımdır ki, mürəkkəb şoklar ssenarisinin ilkin dövrlərində əhəmiyyətli (xarici və daxili) neqativ şokların baş verəcəyi, lakin proqnoz dövrünün sonuna doğru bərpa prosesinin başlayacağı fərz olunur. Bu səbəbdən hesab etmək olar ki, bu ssenari xarici və milli iqtisadiyyatlar üçün böhran ssenarisi hesab oluna bilər. Mürəkkəb şoklar ssenarisində makroiqtisadi göstəricilər üzrə proqnoz nəticələri Şəkil 44-49-da təsvir edilmişdir.

Hər iki proqnoz üzrə q/n ÜDM-in trayektoriyasına nəzər salsaq, şərtli ssenaridə onun artım tempinin əhəmiyyətli aşağı düşməsinə müşahidə edərək (Şəkil

44). Əgər şərtsiz ssenaridə 2015-2017-ci illər ərzində q/n ÜDM-in artım tempi müvafiq olaraq 0.3%, 7.3% və 3.9% təşkil edirsə, mürəkkəb şoklar ssenarisində bu - 3.9%, -0.2% və 2.9% ətrafında formalaşır. Qeyd etmək lazımdır ki, bu ssenaridə q/n ÜDM-in bərpası tədricən baş verir.

Qrafiklərdən məlum olur ki, şərtlə ssenaridə ehtiyat pul kütləsi əhəmiyyətli aşağı düşsə də, faiz dərəcələrində yüksək volatillik müşahidə olunmur (Şəkil 46-47). Belə ki, ilkin dövrlər faizlərin müəyyən dərəcədə aşağı düşməsi ilə yadda qalsa da, dövrün sonuna doğru faiz dərəcələrinin (şərtsiz ssenari ilə müqayisədə) bərpası baş verir. Bu zaman inflyasiya səviyyəsi sıfır faiz ətrafında bərqərar olur, lakin dövrün sonuna doğru yaxşılaşma müşahidə olunmur (Şəkil 48). Qeyd etmək lazımdır ki, büdcənin kapital xərcləri öncədən fərz olunan trayektoriyanı izləyir (Şəkil 45).

Müvafiq dövr ərzində ticarət balansının əhəmiyyətli aşağı düşməsi aydın olsa da, onun neqativ zonaya keçməsinin şahidi olmuruq (Şəkil 49). 2014-cü il ilə müqayisədə cəmi ixracın həcmi -41% düşsə də, idxal məhsullarının həcmində də əhəmiyyətli azalma baş verir (-21%). Bu zaman ticarət balansının saldosu 13.3 mlrd manatdan 5.1 mlrd manata qədər geriləyir.

4. Siyasət tövsiyəsi

Aşağıdakı paraqraflarda yalnız bu məqalədə apardığımız təhlillər və qiymətləndirmələr zamanı qarşılaşdığımız problemlər və onlarla bağlı görüləcək işlər sadalanmır. Biz statistik məlumatların keyfiyyəti ilə bağlı məsələləri bir bütöv olaraq görürük və bu prizmadan mövzuya yanaşmaq istəyirik. Belə ki, bu fəsildə əvvəlki bölmələrdə qeyd olunan problemlərdən və gündəlik təcrübəmizdən yola çıxaraq, bu məsələni daha geniş kontekstə qoymaq və müzakirə etmək məqsədi güdürük.

İlk öncə biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan subyektlərin hesabatlılıq məsələlərinə və bu zaman ortaya çıxan problemlərə nəzər yetirək. Bazar fəaliyyəti ilə məşğul olan iqtisadi və biznes subyektləri bir sıra hesabatlar hazırlamağa və təqdim etməyə qanunla borcludurlar. Onlar Vergilər Nazirliyinə, Dövlət Statistika Komitəsinə, Dövlət Sosial Müdafiə Fonduna, əgər subyekt kommersiya bankıdırsa, əlavə olaraq, Mərkəzi Banka və s. müxtəlif hesabatlar hazırlamalı və təqdim etməlidir. Hesabatların sayının çoxluğu həm subyektlər üçün əlavə məsrəf və xərc, həm də vaxt itkisidir. Bu, həm də hesabatlar arasında eyni göstəricilərlə bağlı ziddiyyətlərin ortaya çıxmasına da qapı açan praktikadır. Qeyd etmək yerinə düşərdi ki, əksər hallarda hesabatların təftiş olunması və yoxlanılması yalnız Vergilər Nazirliyi tərəfindən həyata keçirilir. Təcrübə göstərir ki, hesabatlar üzrə təftiş imkanının olması subyektləri göstərilən məlumatları düzgün və səhih təqdim etməyə məcbur edən əsas faktordur. Əgər nəzərə alsaq ki, təftiş rıçaqı nə Dövlət Statistika Komitəsinin, nə də digər qurumların əlində mövcud deyil (VN istisna olmaqla), bu zaman həmin qurumlara təqdim olunan məlumatların keyfiyyətində problemlər olması təbiidir. Həm tədqiq olunan hesa-

batların sayının azaldılması, həm də onların təftiş imkanının (VN tərəfindən) əldə əsas vasitə kimi saxlanması üçün iqtisadi subyektlərin vahid hesabat forması yaradıla bilər. Bu zaman iqtisadi subyektlər vahid hesabat formasını hazırlayar və dövlət portalından həmin məlumatları sistemə yükləyə bilərlər. Belə olduqda müvafiq qurumlar həmin portaldan zəruri məlumatları qəbul edə, onları icmallaşdırı və emal edə bilərlər. Qeyd etmək lazımdır ki, belə praktikadan beynəlxalq təcrübədə geniş istifadə olunur.

Digər bir məsələ iqtisadi və maliyyə fəaliyyətinin uçota alınması ilə bağlıdır. Bütçənin kapital xərcləri də daxil olmaqla, bir sıra göstəricilərin dinamikasının təhlili göstərdi ki, onların il ərzində volatilliyi yüksəkdir. Məqalədə rüblük göstəricilərdən istifadə etsək də, bu göstəricilərə xas olan yüksək volatilliyi azaltmaq xeyli çətinidir. Bunu yalnız ölkə iqtisadiyyatının gənc və nisbətən doymamış iqtisadiyyat olmasına bağlamaq xeyli nikbin səslənir. Hesab edirik ki, bu problem daha çox biznes subyektləri tərəfindən həyata keçirilən iqtisadi və maliyyə fəaliyyətinin uçota alınması ilə bağlıdır. Məsələn, bununla bağlı bir faktı qeyd etmək kifayətdir – müvafiq göstəricilərin aylıq dinamikasında daha kəskin volatillik müşahidə olunur və elə təkcə bu fakt fəaliyyətin uçota alınmasında problemlər olduğunu nümayiş etdirir. Çox vaxt aylıq hesabat təqdim edən subyektlər biznes fəaliyyətinin rübün sonuncu ayında, rüblük hesabat verənlər isə ilin sonuncu rübündə baş verdiyini göstərilir. Bu, əksər hallarda onunla bağlı olur ki, biznes subyektləri arasında pul və maliyyə hesablaşmaları həmin dövrlərə təsadüf edir. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, satılan mal və xidmətlərin uçota alınma dövrü pul və maliyyə hesablaşmalarının baş verdiyi tarixlər kimi yox, onların təqdim edildiyi tarixlər kimi göstərməlidir. Bütövlükdə, bu problem yalnız biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan subyektlər üçün xarakterik deyil, eyni problemi hətta bütçə təşkilatlarının hesabatlarından da görmək mümkündür (məsələn, bütçə xərcləri).

Qeyd etmək yerinə düşərdi ki, əksər hallarda iqtisadi subyektlər öz biznes fəaliyyəti ilə bağlı statistik məlumatların əhəmiyyətini tam qavramırlar. Ümumiyyətlə sorğulardan da məlum olur ki, ölkədə tanınmış şirkətlər nadir hallarda öz iqtisadi fəaliyyətini əhatə edən əsas göstəricilər üzrə zaman sıraları formalaşdırır və onlar üzrə dinamik yenilənən və müntəzəm istifadə olunan statistik məlumat bazası yaradırlar. Hesab edirik ki, bu həm də biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan şirkətlərin ictimai hesabatlılıq məsələsi ilə də əlaqəlidir. Qanunvericiliyə görə, birjada iştirak edən şirkətlər, səhmdar cəmiyyətlər, kommersiya bankları və dövlət təşkilatları və s. Müntəzəm hesabat verməklə mükəlləfdir. Lakin düşünürük ki, qanunvericiliklə bütün hüquqi şəxslərə rüblük hesabat vermək mükəlləfiyyəti müəyyən olunması həm onların fəaliyyəti ilə bağlı şəffaflığı artıracaq, həm də onların “qara qutu” olmaqdan çıxmasına və rəqabət qabiliyyətliliyini yaxşılaşdırmasına təkan verəcəkdir. Digər

tərəfdən, bu addım həm də onların biznes hesabatı hazırlamaq, göstəricilər üzrə zaman sıraları qurmaq, biznes fəaliyyətini standard hesabat formasına salmaq, o cümlədən göstəriciləri dövr ərzində analiz etmək vərdişlərini püxtələşdirəcəkdir.

Yuxarıdakı paraqraflarda statistik məlumatlarla bağlı keyfiyyət məsələsi daha geniş perspektivdə təqdim olunur. Bununla birlikdə, biz bu məqalədə apardığımız təhlillər və qiymətləndirmələr zamanı qarşılaşdığımız məsələlərdən də söhbət açmaq, problemləri bir az spesifikləşdirmək istəyirik. Lakin bizim bu addımımız yuxarıda sadalanan məsələlərin əhəmiyyətini azaltmaq və ya onlara xələl gətirmək məqsədi güdmür. Aydınır ki, biz burada bütün statistik göstəriciləri təhlil edə, onlarla bağlı problemləri araşdırmağa bilmərik. Hesab edirik ki, bizim bir sıra spesifik nümunələrlə üstündə duracağımız məsələləri digər göstəricilərə də şamil etmək mümkündür.

Əvvəlki fəsillərdə də bəhs olunduğu kimi, bir sıra göstəricilərin dinamikasına nəzər saldıqda onların təməl iqtisadi proseslərlə bağlılığının zəif olduğu ortaya çıxır. Belə ki, bəzi göstəricilərin dinamikası səbəbindən dövr ərzində baş verən iqtisadi prosesləri oxumaq xeyli müşkül məsələyə çevrilir. Qeyd edək ki, müxtəlif göstəricilər üzrə zaman sıralarının qurulması həmin göstəricinin dinamikasında mövcud olan anomaliyaları və ekstrim qiymətləri aşkarlamağa xeyli yardım göstərir. Belə zaman sıralarının qurulması vasitəsilə bir sıra göstəricilərin, məsələn, sənaye istehsalı və ÜDM-in aylıq həcmələrində, həmçinin büdcə xərclərinin rüblük və aylıq həcmələrində və s. mövcud olan anomaliyaları görmək mümkündür. Yuxarıda da qeyd olunduğu kimi göstəricilərin dinamikasındakı belə anomaliyalar çox vaxt şirkətlərin uçota alma təcrübəsi və biznes fəaliyyətinin baş vermə dövrünün rəsmiləşdirməsi ilə birbaşa bağlılıq göstərir. Məsələn, sənaye istehsalının həcmi hesabatlılığı elektron formada portal üzərindən həyata keçirilir. Şirkətlər aylıq hesabatlarını portal üzərindən təqdim etsə də, əvvəlki aylarda verdiyi hesabatlara düzəliş etmək imkanları yoxdur. Lakin düşünürük ki, şirkətlərin düzəliş və ya reviziya imkanının olması həmin göstəricilərin aylıq volatilliyini azaltmağa kömək edər.

Ümumiyyətlə, öncəki illərin təcrübəsi göstərir ki, DSK-nın düzəliş və reviziya praktikası nadir hallarda müşahidə olunur. Məsələn, ÜDM-in artım tempi ilə bağlı açıqlanan məlumatlara çox az düzəliş olunur. Belə praktika, ola bilər ki, ictimaiyyətdə müvafiq düzəlişlərə tolerantlığın aşağı olması ilə bağlıdır və ya ictimai çaşqınlığın qarşısını almaq məqsədi güdür. Lakin beynəlxalq təcrübədə statistik göstəricilərə reviziya praktikası çox normal hal hesab olunur. Məsələn, ABŞ təcrübəsinə görə, əsas statistik göstəricilərdən biri olan ÜDM rüblük əsasda açıqlanır. Belə ki, əvvəlki rübün ÜDM-i üzrə ilkin göstərici həmin rübdən sonrakı birinci ayın sonunda, birinci dəqiqləşdirmə ikinci ayın sonunda, ikinci dəqiqləşdirmə isə üçüncü ayın

sonunda həyata keçirilir. Bundan başqa, altı ay sonra bu göstərici bir daha reviziya olunur və bu proses bir də beş ildən sonra təkrarlanır.

Statistik məlumatların hazırlanması zamanı heç də az əhəmiyyətli məsələ olmayan metodologiya məsələsini də qeyd etmək zəruridir. Həmin məlumatları hazırlayarkən DSK əksər hallarda beynəlxalq praktikanı meyar kimi qəbul edir və göstəriciləri müvafiq metodologiyalar əsasında hesablayır. Statistika komitələrinin istifadə etdikləri metodologiyaların belə harmonizasiyası ölkələr arasında qarşılıqlı müqayisələrin və təhlillərin aparılmasına xidmət edir. BVF, Dünya Bankı, İİÖT və digər beynəlxalq təşkilatlar metodologiyaların belə harmonizasiyanı təşviq edir və dəstəkləyirlər, həmçinin onlara təqdim olunacaq hesabatların həmin metodologiyalar əsasında hazırlanmasını tələb edirlər. Məsələn, DSK bir sıra göstəricilərin (ÜDM, sənaye istehsalı, və s.) real artım tempini hesablayarkən beynəlxalq praktikada az təsadüf edilən metodologiyaya müraciət edir. DSK göstəricinin “dövrün dövrə” artım tempini göstərir və bu zaman baza dövrü bəzən sürüşərək aylara görə dəyişir, bəzən də illərə görə fərqlilik nümayiş etdirir. Lakin DSK BVF-yə hesabat təqdim edərkən onun tələbi əsasında ÜDM-i, sənaye istehsalını və s. sabit qiymətlərlə (məsələn, 2005-ci ilin orta qiymətləri ilə) hesablayır. [BVF-nin ölkə üzrə 2014-cü il oktyabr hesabatında milli hesablar sisteminin harmonizasiyası ilə bağlı hələ görülməyəcək bir sıra işlərin mövcud olduğu qeyd olunur: “Statistik məlumatların beynəlxalq standartlara uyğun olaraq toplanması siyasət qurucuları və investorların daha informativ qərarlar verməsinə imkan verəcəkdir. BVF-nin texniki yardımına söykənən müştərək səylər statistik məlumatların generasiyasını, xüsusilə milli hesablar, fiskal statistika və beynəlxalq investisiya vəziyyəti ilə bağlı məlumatların hazırlanmasını yaxşılaşdırmağa yardım edəcəkdir”]. Qeyd etmək lazımdır ki, “dövrün dövrə” statistikasını və müvafiq metodologiya bu göstəricilər üzrə kumulyativ sıraların qurulmasına imkan vermir. Belə olan hallarda həmin göstəriciləri ekonometrik modellərə daxil etmək və ya beynəlxalq müqayisələr üçün istifadə etmək xeyli çətinləşir.

Hesab edirik ki, DSK-nın beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq, sabit qiymətlərlə və ya sabit çəkirlərlə indeks hesablamaq praktikasına tədricən keçid etməsi təqdirəlayiq haldır. Aydındır ki, köhnə praktika beynəlxalq təşkilatlar, həmçinin model qurucular, empirik tədqiqatçı və təhlilçilər üçün çətinliklər törədir. Məsələn, İQİ göstəricisinin hesablanması Laspeyres indeksi əsasında həyata keçirilir. Lakin istehlak səbətinə daxil olan mal və xidmətlərin çəkirləri müntəzəm olaraq (ən azı illik əsasda) dəyişir. Belə olan halda, İQİ-də baş verən dəyişmələr təkcə qiymət dəyişmələrini deyil, həm də çəki dəyişmələrini də əks etdirir. DSK çəki dəyişmələrini ev təsərrüfatları sorğuları əsasında müəyyənləşdirdiyini qeyd etsə də, hesab edirik ki, belə çəki dəyişmələrinə müntəzəm müraciət olunması praktikası yenidən nəzərdən keçirilməlidir.

Problemlər yalnız aqreqatlaşdırılmış göstəriciləri təhlil etdikdə ortaya çıxmır. Tam tərsinə, həmin göstəricilərin alt komponentlərinin təhlili digər problemləri də

işıqlandırmağa xidmət edir. Məsələn, ÜDM-in xərc metodu əsasında hesablanması BVF-nin tələbi əsasında həyata keçirilir. Bu zaman onun alt komponentlərinin cari qiymətlərlə müvafiq həcmi göstərilir. Həmçinin ev təsərrüfatlarının istehlakı da müvafiq metodologiya əsasında qiymətləndirilir. Dünya Bankı ev təsərrüfatları sorğusu metodologiyasında bir sıra problemlərin mövcud olduğunu qeyd edir. Məsələn, müvafiq hesabatla görə ev təsərrüfatlarının istehlak üzrə Cini əmsalı "... ölkələr üzrə müşahidə olunan ən kiçik Cini əmsallarından biridir". Hesabatda ev təsərrüfatları sorğusunda mövcud olan problemlər daha çox istifadə olunan metodologiyalara bağlanır. Qeyd etmək yerinə düşərdi ki, DSK ev təsərrüfatları ilə bağlı sorğuları təfəsilatı ilə ictimaiyyətə açıqlamır. Belə ki, çox nadir hallarda tədqiqatçılar hər bir ev təsərrüfatı səviyyəsində məlumat bazasına çıxış imkanı əldə edirlər [İlk əvvəllər DSK və Dünya Bankı ev təsərrüfatları sorğusunu birgə keçirirdi. Bu zaman həmin sorğuları ev təsərrüfatları səviyyəsində və təfəsilatlı əldə etmək imkanı mövcud idi. Son dövrlərdə DSK həmin sorğuları artıq özü təşkil edir və ev təsərrüfatları səviyyəsində məlumatları ictimaiyyətə açıqlamır. Hesab edirik ki, bu məlumatlar konfidensial hesab oluna bilməz. Belə ki, həmin sorğuda iştirak edən hər bir ev təsərrüfatı kodlaşdırılır və bu zaman istifadəçilərin hər hansı şəxsi məlumatı əldə etmək imkanı yoxdur].

Qeyd etmək lazımdır ki, BVF-nin tələbi əsasında hesablanan göstəricilər müntəzəm qaydada təqdim olunmur. Düzdür, DSK daha çox köhnə metodologiya ilə məlumatları müntəzəm qaydada təqdim edir və daha çox buna məsuldur. Lakin nəzərə alsaq ki, beynəlxalq qurumlar, tədqiqatçılar və model qurucuları bu göstəricilərdən müntəzəm istifadə edir, bu zaman həmin göstəricilərin nəşr qrafiki xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Xüsusilə siyasət qurucularına əvəzolunmaz material təqdim edən proqnozlaşdırma işi məlumatların müntəzəm yenilənməsi və nəşr olunmasından əhəmiyyətli asılıdır.

Ümumiyyətlə, bu məqalədə apardığımız müxtəlif qiymətləndirmələr göstərdi ki, statistik göstəricilər arasında qarşılıqlı asılılıqlar zəifdir. Həmçinin qeyd olunduğu kimi, istifadə olunan göstəricilərin volatilliyinin böyük olması proqnoz intervalllarının da əhəmiyyətli genişlənməsinə gətirib çıxarır. Təhlillər göstərir ki, xüsusilə son dövrlərdə bir sıra əsas göstəricilərin proqnozlaşdırıla bilmə qabiliyyəti xeyli pisləşmişdir (məsələn, q/n ÜDM, inflyasiya və s.). Bütün bunlar statistik məlumatlarla bağlı keyfiyyət problemlərinə işarə edir və göstərir ki, belə əhəmiyyətli sahədə ciddi irəliləyişlərin əldə olunması üçün xeyli iş görülməlidir.

Burada, xüsusilə büdcənin gəlir və xərc göstəricilərini vurğulamaq yerinə düşərdi. Gözləntilərin əksinə, qiymətləndirmələr göstərir ki, bu göstəricilərin iqtisadi fəaliyyətlə əlaqəsi zəifdir. Buna misal olaraq yuxarıda da qeyd olunduğu kimi, q/n ÜDM-i ilə büdcənin kapital xərcləri arasında qarşılıqlı asılılıqların olmamasını göstərmək olar. Çox təəccüblüdür ki, büdcənin kapital xərclərinin q/n sektorunun əsas lokomotivi olmasını güman etməyimizə baxmayaraq, belə nəzəri asılılıqlar mü-

vəfiq statistik göstəricilər arasındakı əlaqələrdə öz əksini tapmır. Digər tərəfdən, büdcə xərclərinin q/n ÜDM-dən asılılığı da zəifdir. Belə ki, büdcə xərclərinin əsas gəlir mənbələrindən biri olan büdcənin vergi gəlirləri q/n ÜDM-dən zəif asılılıq nümayiş etdirir. Halbuki büdcə gəlirlərinin vergi bazası elə məhz q/n iqtisadi fəaliyyət sahəsini əhatə edən q/n ÜDM-dir.

Hesab edirik ki, statistik məlumatların əhəmiyyətinin ictimaiyyət tərəfindən anlaşılmasında, həmçinin müvafiq qurumlar tərəfindən onların əhəmiyyətinin anlaşılmasında da problemlər mövcuddur. Bu nöqsanların aradan qaldırılması üçün hazırlanan tədbirlər paketində subyektlərə statistik məlumat bazası ilə işləmək, hesabat hazırlamaq, müxtəlif göstəricilər üzrə zaman sıraları qurmaq və s. kimi vərdişlərin aşılması və onların bu sahədə savadlılığının artırılmasını qarşısına məqsəd qoymalıdır. Ümumiyyətlə, cəmiyyətdə hesabatlılıq vərdişlərinin yaradılması, statistik məlumatların əhəmiyyətinin və şəffaflığının təbliğ olunması statistika qurumlarının qarşısında duran mühüm vəzifələrdən biri hesab oluna bilər.

Qeyd etmək istədik ki, yuxarıda bəhs olunan məsələlər müvafiq qurumlar üçün göstəricilərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və mövcud metodologiyaların təkmilləşdirilməsi istiqamətində atılacaq addımlar və görülməli işlər üçün ilkin çərçivə rolunu oynaya bilər. Lakin sonralar ölkə üzrə statistik məlumatların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün geniş platformada statistik hesabat təqdim edən subyektlərin və qəbul edən qurumların iştirakı ilə təfəssilatlı yol xəritəsi hazırlana bilər.

5. Nəticə

Məqalədə müxtəlif makroiqtisadi göstəricilərin modelləşdirilməsi və proqnozlaşdırılması zamanı qarşıya çıxan problemlər və praktiki çətinliklərdən söhbət açıldı. Doğrudur, burada ölkə iqtisadiyyatının makrogöstəriciləri üzrə model quran və proqnozlaşdırma işi aparənlərin qarşılaşdıqları bütün problemlər və çətinliklər əhatə oluna bilməz. Biz burada daha çox siyasət qurucularının tez-tez müraciət etdiyi göstəricilər üzərində dayanmağa çalışdıq.

Aparduğımız təhlillər və qiymətləndirmələr göstərdi ki, makroiqtisadi göstəricilər arasında qarşılıqlı asılılıqlar zəifdir. Çox təəccüblü olsa da, buna nümunə kimi büdcənin kapital xərcləri ilə q/n ÜDM-i arasında qarşılıqlı asılılığın mövcud olmamasını göstərə bilərik. Digər tərəfdən, təhlillər göstərdi ki, artıq son dövrlərdə bir sıra əsas göstəricilərin, daha dəqiq desək, q/n ÜDM-i və inflyasiyanın proqnozlaşdırıla bilən komponenti mövcud deyil. Bu xüsusiyyət həm də özünü həmin göstəricilər üzrə proqnoz intervallarının əhəmiyyətli böyüməsində də büruzə verir. Məhz elə bir sıra göstəricilərin dövrü volatilliyinin yüksək olması proqnozlaşdırma işini çətinləşdirən amillərdən hesab oluna bilər.

Qeyd etmək yerinə düşərdi ki, iqtisadi fəaliyyət bir-biri ilə sıx, möhkəm və qarşılıqlı əlaqə və asılılıqlara malik olan biznes fəaliyyətlərinin məcmusudur. Həmin

əlaqələri ortaya çıxarmaq üçün bizens fəaliyyətinin düzgün uçota alınması vacibdir. Başqa sözlə, iqtisadi fəaliyyəti təhrif etmədən, onları dolğun və dürüst əks etdirən statistik göstəricilərin olması əsas şərtidir. Burada da qeyd olunduğu kimi, bir sıra mövcud praktikalar statistik göstəricilərin keyfiyyətinin aşağı düşməsinə şərait yaradır. Belə ki, vahid hesabatlılıq sisteminin yaradılması əllərində heç bir təftiş çırağı olmayan DSK və digər təşkilatların işini yüngülləşdirəcək və onların daha etibarlı göstəricilər əldə etməsinə imkan verəcəkdir. Digər tərəfdən, uçota alma işinin düzgün təşkili, bütün hüquqi şəxslər üçün ictimai hesabatlılıq mükəlləfiyyətinin müəyyən olunması, biznes fəaliyyəti ilə bağlı şəffaflığın artırılması, köhnə məlumatlara reviziya imkanının əldə olunması, statistik məlumatların hazırlanması metodologiyalarının beynəlxalq metodologiyalarla harmonizasiyası, statistik göstəricilər və onlara çıxış imkanının genişlənməsi, ictimaiyyətin statistik məlumatlarla bağlı maarifləndirilməsi kimi tədbirlər statistik məlumatların keyfiyyətini yaxşılaşdırmağa xidmət edəcəkdir.

Bu məqalədə biz bir sıra göstəriciləri təhlil etmək fürsəti əldə etdik, lakin düşünürük ki, araşdırmaçılar və təhlilçilər belə tədqiqatları digər göstəricilər üçün də aparmalı və problemləri qeyd etməlidirlər. Bunun üçün araşdırmaçıların göstəriciləri əldə etmək imkanını asanlaşdırılmalı, o cümlədən onların tədqiqat və təhlil işləri təşviq olunmalıdır. Belə ki, statistika qurumları yalnız məlumatların toplanması, emal olunması və aqreqatlaşdırılması işini həyata keçirirlər. Lakin göstəricilər arasında asılılıqları təhlil etmək, buradakı problemləri və ziddiyyətləri göstərmək işi araşdırmaçıların üzərinə düşür. Ancaq bu şəkildə biz iqtisadi və biznes fəaliyyətini əks etdirdiyini güman etdiyimiz göstəricilərin keyfiyyətini yoxlaya və bundan əmin ola bilərik.

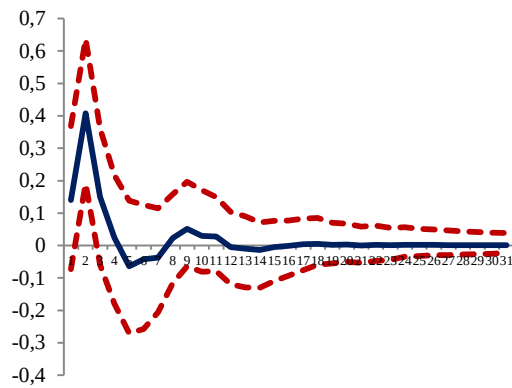
Ədəbiyyat

1. Banbura, Marta, Giannone, Domenico, and Reichlin, Lucrezia, 2010, "Bayesian VARs with Large Panels", *Journal of Applied Econometrics*, Vol. 25(1), pp. 71-92
2. Banbura, Marta, Giannone, Domenico, and Lenza, Michele, 2014, "Conditional Forecasts and Scenario Analysis with Vector Autoregressions for Large Cross-sections", European Central Bank, Working Paper No. 1733
3. Benes, Jaromir, Binning, Andrew and Lees, Kirdan, 2008, "Incorporating Judgements with DSGE models", Reserve Bank of New Zealand, Discussion Paper No. 2008/10
4. Chow, Gregory C & Lin, An-loh, 1971. "Best Linear Unbiased Interpolation, Distribution, and Extrapolation of Time Series by Related Series," *The Review of Economics and Statistics*, MIT Press, vol. 53(4), pages 372-375, November.
5. Coenen, Gunter, 2000, "Asymptotic Confidence Bands for the Estimated Autocovariance and Autocorrelation Functions of Vector Autoregressive Models", European Central Bank, Working Paper No. 9

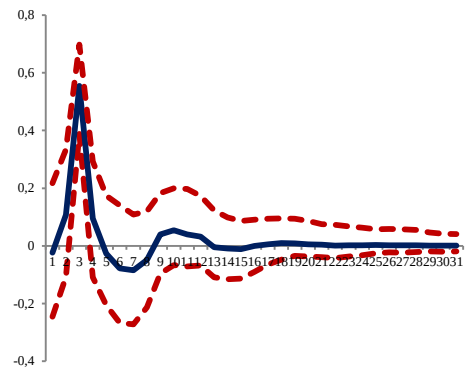
6. Doan, Thomas, Litterman, Robert B. and Sims, Christopher A., 1984, "Forecasting and Conditional Projection Using Realistic Prior Distribution", *Econometric Review*, Vol. 3, pp. 1-100
7. Ersado, Lire, 2006, "Azerbaijan's Household Survey Data: Explaining Why Inequality is so Low?", World Bank, Policy Research Working Paper No. 4009
8. Huseynov, Salman and Ahmadov Vugar, 2013, "Oil Windfalls, Fiscal Policy and Money Market Disequilibrium", Proceedings of the 1st Annual Conference of BCC Program on "Setting up the Monetary Policy Framework: What Role for Financial Sector Considerations?", pp. 101-111
9. Huseynov, Salman, and Ahmadov, Vugar, 2014, "A DSGE Model for Azerbaijan: Estimation and Forecasting", (unpublished)
10. Huseynov, Salman, Ahmadov, Vugar, and Adigozalov, Shaig, 2014, "Beating a Random Walk: "Hard Times" for Forecasting Inflation in Post-Oil Boom Years?", Proceedings of 1st International Conference on "Macroeconomic Policies and Financial Stability Issues in Emerging Markets"
11. Hüseynov, Salman, 2014, "Orta Faiz Dərəcələrinin Hesablanması: Qısa Metodoloji Qeyd", (nəşr olunmayıb)
12. International Monetary Fund (IMF), October 2014, "Aide Memoire of Staff Visit" and Press Release No. 14/479
13. Kilian, Lutz, 1998, "Small Sample Confidence Intervals for Impulse Response Functions", *Review of Economics and Statistics*, Vol. 80(2), pp. 218-230
14. Lutkepohl, Helmut, 2005, *New Introduction to Multiple Time Series Analysis*, Springer
15. Waggoner, F. Daniel, and Zha, Tao, 1999, "Conditional Forecasts in Dynamic Multivariate Models", *Review of Economics and Statistics*, Vol. 81(4), pp. 639-651

ƏLAVƏLƏR

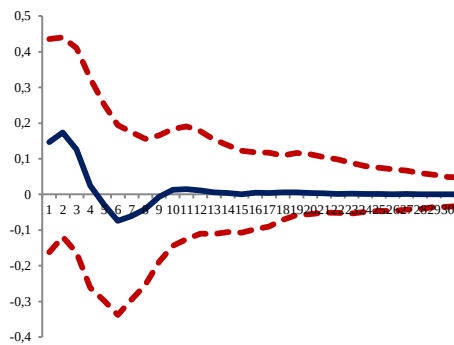
I. VAR modeli və avtokorrelyasiyalar



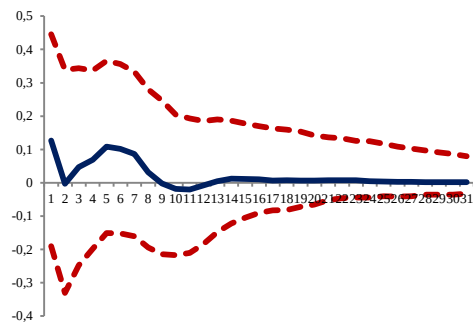
Şəkil 11. q/n ÜDM və neft qiymətləri



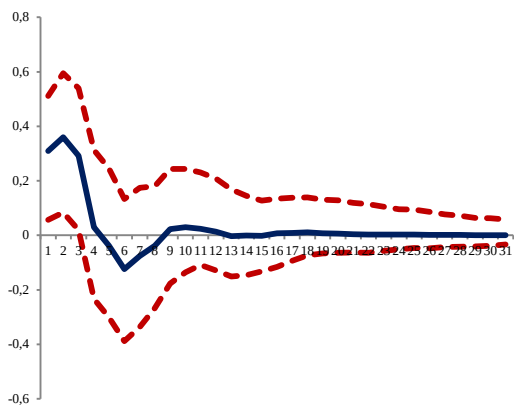
Şəkil 12. Bütçə k/xərcləri və neft qiymətləri



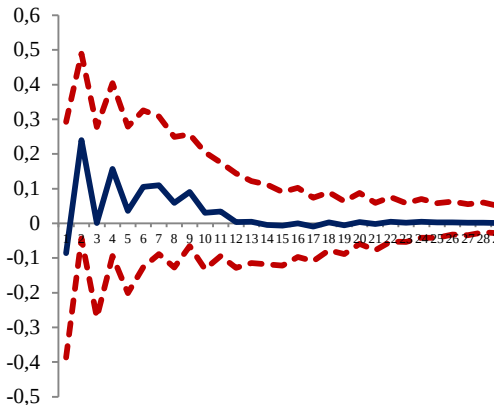
Şəkil 13. Ehtiyat pullar və neft qiymətləri



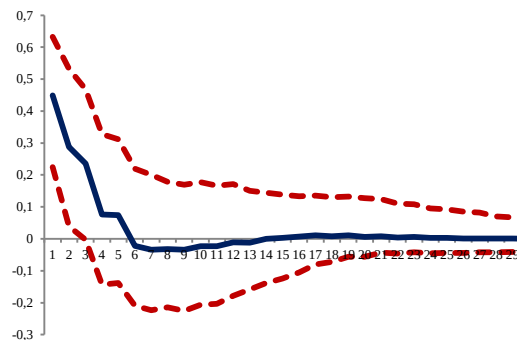
Şəkil 14. Faiz dərəcəsi və neft qiymətləri



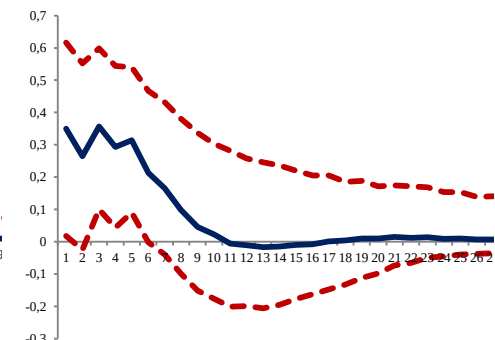
Şəkil 15. İnflyasiya və neft qiymətləri



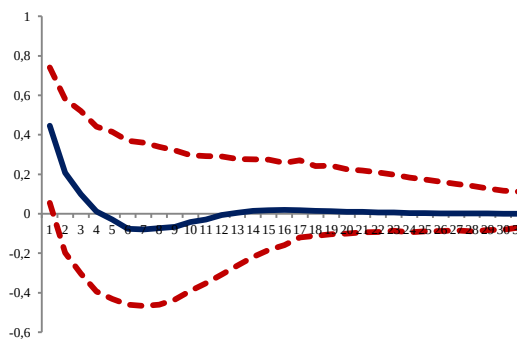
Şəkil 16. q/n ÜDM və büdcənin k/xərcləri



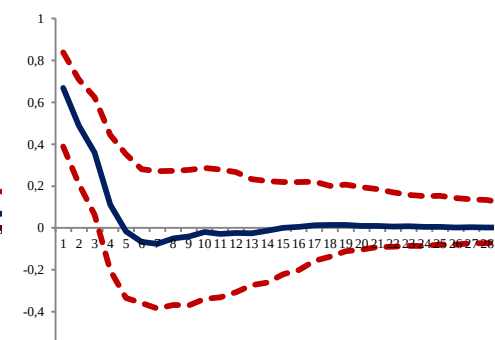
Şəkil 17. Ehtiyat pullar və büdcənin k/xərcləri



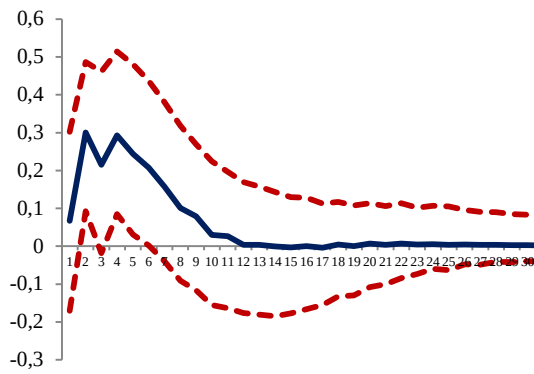
Şəkil 18. Faiz dərəcəsi və büdcənin k/xərcləri



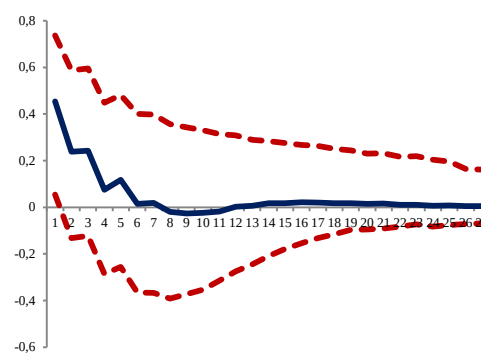
Şəkil 21. Ehtiyat pullar və faiz dərəcəsi



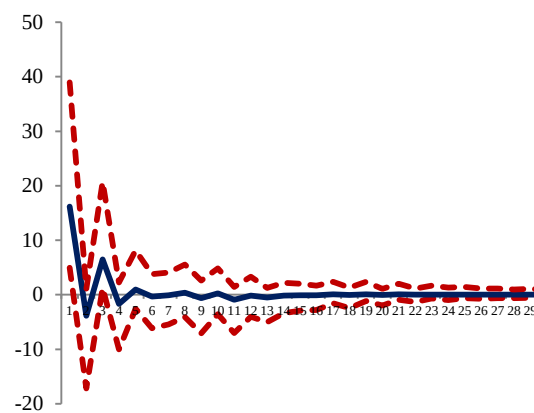
Şəkil 22. Ehtiyat pullar və inflyasiya



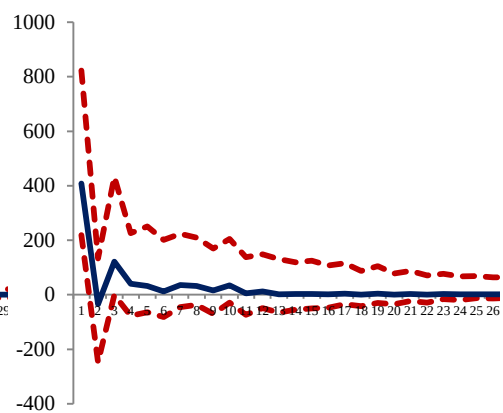
Şəkil 23. q/n ÜDM və faiz dərəcəsi



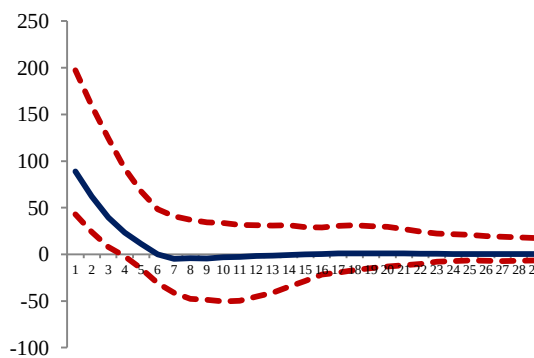
Şəkil 24. İnflyasiya və faiz dərəcəsi



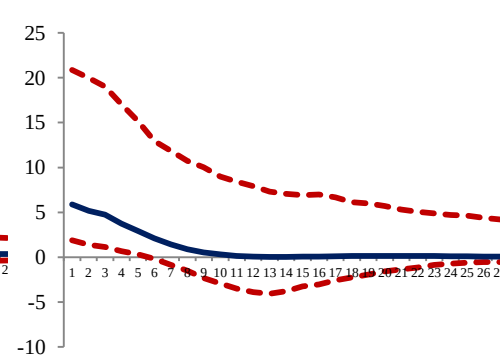
Şəkil 25. q/n ÜDM



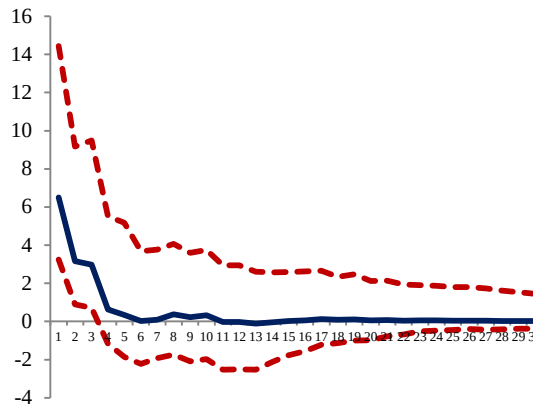
Şəkil 26. Büdcənin k/xərcləri



Şəkil 27. Ehtiyat pullar

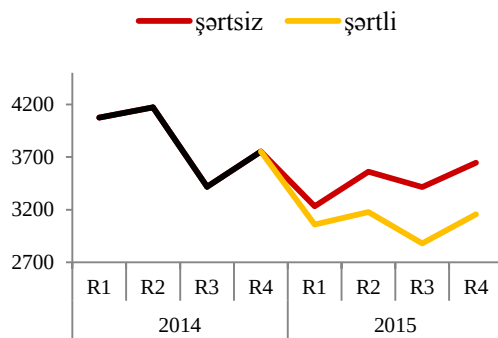


Şəkil 28. Faiz dərəcəsi

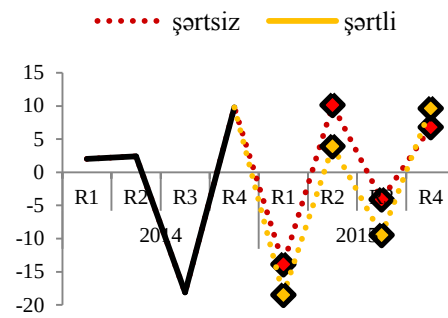


Şəkil 29. İnflyasiya

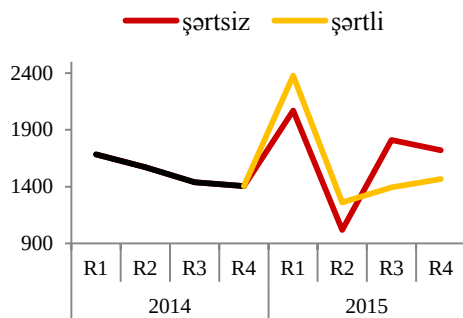
II. Şərti proqnoz: Neft qiymətləri



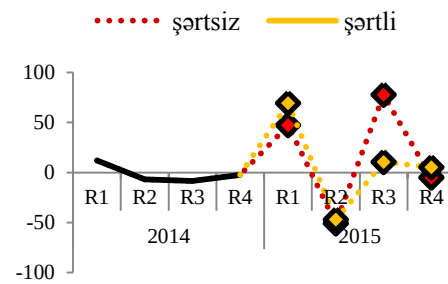
Şəkil 30. q/n ÜDM



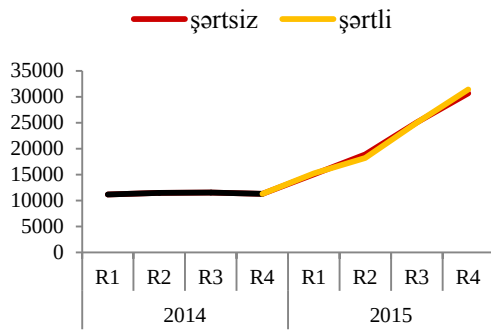
Şəkil 31. q/n ÜDM (artım tempi)



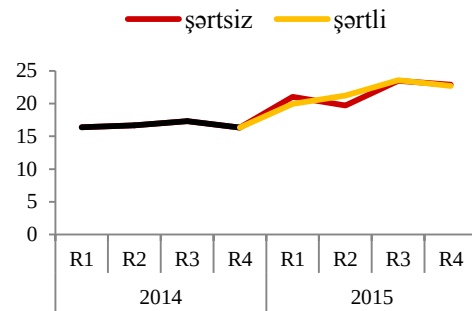
Şəkil 32. Büdcənin k/xərcləri



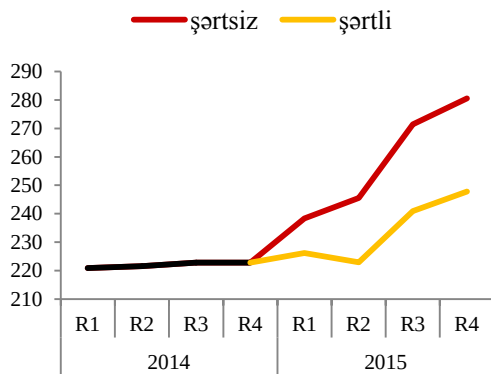
Şəkil 33. Büdcənin k/xərcləri (artım tempi)



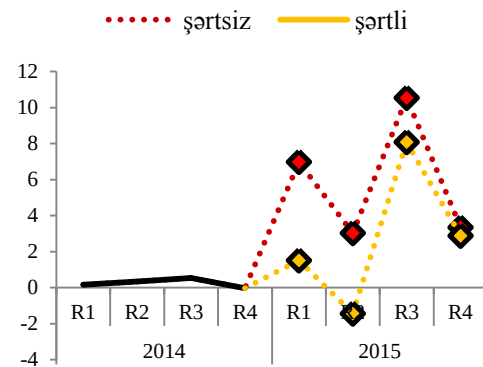
Şəkil 34. Ehtiyat pullar



Şəkil 35. Faiz dərəcəsi

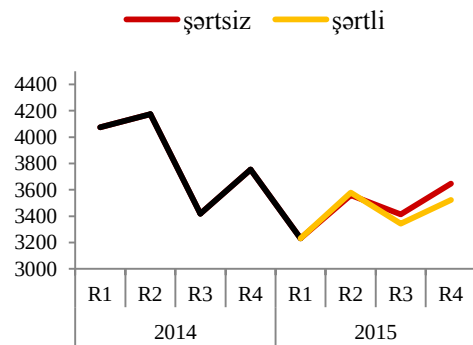


Şəkil 36. İQİ

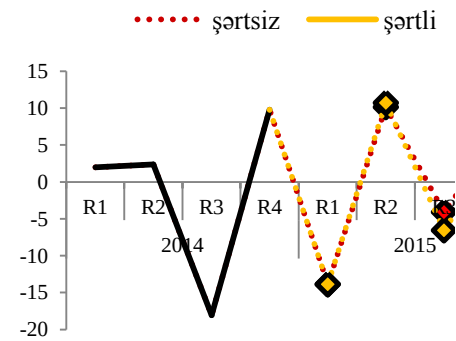


Şəkil 37. İnflyasiya

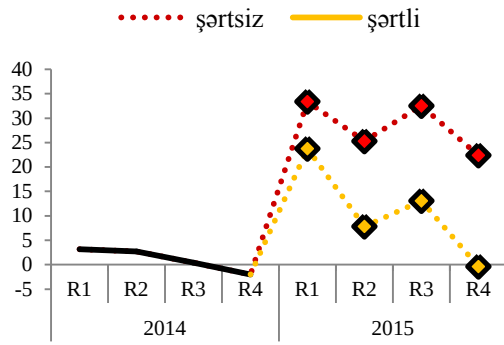
III. Şərtli proqnoz: Bütçə xərcləri



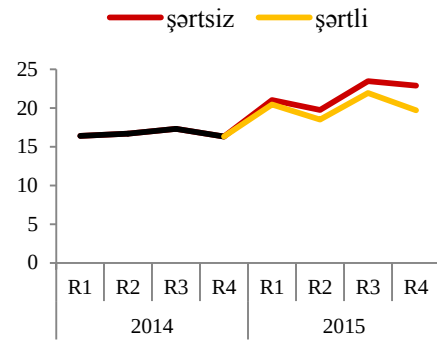
Şəkil 38. q/n ÜDM



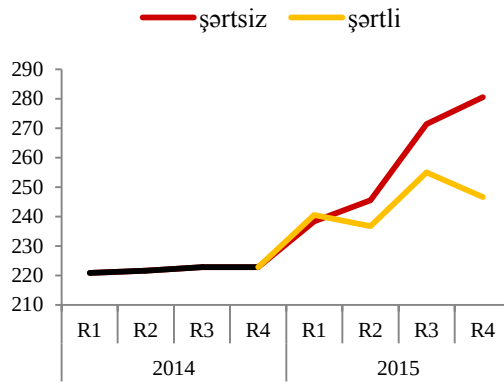
Şəkil 39. q/n ÜDM (artım tempi)



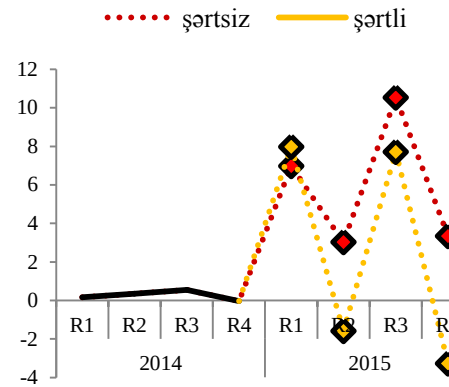
Şəkil 40. Ehtiyat pullar (artım tempi)



Şəkil 41. Faiz dərəcəsi

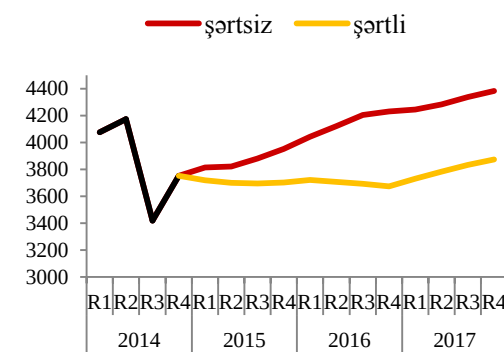


Şəkil 42. İQİ

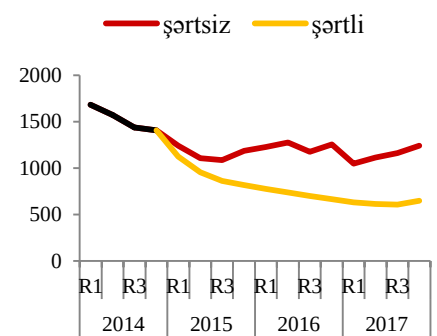


Şəkil 43. İnflyasiya

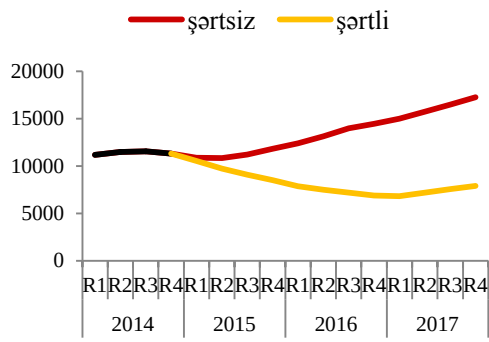
IV. Şərti proqnoz: Mürəkkəb şoklar



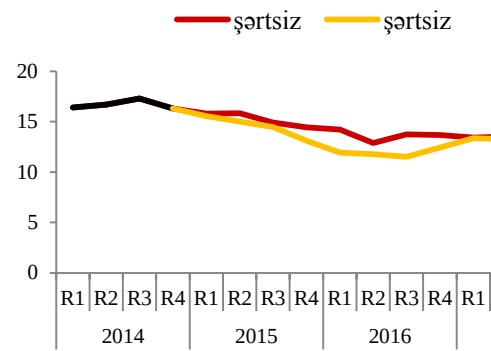
Şəkil 44. q/n ÜDM



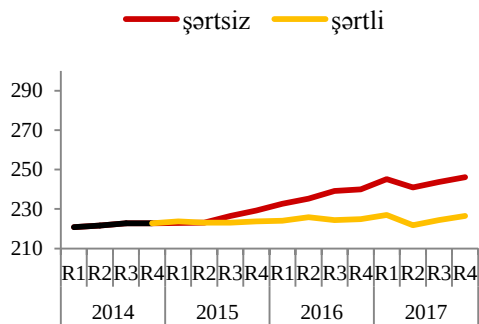
Şəkil 45. Büdcənin kapital xərcləri



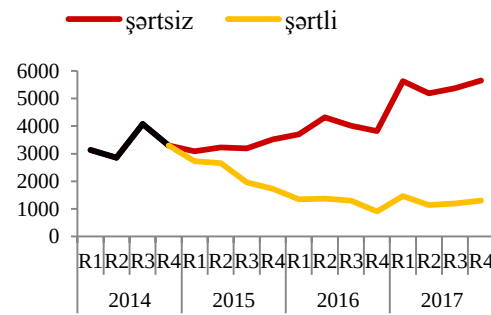
Şəkil 46. Ehtiyat pullar



Şəkil 47. Faiz dərəcəsi



Şəkil 48. İQİ



Ticarət balansı

MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI ÜNSİYYƏT: İŞGÜZAR ALƏMDƏ MƏDƏNİYYƏTLƏRİN FƏRQLİLİYİNDƏN DOĞAN PROBLEMLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ

Ş.Ş. Qəhrəmanova

müəllim, “Menecment” kafedrası, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

email: gahramanovas@gmail.com

Xülasə

Böyük sürətlə gedən qloballaşma prosesi sosial həyatın bütün sahələrində müxtəlif mədəniyyətlərin daşıyıcısı olan insanlar arasında qarşılıqlı əlaqələrin intensivləşməsinə səbəb olmuşdur. İşgüzar aləmdə mədəniyyətlərin fərqliliyi səbəbindən doğan problemlərin idarə edilməsinə həsr olunmuş bu məqalədə effektiv işgüzar münasibətlərin qurulması üçün tələb olunan şərtlər, ümumbəşəri etik prinsiplərin gözlənilməsinin və digər tərəfin mədəniyyətinə anlayışla yanaşmağın vacibliyi, görüş və danışıqlara hazırlaşarkən diqqət yetirilməsi vacib olan məqamlar, tanış olmayan mədəni mühitə uyğunlaşmanın yolları və digər bu kimi məsələlərə aydınlıq gətirilir.

Açar sözlər: qloballaşma, mədəniyyətlərarası ünsiyyət, Hofstedenin mədəniyyət parametrləri nəzəriyyəsi, peşəkar etika.

Jel classification: Z10, Z19

INTERCULTURAL COMMUNICATION: MANAGEMENT OF PROBLEMS ARISING FROM THE DIFFERENCES IN CULTURES IN THE BUSINESS WORLD

Sh.Sh.Gahramanova

Lecturer, Department of Management, UNEC

Abstract

The rapidly progressing globalization process has intensified the interaction between people belonging to different cultures in all areas of social life. Devoted to the management of problems arising from the differences in cultures this study aims to clarify the conditions required for establishing effective intercultural business relations, the importance of respecting universal ethical principles and demonstrating empathy to other cultures and other important issues.

Key words: globalization, cross-cultural communication, Hofstede's cultural dimensions, professional ethics.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: УПРАВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМАМИ, ВОЗНИКАЮЩИМИ В ДЕЛОВОЙ СРЕДЕ ИЗ-ЗА РАЗЛИЧИЙ В КУЛЬТУРАХ

Ш.Ш. Гахраманова

Преподаватель, кафедра «Менеджмент», UNEC

Резюме

Стремительно идущий процесс глобализации способствовал повышению интенсивности взаимосвязей между людьми, являющимися носителями различных культур во всех сферах социальной жизни. В данной статье, посвященной управлению проблемами, порождаемыми различиями культур в деловой среде, рассматривается ряд таких задач, как определение условий, необходимых для построения эффективных деловых отношений, обоснование необходимости соблюдения универсальных принципов и уважительного отношения к культуре других народов, определение важных моментов, требующих особого внимания при подготовке к деловым встречам и переговорам, выявление путей адаптации к незнакомой культурной среде.

Ключевые слова: глобализация, межкультурная коммуникация, типология культурных измерений Хофстеде, профессиональная этика.

Giriş

Qloballaşma prosesi beynəlxalq miqyasda sosial həyatın bütün sahələrində millətlərarası ünsiyyətin və mədəni əlaqələrin intensivləşməsinə səbəb oldu. Ötən əsrin son illərində və XXI əsrdə sosial proseslərin miqyası, müxtəlif xalqların bir-birlərilə qarşılıqlı əlaqəsi o qədər genişləndi ki, hazırda hansısa qrupun, solumun və ya fərdin izolyasiya olunmuş bir cəmiyyətdə yaşaya bilməsini təsəvvür etmək mümkün deyil. Hətta, hələ elmə yaxşı bəlli olmayan, özlərindən başqa digər heç bir sivilizasiyanı tanımayan və qəbul etməyən tayfalar belə, qloballaşma prosesi və elmi-texniki inkişaf sayəsində bu və ya digər şəkildə dünyaya inteqrasiya olunurlar.

Mövzunun aktuallığı. Müxtəlif mədəniyyətlərin daşıyıcısı olan insanlar arasında qarşılıqlı əlaqələrin artdığı bir şəraitdə maksimal dərəcədə qarşılıqlı anlayışa nail olmaq, mədəni dəyərlərin uyğunsuzluğu səbəbindən baş verə biləcək toqquşmaların qarşısının alınması və ya artıq baş vermiş münaqişələrin nəticələrinin aradan qaldırılması kimi vacib məsələlər bu sahənin həm nəzəri, həm də praktik cəhətdən öyrənilməsini aktuallaşdırır. Bu anlamda, tanış olmayan digər mədəni mühitə adaptasiya olmanın yollarının araşdırılması da aktualdır. Təbiidir ki, burada söhbət hamı-

ya uyğun ola biləcək yeni mədəni dəyərlər standartları yaradılmasından deyil, mövcud dəyərlərin daha rahat və münasib şəkildə qarşılıqlı əlaqəsindən gedir.

Qarşıya bir sıra suallar çıxır: müxtəlif ölkələrdən olan işgüzar tərəfdaşlar arasında hər iki tərəfi qane edə biləcək faydalı münasibətləri necə qurmaq olar? Çox kobud və utandırıcı səhvlərə yol vermədən qarşı tərəfi tanımaq, uzunmüddətli münasibətlərin əsasını qoymaq üçün nə etmək lazımdır? Görüşlərə və danışıqlara hazırlaşarkən hansı əsas məqamlara diqqət yetirilməlidir? Gündəlik işgüzar münasibətlərdə effektiv olmaq üçün hansı vacib şərtlər nəzərə alınmalıdır? Bu tədqiqat işinin məhz mədəniyyətlərarası müxtəliflik problemi mövzusunda həsr edilməsinin əsas səbəbi də bu suallara cavab axtarır tapmaqdır, çünki bu kimi məsələlərə diqqətlə yanaşmaq və düzgün yol seçmək həm sahibkarın, həm ümumilikdə biznes sahəsinin, həm də ölkənin nüfuzuna təsir edir.

Problemin öyrənilmə səviyyəsi. Mədəniyyətlərarası ünsiyyət mövzusunda bir çox həm nəzəri, həm də təcrübəyə əsaslanan və bəzən də sanki konkret reseptlər təklif edən kitablar və məqalələr yazılmışdır. Lakin bu kitabların və elmi işlərin əksər hissəsi ingilis dilində, müəyyən bir qismi isə rus və digər dillərdədir. Bu mövzuya aid ən sanballı əsərlərin amerikalı müəlliflər tərəfindən yazılması səbəbindən buradakı yanaşma, aparılan müqayisələr və verilən tövsiyələr amerikalı oxucunun, iş və elm adamlarının prizmasından göstərilir, onların bir amerikalı olaraq digər mədəniyyətlərin daşıyıcıları ilə ünsiyyət zamanı nələrə diqqət yetirməli olduqlarını, amerikan mədəniyyətini necə ehtiyatla təqdim etməli olduqlarını önə çəkir. Lakin azərbaycanlı oxucu üçün yalnız həmin tövsiyələrə istinad etmək arzu olunmayan nəticələrə gətirib çıxara bilər.

Müxtəlif mədəniyyətlərə və dünyagörüşünə malik insanların bir-birlərini qəbul etməsi və onların ünsiyyətində baş qaldıran problemlərə aid yazılan kitablar arasında hollandiyalı sosioloq Gert Hofstedenin “Mədəniyyətin nəticələri: dünya ölkələrində dəyərlərin, davranışların, müəssisə və təşkilatların müqayisəsi” (*Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*) və amerikalı antropoloq alim Edvard Hollun “Gizli parametr” (*The Hidden Dimension*) adlı kitabları xüsusi maraq doğurur və öz aktuallığı ilə seçilir. Bu əsərlərdə ünsiyyət prosesinə və onun nəticələrinə təsir edə biləcək müxtəlif mədəni amillər araşdırılaraq xarakterizə olunur. Bu amillərə aşağıda yenidən nəzər salacağıq.

Qeyd edək ki, Azərbaycan alimlərinin də mədəniyyətlərarası ünsiyyətə aid bir sıra əsərləri vardır. Xüsusilə də 2011-ci il mayın 27-də Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin imzaladığı "Azərbaycan Respublikasında Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumunun təşkili barədə" Fərmanının qüvvəyə minməsindən sonra və növbəti illərdə keçirilən tədbirlər çərçivəsində bir sıra elmi məqalələr və kitablar dərc olunmuş, bu sahə üzrə mütəxəssislərin müxtəlif müstəvilərdə çıxışları olmuşdur.

Lakin həmin əsərlərdə mədəniyyətlərarası əlaqələrin nisbətən dar və yalnız kulturoloji aspektlərinə toxunulur, əsas diqqət daha çox tolerantlıq, xalqların mədəni dəyərlərinə və irslərinə hörmət məsələlərinə yönəldilir. İşgüzar ünsiyyət zamanı bərabər hüquqlu ölkələrin vətəndaşları arasında mədəniyyət fərqi üzündən qarşıya çıxacaq anlaşılmazlıqlara, onların qarşısının alınması yollarına, artıq baş vermiş anlaşılmazlığın nəticələrinin aradan qaldırılmasına isə az yer verilib və ya heç yer verilməyib.

Onu da qeyd etmək yerinə düşərdi ki, “ünsiyyət mədəniyyəti” və “işgüzar ünsiyyət” anlayışları bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olsalar da, onları fərqləndirən bir sıra cəhətlər vardır. Azərbaycan dilində olan ədəbiyyatlarda ünsiyyət mədəniyyətinə müəyyən qədər yer ayrılmasına baxmayaraq, metodoloji aspektdən yanaşdıqda işgüzar ünsiyyət məsələsi demək olar ki, araşdırılmamışdır. Bundan əlavə, ünsiyyət formalarının təhlili qarşılıqlı əlaqədə yox, daha çox avtonom şəkildə aparılmışdır.

Tədqiqat işinin məqsədi. Qeyd etdiyimiz kimi bu tədqiqat işi hazırlanarkən həm azərbaycanlı, həm də xarici müəlliflərin, filosofların, sosioloqların, politoloqların, diplomatların, psixoloqların mədəniyyətlərarası dialoqa, bir çox millətlərin təmsil olunduğu mühitdə işgüzar ünsiyyətə həsr etdikləri yazılardan müvafiq fraqmentlərə istinad edilmişdir. Həmin bu qeyd olunan əsərlərdə mədəniyyətlərarası ünsiyyətin ümumi metodoloji aspektləri öz əksini tapmışdır və onların dəyəri təbii ki, böyükdür. Onlar işgüzar ünsiyyətin mədəniyyət kontekstində öyrənilməsinin nəzəri əsasını təşkil edir. Lakin bu məqalənin yazılmasında əsas məqsəd müasir iş adamının işgüzar ünsiyyəti zamanı özünü büruzə verən problemlər üzərində dayanmaq, bu problemləri doğuran sosioloji və digər faktorları araşdırmaq, linqvistik mexanizmlər, etik prinsiplərin gözlənilməsi, öz mədəniyyətinin daha dərinədən başa düşülməsi və təbliğ edilməsi vasitəsilə iş adamlarının imicinin yaxşılaşdırılması üçün istiqamət göstərmək, eləcə də bu mexanizmlərin aktuallığını və istifadəsinin vacibliyini vurğulamaqdır.

Qloballaşan dünya və mədəniyyətlərarası dialoqun əhəmiyyətinin artması

Son dövrlərdə müşahidə edilən sürətli elmi-texniki inkişaf, qloballaşma, sərhədlərin açılması, səyahət imkanlarının, digər bir ölkənin ərazisində biznes fəaliyyəti ilə məşğul olmaq imkanlarının artdığı bir vaxtda mədəniyyətlərarası münasibətlər də çox intensivləşmişdir. Bu gün öz ölkəsinin sərhədlərindən kənarda işgüzar və digər fəaliyyətlərlə məşğul olmağın adi hala çevrilməsi mədəniyyətlərarası ünsiyyət problemlərinin artmasına təkan verir. Sanki, elmi araşdırma bu sürətli qarşılıqlı münasibətlər tempilə ayaqlaşmaqda çətinlik çəkərək geridə qalır. Mədəniyyətlərarası işgüzar ünsiyyət nəzəriyyəsinin lazımı səviyyədə inkişaf etməməsi insanların müasir mədəniyyətlərarası məkana adaptasiya olunmasına, sosiallaşmasına və nəzərdə tutulan nəticəyə nail olmaq üçün daxili resurslardan səmərəli istifadəsinə imkan yaratmaqda çətinlik çəkir.

Qloballaşan dünyada sürətlə dəyişən mədəni mühit və integrasiya nəticəsində yaranan multikultural cəmiyyətlər elə bir davranışın təşkil olunmasını tələb edir ki, bu ünsiyyətə girənlər arasında mədəni zəmində baş qaldıra biləcək münaqişələrin qarşısını ala bilsin, mümkün mədəniyyət toqquşmaları zamanı bu və ya digər məqsədlərə çatmaq üçün optimal həll yolu tapmağa hazır olsun.

Mədəniyyətlərarası münasibətlər və ünsiyyətlə bağlı məsələləri yalnız bir elm sahəsinin araşdırıb öyrənməsi mümkün deyil. Bu sahəni araşdırmaq və düzgün nəticəyə gəlmək üçün bir çox elm sahələrini bir arada diqqətdən keçirmək, bir çox sual və problemlərə kompleks şəkildə - fəlsəfə, psixologiya, kulturologiya, sosiologiya, dilçilik kimi elmlərin prizmasından yanaşmaq lazımdır. Burada bir-biri ilə əlaqəli olan fərdlərarası münasibətlər və onların formaları, mədəni dəyərlər və ünsiyyət məsələləri, işgüzar ünsiyyət və s. araşdırılmalı və insanların çoxmillətli və çoxmədəniyyətli mühitdə necə davranmalı olduğunu tövsiyə edən, sistemli bir yanaşma təklif edən tədqiqata ehtiyac duyulur.

Mədəniyyətlərarası ünsiyyət problemlərini araşdırarkən bu sahədə yeni tendensiyaların meydana çıxmasının şahidi oluruq. Bəs bu yeni tendensiyalar haradan qaynaqlanır? Bildiyimiz kimi, əvvəlki dövrlərdə dövlət sərhədlərinin xarici vətəndaşlara daha qapalı olduğu üçün bu sərhədləri aşma bilən insanların sayı daha az idi, xüsusilə də post-sovet məkanının insanları üçün. Həmin sərhədləri aşaraq xarici ölkələrə səfər edənlər isə əsasən yaxşı təhsil görmüş, mədəniyyət fərqliliyini dərinlən bilməsə də, bunu ehtimal etmək iqtidarında olan insanlar idilər və həmin insanlar daha çox elm və incəsənət sahələrini, ölkələrini təmsil edirdilər. Hazırda isə dünyada kommersiya fəaliyyətinin genişlənməsi və çoxmillətli olması, viza prosesinin sadələşdirilməsi daha yaxşı həyat, iş, təhsil imkanları axtaran insanların digər ölkələrə, xüsusilə də daha yaxşı həyat və yaşayış şəraiti vəd edən inkişaf etmiş ölkələrə axınını gücləndirib. XXI əsrin ikinci onilliyi isə daha böyük bir problemlə Yaxın və Orta Şərqdə baş qaldıran münaqişələr nəticəsində yerli əhəlinin kütləvi surətdə sakit və xoşbəxt həyat arxasınca Qərb ölkələrinə üz tutması ilə yaddaşlarda qalmaqdadır.

Belə bir şəraitdə ciddi münaqişələrin baş qaldırmaması üçün həm adi insanların, həm də işgüzar fəaliyyətlə məşğul olan insanların digər mədəniyyətlərə uyğunlaşması vacibdir. Lakin, yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, uyğunlaşmaq heç də hansısa dominant bir mədəniyyətin içərisində əriyib yox olmaq deyil. Uyğunlaşmaq və adaptasiya olmaq digər xalqların mədəniyyətlərini anlamağa çalışmaq, onlara mümkün qədər anlayış göstərmək və öz mədəniyyətinin ən yaxşı xüsusiyyətlərinin digərləri tərəfindən normal qəbul edilməsinə çalışmaqdır (Guffey M.E. and Loewy D. Business Communication: Process and Product p.80).

Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, işgüzar aləmdə gündəlik fəaliyyətin uğurla aparılması üçün effektiv ünsiyyət bacarıqları çox vacibdir. Qlobal səviyyədə fəaliyyət

yət göstərən biznes peşəkarları bütün dünyadan olan insanlarla əlaqədə olduqları üçün onlardan mədəniyyətlərarası ünsiyyət sahəsində müvafiq bacarıqlara yiyələnmək tələb olunur. Mədəniyyət fərqlərini başa düşmək və dillə bağlı maneələrə üstün gəlmək müxtəlif mədəniyyətlərdən olan insanlarla əməkdaşlıq edənlərin diqqət yetirməli olduqları əsas məqamlardandır. Çox vaxt işgüzar əlaqələrin yaranmasına və inkişafına tərəfdaşların bir-birinin mədəniyyəti, dəyərləri ilə bağlı məlumatı öyrənmək üçün vaxt ayırmamaları maneçilik törədir ki, bu da beynəlxalq səviyyədə işgüzar fəaliyyətlə məşğul olarkən münasibətlərdə kobud səhvlərə yol verilməsinə gətirib çıxarır. Bu cür səhvlər tərəfdaşları çaşqın salır və tərəflər arasında səmərəli ünsiyyətin qurulmasına əngəl törədir. Aktiv dinləmə, etik normalardan xəbərdar olma və onlara əməl etmə, başqa xalqın dini və mədəni dəyərlərinə, adət-ənənələrinə ehtiramla yanaşma və digər bu kimi ilk baxışda sadə və əhəmiyyətsiz görünən, lakin çox vacib olan məsələlər anlaşılmazlıqların qarşısını almağa və qarşı tərəfin rəğbətini qazanmağa kömək edir.

Bundan əlavə, həqiqi effektivliyə nail olmaq üçün insanlar həmçinin digər millətlərin etik normaları, vaxtdan istifadəyə münasibəti, danışmaq və səs tonu, bədən dili, jestlərin mənası və digər bu kimi məsələlərə də diqqət yetirməlidirlər. Mədəniyyətlərarası ünsiyyət strategiyasının düzgün qurulması insanları digər ölkələrdə işləməyə hazırlayır, digər bir ölkədən olan rəhbər və ya işçi ilə münasibəti düzgün qurmağa kömək edir.

Mədəniyyətlərarası münasibətlərdə səriştənin artırılmasında ən əsas məqamlardan biri də öz mədəniyyətini dərinlən anlamaq və onun hansı çalarlarının digər mədəniyyət daşıyıcıları ilə ünsiyyət zamanı maneə törədəcəyinin fərqlinə varabilməkdir. İkinci addım mədəniyyətlərarası ünsiyyətə maneə yarada biləcək məqamların müəyyənləşdirilməsi və aradan qaldırılmasıdır. Bu maneələrin bəziləri olduqca təbii şəkildə baş verir və bu sahədə təcrübəsi az olanlar nə baş verdiyini dərk etmədən kobud səhvə yol vermiş olurlar. Lakin bəzən bu cür problemlər baş qaldırıqda “Bu nəyə lazımdır? Niyə başqalarını razı salmaq üçün özümü yormalıyam?” deyərək düşüncələr də var. Amma insan mədəniyyətlərarası fərqlərə dair nə qədər çox məlumatlı olsa, ona ciddi və anlayışlı yanaşsa, həyat bir o qədər daha rahat və problemsiz, görülən iş isə daha məhsuldar və zövqverici olar.

Mədəniyyətlərarası fərqlərin mövcud olduğunu diqqətə çatdırmaq üçün bu məsələyə müxtəlif bucaqlardan yanaşmaq lazımdır. İnsan ümumi mədəni dəyərlərdən və onlara hörmət prinsiplərindən xəbərdardırsa, xüsusilə də öz xalqının mədəni dəyərlərini dərinlən bilərək onlara hörmətlə yanaşırsa, o, digər xalqların mədəniyyətinə də anlayış göstərəcək və uyğunlaşa biləcək.

Məsələn, tipik Orta Şərq mədəniyyətinin daşıyıcısı olan orta yaşlı bir şəxsin birdən-birə Qərb mədəniyyətinin müasir daşıyıcıları ilə uyğunlaşması çətinliklə

mümkün olur, ya da heç mümkün olmur. Lakin, yaxşı təhsil görmüş, hətta ölkəsindən kənara çıxmasa belə, həm öz mədəniyyətini dərindən bilən, həm də digər xalqların mədəniyyətlərindən xəbərdar olan və müəyyən fərqlərin ola biləcəyini əvvəlcədən güman edən şəxslər bu cür hallara daha hazırlıqlı olurlar.

Bəs mədəniyyətlər arasında fərqi müəyyənləşdirmək, bu sahədə daha geniş bilgilər əldə etmək üçün hansı məqamlara diqqət yetirilməlidir? Xalqların mədəniyyətlərini başa düşmək üçün onları hansı ümumi parametrlərə əsasən qiymətləndirmək lazımdır? Bunun üçün mədəniyyətlərarası fərqlin müəyyənləşdirilməsinə həsr olunmuş və yuxarıda da qeyd etdiyimiz bir sıra yanaşmaları nəzərdən keçirmək yerinə düşər.

Mədəniyyətin parametrləri

İnsanın özünün mənsub olduğu mədəniyyəti daha dərindən anlaması, ona müxtəlif perspektivlərdən yanaşa bilməsi və onun savadlı daşıyıcısına çevrilməsi üçün, eləcə də öz mədəniyyətindəki hansı özəlliklərin digər yad bir mədəniyyətlə toqquşa biləcəyini anlamaq üçün mədəniyyəti bir neçə əsas parametrlər əsasında nəzərdən keçirək. Bu parametrlərdən biri olan kontekst və ya şərait parametri mədəniyyətlərarası fərqliliyin ilk tədqiqatçılarından biri olan amerikalı antropoloq alim Edvard Hol tərəfindən araşdırılıb. Əslində Holun önəm verdiyi bu parametr ən vacib və müəyyənləşdirilməsi çox çətin olan bir mədəniyyət göstəricisidir. Zəngin və dayaz kontekstə malik olan xalqlarda mədəni faktorların araşdırılmasına həsr edilən “Gizli parametrlər” adlı əsərində yaratdığı modeldə Hol kontekstin, yəni hadisənin baş verdiyi yerdə və şəraitdə mövcud olan motivatorların, mühit və atmosferin əhəmiyyətini önə çəkir (Hall, E.T. *The Hidden Dimension*, New York: Doubleday).

Xalqları zəngin və dayaz mədəniyyət göstəricilərinə görə iki qrupa ayıran Hol qeyd edir ki, dayaz mədəniyyət daşıyıcıları (Amerika, Kanada, Almaniya və s.) işgüzar münasibətlərdə hər bir detallı xırdalılıqlarına qədər vurğulamaqdan çəkinmir, yalnız məntiqin diktəsi ilə hərəkət edir, qarşı tərəfin reaksiyasına, narazı qalmasına, inciməsinə fikir vermir və yalnız qarşıya qoyduğu məqsədlərə çatmaq üçün səy göstəririlər. Bu səbəbdən də dayaz mədəniyyət təmsilçiləri daha zəngin və dərin mədəniyyətə malik xalqların (Yaponiya, Çin, Hindistan, Ərəb dövlətləri) nümayəndələri ilə iş birliyi qurarkən müvafiq anlaşılmaqlar meydana çıxır. Zəngin mədəniyyət daşıyıcıları narazı qaldıqlarını ifadə etmək istəyərkən, rədd cavabı vermək istəyərkən bunu birbaşa yox, dolayısı yolla, səs tonunun, bədən dilinin imkanlarından istifadə edərək daha pozitiv şəkildə qarşı tərəfə çatdırırlar.

Mədəniyyətlərarası ünsiyyətdə diqqət yetirilməli olan digər vacib parametrlər də vardır. Məsələn, mədəniyyətlərarası fərqlilik məsələlərinin ilk tədqiqatçılarından biri və mədəniyyətlərarası fərqlilik nəzəriyyəsinin müəllifi olan hollandiyalı alim Qerard Hofstedenin mədəniyyət parametrləri nəzəriyyəsi hazırda çoxmədəniyyətli

ünsiyyət modeli kimi qəbul olunur. Hər bir nəzəriyyə kimi Hofstede nəzəriyyəsinin də müəyyən çatışmayan cəhətlərinin olmasına baxmayaraq, bu nəzəriyyə müxtəlif sahələrdə, xüsusilə də mədəniyyətlərarası psixologiya üzrə aparılan tədqiqatlarda bir nümunə kimi istifadə olunur. Holun yanaşmasından fərqli olaraq Hofstedenin yanaşması təşkilatların və xalqların hansı coğrafiyada yerləşməsindən asılı olmayaraq, universal parametrlər təqdim etdiyi üçün daha çox populyarlıq qazanmışdır və beynəlxalq menecmentdə və multikultural ünsiyyətdə də geniş istifadə olunur. Öz nəzəriyyəsində Hofstede mədəniyyətin bir neçə əsas parametrini önə çəkir. Onlardan bəzilərinə nəzər salaq:

• **Hakimiyyətin qəbul edilməsi və ona tabeçilik.** Bu parametr, xüsusilə çox-mədəniyyətli işçi heyətin idarə edilməsində əhəmiyyətlidir. Onun əsasında daha aşağı hakimiyyətə malik və ya idarəetmədə iştirakı olmayan insanların idarəetmənin necə aparıldığına, vəzifələrin necə bölüşdürüldüyünə münasibətini əks etdirir. Hər hansı bir xalqın mədəniyyətini təhlil edərkən bu parametrin indeksinin yüksək olması onu göstərir ki, cəmiyyətdə iyerarxiya dəqiq müəyyənləşdirilib və yerinə yetirilir və heç kim də onun doğruluğuna şübhə etmədən fəaliyyət göstərir. İndeksin aşağı olması isə əksinə, onu göstərir ki, cəmiyyətdə insanlar idarəetmənin necə aparıldığını daim nəzarətdə saxlamağa çalışır, tez-tez idarəetməyə müdaxilələr edir və tabe olub-olmamaqla bağlı daim mübahisələr aparır.

• **Kollektivçilik və fərdilik.** Bu parametr hansı mədəniyyətdə insanların daha çox icmanın, qrupun, ailənin fikrinə önəm verməsi məsələsini araşdırır. Hofstede göstərir ki, əsasən özünü və öz məqsədlərini aid olduğu qrupun məqsədlərindən üstün tutan və fərdin müstəqil qərar verməyi bacardığı individualist cəmiyyətlərdə işgüzar münasibətlər qurularkən bu parametərə xüsusi diqqət yetirmək vacibdir.

• **Strateji düşüncə tərz və ya gələcəyə uzunmüddətli və ya qısamüddətli perspektivdən yanaşma.** Bu parametr keçmişlə indinin və gələcəyin əlaqəsini təhlil etməklə müəyyənləşdirilir. Hofstede qeyd edir ki, keçmişə və adət-ənənələrə daha çox bağlı olan mədəniyyətlərdə bu parametrin indeksi daha aşağı olur. Bu cür ölkələrdə iqtisadi inkişaf zəif olur, daha qısamüddətli yanaşma üstünlük təşkil edir. Bu indeksin yüksək olduğu ölkələrdə isə insanların qərarları daha pragmatik, gələcəyə istiqamətlənmiş və uzunmüddətli tərəfdaşlığa fokuslanmış olur.

Hofstedenin təqdim etdiyi bu modelin beynəlxalq praktikada, xüsusilə də işgüzar sahədə tətbiqinə dair bir çox araşdırmalar aparılıb və məqalələr yazılıb. Sosial həyatın müxtəlif sahələrində, xüsusilə də biznes sahəsində Hofstede modelindən geniş istifadə olunur. Xüsusilə də biznes sahəsində mədəni duyurluğu və həssaslığı təşviq etmək müxtəlif millətlərdən olan insanların birgə fəaliyyəti zamanı çox yüksək səmərə verir, insanlar daha effektiv işləyə bilirlər.

İndi isə işgüzar münasibətlər müstəvisində mədəni müxtəliflik zəminində qarşıya daha çox hansı problemlərin çıxdığına, hansı tip mədəni müxtəliflik təzahürlərinin daha tez-tez toqquşduğuna və bu toqquşmaların qarşısının alınması və baş vermiş narazılıqların aradan qaldırılması yollarına nəzər salaq. Aparılan araşdırmalar nəticəsində daha çox aşağıdakı tip problemlərin baş verdiyini görürük: müxtəlif millətlərin nümayəndələrindən ibarət olan işçi heyətin idarə edilməsi, etik dəyərlərin toqquşması, dini zəmində baş verən problemlər, mədəniyyətlərarası ünsiyyətdə dil amili və s.

Məsələn müxtəlif millətlərə, dinlərə, coğrafi əraziyə mənsub insanlardan ibarət işçi heyətin olmasının müvafiq üstünlükləri vardır. Buna misal olaraq aşağıdakıları göstərə bilirik:

- fərqli mədəniyyətlərdən olan müştərilərə lazımınca xidmət göstərilməsi və müştərilərlə münasibətlərin düzgün qurulması;
- komanda işi zamanı daha kreativ fikirlərdən yararlanma imkanı;
- digər mədəniyyət daşıyıcısının təcrübəsindən yararlanma imkanı.

Lakin bu sahədə bir çox çətinliklər də meydana çıxır. Məsələn, yeni insanlara, şəraitə adaptasiya ilə bağlı problemlər, müxtəlif dinlərdən olan insanların ibadətləri arasındakı fərqlilik, etik dəyərlərin toqquşması, ünsiyyət qurmaq problemi və s.

Qeyd edək ki, ünsiyyət qurmaq problemi həm xarici dilin başa düşülməsi baxımından, həm də davranışdakı alışıqlıqlar, istifadə edilən sözlər, jestlər, danışiq tərz-i və s. formada özünü büruzə verir. Bu isə öz növbəsində çətinliyə, ruh düşkünlüyünə, münasibətlərin korlanmasına gətirib çıxarır.

Etik davranış normaları ilə bağlı meydana çıxan problemlərə daha tez-tez rast gəlmək olur. Bu problem, hətta eyni regionun bir-birindən o qədər də uzaq olmayan yerlərindən olan insanlar arasında belə, münaqişəyə gətirib çıxara bilər.

Peşəkar etika sahəsində baş qaldıran problemlər isə ayrı bir məqalənin mövzusu ola bilər. Qısaca qeyd edək ki, hədiyyə vermək və qəbul etmək, rüşvətə münasibət, gender münasibətlərindəki fərqlilik, yumordan istifadə, qaydalara əməl olunması və s. multikultural mühitdə idarəetməni çətinləşdirən amillərdəndir.

Bu çətinliklərin qarşısının alınması məsələsinə gəldikdə isə mədəniyyətlərarası münasibətlər üzrə uzun müddət tədqiqat aparan və öz təcrübəsində bu problemləri yaşayan insanların gəldikləri qənaətə əsasən müxtəlif vasitə və üsullardan yararlanmaq mümkündür.

Qeyd edilən bütün problemlərin qarşısının alınması üçün ən əsas yollardan biri təhsildir. Bildiyimiz kimi, təhsilin, xüsusilə də orta və ali təhsilin həyatımızın bütün sahələrində qarşılaşa biləcəyimiz problemlərin qarşısının alınmasında və ya həll edilməsində rolu əvəzedilməzdir. Təsədüfi deyil ki, Avropa Şurasının Xarici İşlər Nazirlərinin 118-ci Sessiyasında qəbul edilmiş “Mədəniyyətlərarası Dialoqa dair Ağ

Kitab”-da Mədəniyyətlərarası dialoqun təşviqinə beş yanaşmadan biri məhz mədəniyyətlərarası biliklərin öyrənilməsi və tədris olunması məsələsinə həsr olunub (Council of Europe. White Paper on Intercultural Dialogue. Strasbourg, 2008). Sənəddə təhsilin, eləcə də təlim və tərbiyənin müxtəlif yaş dövrlərində və müxtəlif sosial mühitlərdə mədəniyyətlərarası münasibətlərdə biliklərin əldə edilməsində, təcrübə və səriştə qazanılmasında rolu vurğulanmışdır. Orta və ali təhsil dövrü zamanı qazınan biliklərin əhəmiyyəti və əhatə dairəsi bu sənəddə xüsusilə qeyd olunub.

Bundan əlavə, bu sahədə aparılan elmi araşdırmalar və təcrübə nəticəsində yazılmış müxtəlif elmi əsərlər, işlənib hazırlanmış bir çox tövsiyələr multikultural ünsiyyətdə uğur qazanmaq üçün faydalı ola bilər. İşgüzar və mədəniyyətlərarası ünsiyyət üzrə uzun illər tədqiqat aparmış amerikalı müəlliflər M. Ellen Gaffey və D. Loui birgə ərsəyə gətirdikləri “İşgüzar Ünsiyyət” adlı kitabda çoxmədəniyyətli mühitdə harmoniya və rahatlığın birdən-birə yaranmadığını və bunun üçün səy göstərməyin vacib olduğunu qeyd edirlər. Müəlliflər mədəniyyətlərarası müxtəlifliyi problemə yox, üstünlüyə çevirmək, işgüzar ünsiyyət prosesini səmərəli etmək, qlobal mühitdə sivil rəqabət aparmaq üçün bir sıra tövsiyələr təklif edirlər. Bu tövsiyələr arasında ən birinci yerdə təlim dayanır. Müxtəlif mədəniyyətlərə, yaş qruplarına və digər xüsusiyyətlərinə görə fərqlənən insanların eyni təşkilatda birgə və səmərəli fəaliyyət göstərməsini təmin etmək məqsədilə multikultural bilikləri artırmaq və dərinləşdirmək üçün təlimlərin keçirilməsi vacib hesab edilir. Bu cür təlimlər, xüsusilə də müxtəlif mədəniyyət təmsilçilərinin bir yerdə işlədiyi müəssisələrin rəhbərləri üçün çox əhəmiyyətlidir. Kitabda qeyd olunur ki, digərlərinin mədəniyyəti ilə yaxından tanış olan insanlar müxtəlifliyi təhlükə kimi deyil, imkan kimi dəyərləndirə və faydalana bilirlər. Müəlliflər eyni zamanda qarşı tərəfdən daha az anlayış gözləyib, onlara daha çox anlayış göstərmənin də müsbət nəticələr verdiyini vurğulayır.

Tövsiyələrdən biri də qarşı tərəflə tam uyğunluq axtarmamaq və oxşar dəyərlərdən yola çıxıb fərqli cəhətləri uyğunlaşdırmağa çalışmaqla bağlıdır. Burada məsələlərə müxtəlif perspektivlərdən yanaşmağın vacibliyi, müxtəlif baxışların yanaşı mövcud olmasını qəbul etmə, eyni məqsədlərə müxtəlif yollarla çatmağın mümkünlüyü, fərqli təcrübədən yararlanma imkanları önə çəkilir.

Öz mədəniyyətini dərinlən öyrənmək və digərlərinin mədəniyyəti ilə uyğun və fərqli cəhətlərini anlamaq da müəlliflərin çoxmədəniyyətli mühitdə maraqların toqquşmasının qarşısını almaq üçün verdiyi tövsiyələrdəndir.

Beləliklə, aparılan araşdırmalardan belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, çoxmədəniyyətli mühitdə uğurlu fəaliyyət göstərmək üçün öz mədəniyyətini dərinlən öyrənmək və digər xalqların mədəniyyətləri ilə mümkün qədər yaxından tanış olmaq vacibdir. Bu mənada təhsilin və təlimin rolu əvəzedilməzdir. İnsnaların mədəniyyətlərarası fərqi başa düşmələri, müxtəlif mədəniyyətlərə aid olan insanlarla müxtəlif

səviyyələrdə ünsiyyət qurarkən müvafiq ünsiyyət modellərindən istifadə edə bilmələri üçün həm orta və ali təhsil dövründəki tədris, həm də iş yerlərində təşkil edilən təlimlər vasitəsilə bu bilgilər onlara çatdırılmalıdır.

Ədəbiyyat

1. Ferrell O.C., Fraedrick J., Ferrell L. Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases, Ninth Edition. Printed in the USA by Southwestern Cengage Learning in 2013.
2. Business Communication: Process and Product by Mary Ellen Guffey and Dana Loewy (2012, 7th Edition)
3. Business Communication Essentials, John V. Thill Courtland L. Bovee (2011)
4. Shaw W.H. Business Ethics: A Textbook with Cases. Seventh edition. Printed in the USA Wadsworth, Cengage Learning in 2011.
5. Wheelen L.Thomas, Hunger D. Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability. 2012 (13th Edition). Pearson Edition.
6. Aslanova Rəbiyyət. Qloballaşma və mədəni müxtəliflik. Bakı: «Elm», 2004. -264 s. ISBN 5-8066-1632-0
7. <http://www.corporatecompliance.org/Products/AllProducts.aspx>
8. White Paper on Intercultural Dialogue. Launched by the Council of Europe Ministers of Foreign Affairs at their 118 th Ministerial Session (Strasbourg, 7 May 2008)
9. <http://www.dissercat.com/content/mezhkulturnaya-delovaya-kommunikatsiya-i-problemy-formirovaniya-imidzha-sovremennogo-rossiis> (Əsas mənbə)

MİLLİ VALYUTALARDA BEYNƏLXALQ TİCARƏTİN İNKİŞAFI VƏ EHTİYAT VALYUTALAR SİSTEMLƏRİ

N.E. Məmmədov

elmi işçi, İAETİ (UNEC)

e-mail: nazim.mammadov@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 5 iyun 2018; Çapa qəbul edilmişdir 21 iyun 2018;
online-da çap edilmişdir 25 iyun 2018

Received 5 June 2018; accepted 21 June 2018; published online 25 June 2018

Xülasə

Məqalədə milli valyutalarda beynəlxalq ticarətin nəzəri və inkişaf məsələlərinin istiqamətləri müxtəlif aspektlərdən araşdırılır. Milli valyutalarda ticarət ilə bağlı mövcud vəziyyət qiymətləndirilir. Milli valyutada ticarətin stimullaşdırılmasının beynəlxalq təcrübəsi və bu sahədə beynəlxalq əməkdaşlığın vacibliyi göstərilir. Ehtiyat valyuta statusuna malik olan valyutalar və buna nail olmağa əngəl olan amillər haqqında məsələlər göstərilir. Məqalə elmi sistemli təhlil, məntiqi ümumiləşdirmə, statistik təhlil kimi tədqiqat üsulları əsasında yerinə yetirilmişdir. Nəticə olaraq, milli valyutalarda beynəlxalq ticarətin müasir vəziyyəti və trendləri müəyyənləşdirilmişdir. Məhdudiyyətlər: bir sıra hallarda statistik məlumatlara çıxış imkanlarının məhdudluğu və daha müfəssəl və etibarlı məlumatların əldə edilməsi zəruriyyəti. Praktiki əhəmiyyət: məqalə Azərbaycan hökumətinin milli valyutalarda ticarəti ilə bağlı siyasətinə töhfə verməklə yanaşı, yerli və xarici elmi tədqiqatçılar üçün də əhəmiyyətli hesab oluna bilər. Məqalənin elmi yeniliyi və orijinallığı: milli valyutalarda ticarət siyasətinə fərqli aspektdən yanaşma tədqiqatın elmi yeniliyini təşkil edir. Orijinallıq isə tədqiqat zamanı yeni ideya və fikirlərdən istifadə olunmasıdır.

Açar sözlər: milli valyuta, xarici ticarət, beynəlxalq ticarət, valyuta riski, ehtiyat valyuta, bank.

Jel Classification: F33, E42

INTERNATIONAL TRADE DEVELOPMENT IN NATIONAL CURRENCIES AND RESERVE CURRENCY SYSTEMS

N.E.Mammadov

researcher SRIES (UNEC)

Abstract

The article examines theoretical and developmental issues of international trade in national currencies in various aspects. The current situation in commerce in national

currencies is valued. The international experience of stimulation of trade in national currency and the importance of international cooperation in this area are shown. Currencies that have the status of a reserve currency and issues related to the destabilizing factors of its achievement are shown. The article has been implemented on the basis of scientific methods such as scientific analysis, logical analysis, and statistical analysis. As a result, modern trends and trends of international trade in national currencies have been identified. Restrictions: In some cases, the availability of access to statistical information and the need to obtain more accurate and reliable information. Practical significance: The article may contribute to the policy of the Azerbaijani government in the national currency, as well as for local and foreign researchers. The scientific novelty and originality of the article: The approach to trade policy in the national currency from a different aspect organizes the scientific innovation of the research. Originality is the use of new ideas and ideas during the study.

Key words: national currency, foreign trade, international trade, foreign exchange risk, reserve currency, bank.

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ В НАЦИОНАЛЬНЫХ ВАЛЮТАХ И СИСТЕМЫ РЕЗЕРВНЫХ ВАЛЮТ

Н.Э.Маммадов
научный сотрудник НИИЭИ (UNEC)

Резюме

В статье в разных аспектах рассматриваются теоретические вопросы и вопросы развития международной торговли в национальных валютах. Оценивается текущая ситуация, связанная с торговлей в национальных валютах. Указывается важность международного опыта стимулирования торговли в национальной валюте и международного сотрудничества в этой области. Также рассматриваются вопросы валют, имеющие статус резервной валюты и факторы, препятствующие достижению этого статуса. Статья написана на основе таких исследовательских методов как научный системный анализ, логическое обобщение, статистический анализ. Как результат работы определены современное состояние международной торговли в национальных валютах и её тренды. Ограничения: ограниченность, в ряде случаев недоступность статистических данных, а также необходимость более детального и надежного получения информации. Практическое значение: статья может внести вклад в политику правительства Азербайджана в области торговли в национальных валютах, а также может быть по-

лезной для отечественных и зарубежных исследователей. Научная новизна и оригинальность статьи: научной новизной исследования является отличающийся подход к политике торговли в национальных валютах. Оригинальность же заключается в том, что в исследовании были представлены также новые идеи и мысли.

Ключевые слова: национальная валюта, внешняя торговля, международная торговля, валютный риск, резервная валюта, банк.

Son vaxtlar milli valyutalarda beynəlxalq ticarətin artırılması və ehtiyat valyutalar siyahısının genişləndirilməsinin mümkünlüyü haqqında məsələlər tez-tez müzakirə olunur.

Dünya maliyyə bazarlarında böhranlı hadisələr, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə maliyyə mərkəzlərinin inkişafı və yerli valyutaların istifadəsinin genişləndirilməsi üçün yeni imkanlar açır. Xarici ticarət fəaliyyətində milli valyutaların istifadəsinin genişləndirilməsi məsələsinə, aidiyyəti ölkələrin maliyyə sektorunun bütövlükdə inkişafı kontekstində baxılmalıdır. Hal-hazırda milli valyutalarda xarici ticarətin genişlənməsinin obyektiv çətinlikləri mövcuddur. Valyuta məzənnələrinin qeyri-sabitliyi son iki-üç ildə daha da güclənib. Bu amillər milli valyutada xarici ticarət fəaliyyətinin fəal surətdə genişləndirilməsinə mane olur, lakin milli valyutalarda qısamüddətli ticarətin maliyyələşdirilməsini təmin etmək hesabına xarici ticarətin xüsusi stimullaşdırılması mümkündür.

Azərbaycan ixracatının böyük hissəsi qeyri-diferensial neft və qaz xammal məhsulları olduğundan və onların dünya qiyməti ABŞ dolları ilə ifadə olunduğundan alternativ qiymətin əmələ gəlməsinə mane olur. Geniş miqyasda, xüsusən də uzun müddət ərzində, müqavilələrin valyutası kimi manata keçid, böyük səy tələb edəcək və xarici ticarət fəaliyyətinin bütün iştirakçıları üçün müəyyən risklər yaradacaqdır. Bu, risklərin hedcinqi (mühafizəsi) üzrə iştirakçılara əlavə məsrəflər gətirə bilər. Ona görə də milli valyutada ticarətin genişləndirilməsi prosesi, bu risklərin hedcinqinə imkan verən törəmə maliyyə alətlərin daxili bazarının inkişafı ilə sıx bağlı olmalıdır.

MDB üzrə qonşumuz Rusiya MDB daxilində hesablaşmaların aparılmasında əsas valyuta kimi rus rublunun statusunun möhkəmləndirilməsi üçün addımlar atır, bu da birliyin digər ölkələrinin istəklərinə ziddir. Lakin bir sıra məhdudiyyətlər vardır. Məhdudiyyətlər rublla kredit vermə imkanlarını məhdudlaşdıran, Rusiyada yüksək və volatil olan inflyasiya ilə bağlıdır. Bununla yanaşı, makroiqtisadi amillərdən başqa, qanunvericilik və texniki çətinliklər var. Məhdudiyyətlər ilk növbədə Rusiya və MDB ölkələri arasında banklararası hesablaşmaların inkişaf səviyyəsinin aşağı olması ilə, habelə əməliyyatların rublla aparıldığı halda valyuta və vergi nəzarətinə dair tələblərinin yerinə yetirilməsi çətinlikləri ilə bağlıdır.

Yerli valyutalarla xarici ticarət

Hal-hazırda, demək olar ki, bütün dünya ticarəti ABŞ dollarının böyük üstünlüyü ilə cəmi bir neçə dünya valyutaları ilə həyata keçirilir. Belə ki, avrozonadan olan şirkətlərin ixrac əməliyyatlarının 40-50%-ində avro istifadə edilir, yen Yaponiyanın ixrac əməliyyatlarının üçdə birində istifadə edilir, ABŞ-ın ixracının 90%-i isə dollar ilə həyata keçirilir [1].

Digər ölkələrin bazarlarında mallarının satışı zamanı ixracatçılar potensial olaraq üç valyutada müqavilələr bağlaya bilərlər:

- satıcının valyutasında (ixracatçının);
- alıcının valyutasında (idxalçının);
- üçüncü tərəfin valyutasında.

Müqaviləyə aid valyutanın seçimi hər bir valyutanın öz üstünlüklərinə əsaslanmaqla aşağıdakı variantlar hesabına həyata keçirilir:

- əməliyyatların həyata keçirilməsinin alış-veriş (transaksiya) xərclərinin;
- dominant valyutanın mövcudluğunun;
- iştirak edən ölkələrin makroiqtisadi xüsusiyyətlərinin və onların milli valyutalarının məzənnəsinin sabitliyinin;
- maliyyə, o cümlədən bank sistemlərinin inkişafının.

Valyutanın seçiminə qanunverici məhdudiyyətlərdən daha çox iqtisadi amillər böyük dərəcədə təsir göstərir.

Bu parametrlərin əksəriyyəti üzrə MDB ölkələrinin milli valyutaları dünya valyutalarından və inkişaf etməkdə olan ölkələrin əsas valyutalarından, xüsusilə çin yuanından geri qalır. Bu, milli valyutalar ilə xarici ticarətin xeyli genişlənməsinə mane olur.

Xarici ticarət müqavilələri bağlanarkən valyutanın seçilməsi amillərindən biri də onun əsas makroiqtisadi göstəricilərinin uzun müddətdə dayanıqlığı və bununla bağlı valyuta riskidir. Milli valyutada hesablaşmaları aparmaq öhdəliyini üçüncü tərəf götürdüyündən, de-fakto o, minimuma endirmək istədiyi bütün valyuta risklərini öz üzərinə qəbul edir. Valyuta riski ilk növbədə valyutanın volatilliyi ilə bağlıdır [2].

Valyuta riskinin azaldılması üçün milli valyutanın sabitliyi tələb olunur. Bu məqsəd, ola bilər, iqtisadi siyasətin digər məqsədləri ilə ziddiyyət təşkil eləsin, məsələn, mübadilə məzənnəsinin azaldılması hesabına ixracın rəqabət qabiliyyətiyinin saxlanılması kimi. Müqaviləyə aid valyutanın seçimi həm də valyuta bazarının təsbit edilmiş strukturundan və iqtisadi agentlərin tarixi hadisələr ilə bağlı olan gözləntilərindən son dərəcədə asılıdır [3].

Nominal məzənnənin hərəkətini müəyyənləşdirən mühüm amillərdən biri də inflyasiyadır. Yüksək inflyasiyası olan iqtisadiyyatda dayanıqlı nominal məzənnəyə ümid etmək çətindir. Hətta digər bərabər şərtlər zamanı, valyutaların real məzənnə-

sinin saxlanılması üçün milli valyutanın məzənnəsi iki iqtisadiyyatın inflyasiyasının arasındakı fərqə bərabər olaraq dəyişir. Təəssüf ki, Azərbaycanın iqtisadiyyatı, hətta digər inkişaf etməkdə olan ölkələr ilə müqayisədə, artma tendensiyası olan yüksək inflyasiya səviyyəsi ilə xarakterizə olunur.

Manatda xarici ticarət müqavilələrini genişləndirmək üçün ilk növbədə valyuta risklərini hedcinq (mühafizə) etmək imkanını nəzərdə tutan işlək (likvid) maliyyə alətləri lazımdır. Zəruri maliyyə alətlərinin mövcudluğu məsələsi həlledici deyil, belə ki, ticarət həcmnin genişlənməsi (alətlərə tələbat) zamanı onların təklifi də yaranacaq. Lakin hedcinq alətlərinin məhdudluğu manat müqavilələrinin bahalığını artırır.

Milli valyutada ticarətin stimullaşdırılmasının beynəlxalq təcrübəsi

İnkişaf etməkdə olan böyük ölkələr milli valyutanın rolunu genişləndirmək və dünya valyutalarının istifadəsini azaltmaq üzrə fəaliyyətlərini artırmaqdadırlar. 2008-ci ilin dekabr ayından başlayaraq, Çinin Xalq Bankı digər tərəfdaş ölkələrin mərkəzi bankları ilə valyuta svopları müqavilələri bağlayır [4].

Valyuta svopların ideyası ondan ibarətdir ki, bu ölkələrin mərkəzi bankları milli maliyyə sistemlərində onları istifadə edə bilirlər. Məsələn, Çindən mal idxal edən şirkətlər ödənişlərini dollarla yox, yerli banklardan borc alaraq yuanla həyata keçirə biləcəklər. Ancaq kifayət qədər böyük həcmdə svopların bağlanmasına baxmayaraq, onların praktiki istifadəsi çox məhduddur. Hal-hazırda Çin ixracatçıları valyuta nəzarəti tələblərinə görə yuan ilə hesablaşmaq fakturası irəli sürə bilmirlər. Ona görə də bağlanmış müqavilələr daha çox siyasi aktlardır, nəinki gerçək maliyyə alətləri. Ümumiyyətlə bu onu göstərir ki, yuanın beynəlxalq hesablaşmalarda payının sürətlə artması ehtimalı azdır.

2008-ci ilin oktyabrın əvvəlindən, Argentina və Braziliya hökumətlərinin təşəbbüsü ilə yaradılmış milli valyutada hesablaşmalar sistemi SML (Sistema de Pagos en Moneda Local) fəaliyyətə başlamışdır. SML idxal-ixrac əməliyyatlarının milli valyutada ödənilməsinin alternativ variantıdır. Gələcəkdə bu, regional hesablaşmalar sistemi ola bilər.

Çinin mərkəzi banklarla valyuta svopları bağlaması və Braziliya və Argentina arasında milli valyutada hesablaşmalar sisteminin təşkil edilməsini ən əhəmiyyətli praktiki addımlar saymaq olar. Bu, beynəlxalq hesablaşmalarda regional valyutaların əhəmiyyətinin tədricən artmasını göstərir, bir çox ölkələr bu prosesləri stimullaşdırmağa çalışırlar. Amma başa düşmək lazımdır ki, bu, yalnız ilk addımlardır, xarici ticarətdə milli valyutanın payının əhəmiyyətli artımı onilliklər tələb edir. Məsələn, yüksək səviyyəli iqtisadi inkişafı, sabit maliyyə sistemi və artıq 40 il tam dövrəli valyutası olan Yaponiya, yen vasitəsi ilə öz ixracının üçdə birindən daha azını həyata keçirir.

Ehtiyat valyuta statusu

Ehtiyat valyuta xarici dövlətlər və təsisatlar tərəfindən investisiya obyektinə olan və xarici ticarət hesablaşmalarında əhəmiyyətli dərəcədə istifadə edilən valyutadır. Emitent ölkə baxımından ehtiyat valyuta statusuna malik olmaq ona əlavə tələbat yaradır və daha cəlbedici şərtlərlə həm dövlətə, həm də özəl sektora borc almaq imkanı verir. Özünün milli valyutasında vəsait cəlb etmək imkanı valyuta məzənnələrinin kəskin dəyişməsi ilə əlaqəli valyuta şoklarına iqtisadiyyatın dayanıqlığını artırır. Bu aspekt dəfələrlə valyuta şokları və onlarla bağlı maliyyə sistemi böhranları keçirmiş inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün çox önəmlidir. Hal-hazırda həqiqi ehtiyat valyuta statusuna malik valyutalar inkişaf etmiş ölkələrin valyutalarıdır.

BVF-nin məlumatına görə, valyutası məlum olan rəsmi ehtiyatların təxminən 60-65%-i ABŞ dolları aktivlərinin payına düşür. Bu pay zaman baxımından olduqca dayanıqlıdır, son vaxtlar dollar aktivlərinin payının əhəmiyyətli azalması baş verməyib. Valyutası məlum olan rəsmi ehtiyatların təxminən 95-98%-i beş valyutanın – (ABŞ dolları, funt sterlinq, yen, İsveçrə frankı, avro) payına düşür. Aparıcı valyutalar bütün dünya ölkələrinin mərkəzi bankları tərəfindən investisiya obyektləri kimi öz dominantlığını qoruyub saxlayacaqlar [5].

Inkişaf etməkdə olan ölkələrin valyutalarının ehtiyat valyuta qismində istifadəsinə mane olan obyektiv amillər mövcuddur.

Birincisi, inkişaf edən ölkələr, bir qayda olaraq, yüksək və volatil inflyasiya və valyuta məzənnələrinin kəskin dəyişiklikləri ilə xarakterizə olunurlar. Bu, ona gətirib çıxarır ki, milli valyutada olan borc kağızlarına uzunmüddətli sərmayə riskli olur və ehtiyatlarının formalaşdırılması məqsədi ilə ziddiyyət təşkil edir. Valyuta məzənnələrinin sabitliyi yalnız milli valyutanın dünya valyutasına məcburi bağlanması hesabına əldə edilir. Ehtiyatlarının formalaşması baxımından, bu, ona gətirib çıxarır ki, bu cür aktivlərə yatırımlar diversifikasiyanın üstünlüyünü yaratmır.

İkincisi, inkişaf etmiş maliyyə mərkəzləri ilə müqayisədə hətta iri inkişaf etməkdə olan ölkələrin daxili maliyyə bazarlarının likvidliyi aşağıdır. Ona görə də, hətta nisbətən kiçik vəsaitlərin bazara axını qiymətlərin güclü dəyişikliyinə səbəb ola bilər və qiymət uyğunsuzluğuna gətirib çıxara bilər. Likvidliyi üstün tutan ehtiyatların formalaşması baxımından, bu, yatırımların risklərini artırır.

Üçüncüsü, başqa ölkələrin valyutasına mübadilə məhdudiyyətləri olmayan valyutalar yalnız sərbəst dönərli valyuta ola bilər. Əgər mübadiləsinə məhdudiyyətlər varsa, vəsaitinin bir hissəsini bu valyutaya investisiya etmək istəyən üçün bu, bir riskdir. Buna görə, valyuta müdaxilələrinin keçirilməsi üçün yüksək likvidliyə üstünlük verən mərkəzi banklar, azad dönərli valyutada buraxılmamış qiymətli kağızlara risk edərək özünün aktivlərini yatıra bilməzlər. Məsələn, məhz buna görə də, Çin yuanı, onun azad dönərliyi təmin edilmədiyinə qədər, ehtiyat valyuta ola bilmir.

Hazırda dünyada gedən diskussiyaların əsas hissəsi digər dünya valyutalarının xeyrinə dolların rolunu azaltmağa yönəlib. Xüsusilə Çin, sadəcə, beş valyutadan ibarət olan (ABŞ dolları, avro, yuan, yen, funt sterlinqi) xüsusi borclanma hüququnun (SDR) rolunun artırılması təklifləri ilə çıxış edir. Ona görə də ilk növbədə xarici ticarətdə milli valyutaların istifadəsinin genişləndirilməsi məqsədlərinə diqqət etmək lazımdır.

Ədəbiyyat

1. Linda S. Goldberg and Cédric Tille (2008) Vehicle Currency Use in International Trade. *Journal of International Economics*. December. 76 (2): 177-92.
2. Donnenfeld S., Haug A. (2003) Currency Invoicing in International Trade: An Empirical Investigation. *Review of International Economics*. May 2003. Vol. 11: 332-345.
3. Fukuda, Shin-ichi & Ono, Masanori (2006) On the determinants of exporters' currency pricing: History vs. expectations. *Journal of the Japanese and International Economies*, Elsevier, 20(4): 548-568.
4. Банк России. URL: <http://www.cbr.ru>.
5. Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications (SWIFT) URL: <http://www.swift.com>.

ALİ TƏHSİL MÜƏSSISƏLƏRİNİN KORPORATİV BRENDLƏNMƏSİNDƏ BREND KİMLİYİNİN ROLU

T.S. Süleymanov

Beynəlxalq iqtisadiyyat (ingilisdilli) kafedrasının müəllimi, UNEC
turan.suleymanov@unec.edu.az

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 28 may 2018; Çapa qəbul edilmişdir 12 iyun 2018;
online-da çap edilmişdir 25 iyun 2018

Received 28 May 2018; accepted 12 June 2018; published online 25 June 2018

Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi ali təhsil müəssisələrində korporativ brendləmə zamanı brend kimliyi anlayışı və onun araşdırılması, mövcud vəziyyətin təhlil edilməsi, təhsil sektorunda korporativ brendləmənin həyata keçirilməsində brend kimliyinin rolu ilə bağlı təklif və tövsiyələr verməkdən ibarətdir. Tədqiqat işi elmi, sistemli təhlil və məntiqi ümumiləşdirmə kimi tədqiqat üsulları əsasında yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatın nəticəsi olaraq, ali təhsil müəssisələrinin korporativ brendlənməsində brend kimliyinin rolu və ona yanaşmalar, inkişaf imkanları və xüsusiyyətləri araşdırılmışdır. Tədqiqatın məhdudiyyətləri: daha çox elmi və praktik informasiya tələb edir. Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti: ali təhsil müəssisələrinin idarə edilməsi və brendlənməsi sahələrində tədqiqatlar aparan və bu sahədə çalışan mütəxəssislərin elmi və əməli biliklərinin zənginləşdirilməsində müsbət rol oynaya bilər. Tədqiqatın elmi yeniliyi və orijinallığı: bu sahədə mövcud olan müxtəlif nəzəriyyələrin təhlili əsasında ümumiləşdirmə aparılmışdır.

Açar sözlər: ali təhsil müəssisəsi, korporativ brend, brend kimliyi, brendləmə, universitetlərin brendlənməsi

Jel classification: M1, M3

ROLE OF BRAND IDENTITY IN THE CORPORATE BRANDING OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

T.S. Suleymanov

Lecturer, Department of International Economics, UNEC

Abstract

The aim of this article is to study the role of brand identity in the corporate branding of higher education institutions. The author reviews the existing literature and analyses the approaches to brand identity in the corporate brand building process. The article consists of three parts. First the author describes the role of brand identity in

corporate branding. Next the author analyzes the brand identity centered approaches to corporate brand building. In the third part of the article, the author proposes distinct features and components of brand identity to be given attention in the corporate brand building of higher education institutions.

Key words: higher education institution; corporate brand; brand identity; branding; university branding

РОЛЬ ИДЕНТИЧНОСТИ БРЕНДА В КОРПОРАТИВНОМ БРЕНДИНГЕ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Т. С. Сулейманов

Лектор, Факультет Международной Экономики, UNEC

Резюме

Основная цель исследования заключается в представлении предложений и рекомендаций в связи с понятием бренда и его изучением, анализом нынешней ситуации, ролью бренда в осуществлении корпоративного брендинга в секторе образования в ходе корпоративного брендинга в высших учебных заведениях. Исследовательская работа была выполнена на основе таких методов исследования, как научный, системный анализ и логическое обобщение. Как результат исследования были изучены роль бренда в осуществлении корпоративного брендинга и подходы к нему, возможности развития и особенности. Ограничение исследования: требует большей научной и практической информации. Практическое значение исследования: может сыграть положительную роль в обогащении научных и практических знаний специалистов, проводящих исследования в сферах управления высшими учебными заведениями и брендинга, и работающих в данной области. Научная новизна и оригинальность исследования: проведено обобщение на основе анализа различных теорий, существующих в этой области.

Ключевые слова: высшее учебное заведение, корпоративный бренд, бренд, брендинг, брендинг университетов.

Giriş

Universitetin brendinin doğru şəkildə müvafiq maraqlı tərəflərə çatdırılması ali təhsil müəssisələrinin brendlənməsində önəmli yer tutur. Universitetlərin brendlənməsinin uğurlu alınması üçün xidmət və məhsul brendlənməsində olduğu kimi, universitetləri bir-birindən fərqləndirən aspektlərinin müəyyən edilməsi və bu aspektlərin müvafiq maraqlı tərəflərə necə çatdırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Brendin potensial müştərilərə və müvafiq maraqlı tərəflərə çatdırılan hissəsi brend kimliyi

adlandırılır. Araşdırmalar göstərir ki, yaxşı hazırlanmış brend kimliyi potensial müştərilərin qərar vermə prosesini sadələşdirərək qərarlarla bağlı riskləri azaldır və brendə bağlılıq hissi yaradır (Court, Leiter, and Loch 2002). Düzgün düşünülmüş və hazırlanmış brend kimliyi mövcud olmadığı müəssisələrdə isə bu proses başqalarının ümidinə buraxılmış hesab olunur. Brend kimliyinin korporativ brendləmə prosesində əhəmiyyətini nəzərə alaraq, bu məqalədə brend kimliyinə olan nəzəri yanaşmalar və onun korporativ brend qurulması prosesində rolu tədqiq olunacaqdır.

1. Brend kimliyi anlayışı

Brendin yaratdığı imic ictimaiyyət, maraqlı şəxslər və ya təşkilatlar tərəfindən müsbət qəbul edilir. Brend imicinin qavranma şəklini müəyyən edən brend konseptinə brend kimliyi deyilir və bu, brendin strateji vizyonunun əsasını təşkil edir. Brend kimliyi ilk dəfə olaraq 1986-cı ildə Kapferer tərəfindən qeyd olunmuşdur (Kapferer, 2012). Aakerə (1996) görə brend kimliyi brendlə bağlı unikal assosiasiyaların fəaliyyəti nəticəsində daha doğru-düzgün qavranılır. Bu assosiasiyalar brendin nə olduğunu və müştərilərə hansı vədlər verdiyini müəyyən edir.

Brend kimliyinə digər yanaşma isə onun necə konfiqurasiya olunması ilə bağlıdır. Apşou (1995) brend kimliyini daha geniş anlamda müştərinin brend haqqında ümumi dərkini müəyyən edən “sözlər, imiclər, ideyalar və assosiasiyaların konfiqurasiyası kimi” başa düşülməsini təklif edir (səh. 12).

Aaker (1996) tədqiqatlarında brend kimliyini izah edən zaman korporativ brend nümunələrindən istifadə edir. Onun mülahizələrinə görə brend kimliyinin özü də bir neçə hissəyə bölünür. Brend kimliyinin ən önəmli hissəsi “əsas şəxsiyyət” (core identity) adlanır və bu əsas kimlik müəssisənin əsas dəyərlər və inanclar sistemini təşkil edir. Brend kimliyinin digər hissəsi isə “genişləndirilmiş şəxsiyyət” (extended identity) adlanır.

Onun nəzəriyyəsinə görə brend kimliyi dörd prespektiv altında on iki elementdən ibarətdir. Aakerin (1996) birinci perspektivi brendə məhsul kimi yanaşmadır. Bu yanaşmada brend kimliyinin əsas elementlərinə məhsulun imkanları, məhsulla bağlı atributlar, məhsulun keyfiyyəti, istifadəsi, istifadəçiləri və ölkə mənşəyi daxil edilir. Brendə təşkilat kimi yanaşma Aakerin (1996) ikinci perspektividir, hansı ki, bu yanaşmada brend kimliyinin əsas elementlərini təşkilatı atributlar, yerli və qlobal iş mühitinin müqayisəsi təşkil edir. Aaker (1996) üçüncü perspektivində brendə şəxsiyyət kimi yanaşır və bu yanaşmada brend kimliyinin əsas elementləri kimi brendin şəxsiyyətini və müştəri ilə brend arasında əlaqələri ora daxil edir. Aaker (1996) eyni zamanda brendə simvol kimi yanaşaraq, onun əsas elementləri kimi audio və vizual obrazları, metaforik simvolları və brend irsini göstərir.

Brend kimliyinin müştərilərə və maraqlı tərəflərə təklif etdiyi mənfəətlər simvolik və funksional olmaqla iki qrupa bölünür. Funksional mənfəətlərə məhsul və ya

xidmətin istifadəsi ilə əlaqədar olan mənfəətlər daxil edilir. Simvolik mənfəətlərə isə müştərinin məhsulu alan zaman müəyyən bir qrupa daxil olma, prestij və digər bu kimi əldə edilə biləcəyi hisslər daxil edilir.

2. Korporativ brend qurulması nəzəriyyələrində brend kimliyi

2.1 Kapfererin brend kimliyi prizması

Kapfererə görə güclü brendin qurulması və onun müştərilər tərəfindən sevilməsi üçün brend sadəcə addan deyil, güclü xarakterdən, inanclardan və kimlikdən ibarət olmalıdır. Belə bir güclü brendin qurulması üçün Kapferer altı komponentdən ibarət olan brend kimliyi prizması adlanan modeli təklif edir. Bu prizmanın ilk komponentini brendin *fiziki görünüşü* təşkil edir. Uğurlu brendin xüsusi fiziki xüsusiyyətləri olmalıdır ki, bu göstəricilər müştəriyə brendin nəyə oxşadığını və nə işə yaradığını müəyyən etməyə köməklik göstərmiş olsun. Brend kimliyi prizmasının ikinci komponentini *brəndin şəxsiyyəti* təşkil edir. Brend şəxsiyyəti zamanla müştərilərə kommunikasiya olunur və brendin insanların yaddaşında qalmasına köməklik göstərir. Brend *mədəniyyəti* brend kimliyi prizmasının ən önəmli komponentlərindən birini təşkil edir. Kapferer qeyd edir ki, hər güclü brendin arxasında müştəri qrupuna xitabən bir mədəniyyət olmalıdır və bu brend mədəniyyəti brendin məhsulları və kommunikasiya kanalları vasitəsi ilə müştərilərə çatdırılmalıdır. Brend kimliyi prizmasının dördüncü komponentini *münasibətlər* təşkil edir. Güclü brendlər müştəriləri ilə əlaqə qura bilməlidir. Brend kimliyi prizmasının beşinci komponenti onu *əks etdirmə* bacarığıdır. Güclü brendlər müştərilərinə brend ilə özlərini əks etdirmə imkanları verməlidir. Müştərilərin brenddə *özlərini tapmaq imkanı* brend prizmasının sonuncu komponentini təşkil edir.

2.2 Aakerin modeli

1996-cı ildə Aaker brend kimliyinin başa düşülməsi, zənginləşdirilməsi və fərqləndirilməsi məqsədi ilə brend kimliyi planlaması modelini təqdim etmişdir. Aakerin modeli strateji brend analizi, brend kimliyi sistemi və brend kimliyinin tətbiq olunması daxil olmaqla üç əsas mərhələdən ibarətdir. Hər mərhələdəki tədbirlər növbəti mərhələni tamamlamağa yönəlmişdir. Birinci mərhələdə Aaker hesab edir ki, təşkilat brendi haqqında müvafiq informasiyalar toplamalı, müəssisəni, müştərilərini və rəqiblərini qiymətləndirməlidir. İkinci mərhələdə brend ilə müştəri arasında kommunikasiyanın müəyyən edilməsi və bu zaman brend kimliyinin yaradılmasının təhlili aparılmalıdır. Üçüncü mərhələdə isə Aaker brend kimliyinin müştərilərə və maraqlı tərəflərə necə kommunikasiya edilməsi üzərində dayanılmasını tövsiyə edir.

2.3 “Story Branding” model

İqtisadi ədəbiyyatda brend kimliyinin yaradılmasına olan yanaşmalardan biri də Signorelli (2012) tərəfindən irəli sürülmüş “Story Branding” modelidir. Bu modeldə Signorelli hekayə konseptini brendləməyə tətbiq etməyə çalışır. Signorelli

(2014) brendə hekayədə olan əsas xarakter - özünün və başqalarının problemlərini həll edən qəhrəman kimi yanaşır. Hər bir hekayədə olduğu kimi qəhrəmanın maneələri dəf etməsi üçün müəyyən bacarıqları və atributlarının olması ilə yanaşı, problemin həllindən ötrü birinci növbədə motivasiyası, inam və səbəbləri olmalıdır. Buna görə də, brend kimliyinin yaradılması prosesi elə olmalıdır ki, hekayənin qəhrəmanının nəyəsə nail olmaqda oynadığı rol kimi, brend də müştərilərin xüsusi bir probleminin həll olunmasına kömək göstərsin.

“Story Branding” modeli iki əsas təbəqədən – brend və onun perspektivindən ibarətdir. Bu iki təbəqə arasında maneələr mövcuddur. Hər iki təbəqə ayrılıqda xarici və daxili olmaqla iki hissəyə bölünür. Brendin xarici hissəsi fiziki və davranış elementlərindən ibarətdir. Daxili hissələr isə davranış xarakterlərini müəyyən edən dərin inanclar və dəyərlər sistemindən təşkil olunmuşdur.

Perspektivin xarici hissəsi ölçülə bilən demoqrafik (yaş, cins, gəlir və s.), istək və ehtiyaclarının xarakteristikləri və xüsusiyyətlərindən ibarətdir. Perspektivlərin daxili hissəsi isə brendə uyğun olan və brend-müştəri əlaqələrini gücləndirmə potensialı olan inanclar və dəyərlərdən təşkil olunmuşdur.

Brend və perspektivlər arasında olan maneələrin 4 qrupu mövcuddur. Bunlara məhsulun funksiyası haqqında məlumatlılıq, brendin xüsusiyyətlərinin dərk edilməsi, brend assosiasiyaları və brend mənsubiyyəti daxildir. Signorelli (2012) görə hər bir maneəni aradan qaldırıqdan sonra perspektiv ilə brend arasında əlaqələr daha da güclənir. Brend və perspektiv arasında bağlılığın ən aşağı səviyyəsi məlumatlılıqdır. Ən yuxarı səviyyəsi isə mənsubiyətlilikdir.

2.4 Urdenin korporativ brend qurulması modeli

Brend kimliyinin önəmini xüsusən qeyd edən yanaşmalardan biri də Urdenin korporativ daxili brendləmə modelində öz əksini tapmışdır. Onun korporativ brendləmə modeli dəyərlər sisteminə əsaslanır. Urde qeyd edir ki, brend yaradılması prosesi paralel olaraq həm daxildən, həm də xaricdən baş verir. Daxildə baş verən brendləmə prosesinin əsas məqsədini təşkilatın brendi başa düşməsi və onu yaşatması təşkil edir. Daxili brendləməni Urde daxili brend kimliyinin yaradılması kimi təsvir edir. Daxili brend kimliyinin qurulmasında əsas yeri vizyonun təşkilatın və əsas dəyərlərin yaradılması tutur.

Xarici brendləmə prosesinin əsasını isə brend ilə müştəri arasında əlaqələr və qarşılıqlı münasibətlər tutur. Xarici brendləmənin əsas məqsədi müştərilər üçün xüsusi dəyərin yaradılması və müştərinin kimliyi ilə brend kimliyi arasında əlaqələrin qurulmasıdır. Müştərilərlə güclü əlaqə qurulması üçün məhsul müştəriyə daha maraqlı olmaqla yanaşı, müvafiq brendin seçilməsi digərlərindən daha önəmli olmalıdır. Buna isə brend məlumatlılığının və müsbət brend assosiasiyalarının yaradılması ilə nail olunur.

3. Ali təhsil müəssisələrinin korporativ brendlənməsində brend kimliyinin rolu

Ali təhsil sektorunda universitetlər arasında həm milli, həm də qlobal səviyyədə güclü rəqabət mövcuddur və bu, zaman keçdikcə daha da kəskinləşməkdədir. Bu rəqabətdə qazananlar özlərini digərlərindən daha pozitiv mənada fərqləndirənlər olur. Volverton (2006) qeyd edir ki, universitetlərin digərlərindən fərqləndirilməsinin əsas yolu öz kimliklərinin yaradılması və bu kimliyin maraqlı tərəflərə düzgün çatdırılmasından ibarətdir. Universitetin kimliyi dedikdə, universitetin brend kimliyi nəzərdə tutulur. Melevar və Akelə (2005, səh. 41) görə universitetləri rəqabətdə uğura aparan onların başa düşülə bilən korporativ kimlikləridir. Morqan və b. (2001, səh. 183-185) xüsusi qeyd edirlər ki, tanınmış brend, yaxşı reputasiya və başa düşülə bilən məlumatların əlçatan olması universitetlərə daha çox tələbə və seçilmiş müəllim və tədqiqatçıların cəlb olunmasına səbəb olur.

Nəzəriyyələrdə qeyd olunduğu kimi, ali təhsil müəssisələrində korporativ brendləmə prosesi daxildən başlayır. Daxili brendləmə zamanı ali təhsil müəssisələri işçilərinin brend kimliyini və onu təşkil edən dəyər və assosiasiyaları tam başa düşmələri və fəaliyyətləri zamanı bunlara əməl etmələri brendləmə prosesinin uğurunu müəyyən edən meyarlardan biridir. Bu mənada brend kimliyinin bütün elementləri xüsusi diqqətlə hazırlanmalı və işçilərə kommunikasiya olunmalıdır. Ali təhsil müəssisələrinin brend kimliyinin qurulması zamanı xüsusi önəm verilməli olan elementləri aşağıdakı şəkildə sıralamaq olar:

1. Ali təhsil müəssisəsinin imkanları;
2. Ali təhsil müəssisəsinin atributları;
3. Ali təhsil müəssisəsində keyfiyyət göstəriciləri;
4. Ali təhsil müəssisəsinin təklif etdiyi xidmətlər və onların istifadəçiləri;
5. Yerli və beynəlxalq təhsil sistemləri;
6. Maraqlı tərəflərlə olan əlaqələr;
7. Ali təhsil müəssisəsinin audio və vizual obrazları, simvolları;
8. Ali təhsil müəssisəsinin brend vizualı.

Yuxarıda qeyd olunanları brend kimliyinin qurulması zamanı əsas elementlər hesab etmək olar. Lakin bu elementlərin sayını yuxarıda qeyd olunanlarla məhdudlaşdırmaq tam doğru olmazdı.

İqtisadi ədəbiyyatda brendləmə və brend kimliyi ilə əlaqədar olan nəzəriyyə və modellərin əksəriyyəti özəl sektorda tədqiq olunmasına baxmayaraq, universitet brendlənməsi zamanı da qeyd olunan nəzəriyyə və modellərdən istifadə olunur. Sadəcə, özəl sektordan və məhsul brendlənməsindən fərqli olaraq ali təhsil müəssisələrinin brend kimliyi qurulan zaman korporativ brendləmənin xüsusiyyətləri və təhsil sektorunun fərqlilikləri nəzərə alınmalıdır.

Nəticə

Ali təhsil müəssisələrinin korporativ brendlənməsində brend kimliyi önəmli rol oynayır. Təsadüfi deyil ki, brendləmə prosesində oynadığı mərkəzi rolu və korporativ brendin maraqlı tərəflərə kommunikasiya olunan əsas komponenti kimi brend kimliyi brendin uğurunu müəyyən edən əsas meyarlardan biri hesab olunur. İqtisadi ədəbiyyatda mövcud olan brend kimliyi ilə əlaqədar nəzəriyyə və modellər ali təhsil müəssisələrinin brend kimliyinin qurulması zamanı da istifadə olunur. Sadəcə, digər brend növlərindən fərqli olaraq ali təhsil müəssisələrinin korporativ brend kimliyi qurulan zaman təhsil sektorunun və təklif olunan xidmətin xüsusiyyətləri nəzərə alınmalıdır. Son olaraq qeyd olunmalıdır, ali təhsil müəssisələrinin korporativ brendlənməsində uğura aparan yol, digər brendləmə proseslərində olduğu kimi, bütün maraqlı tərəflərə xitab edilən korporativ brend kimliyinin yaradılmasından keçir.

Ədəbiyyat

1. Aaker, D. A. 1996. Measuring brand equity across products and markets. California Management Review 38 (3): 102–20.
2. Court, D.C., Leiter, M.G., and Loch, M.A. 1999. Brand leverage, McKinsey Quarterly, 2: 100–110.
3. Kapferer, J. (2015). The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. London: Kogan Page.
4. Mats Urde, (2003) "Core value-based corporate brand building", European Journal of Marketing, Vol. 37 Issue: 7/8, pp.1017-1040
5. Melewar, T.C. & Akel, S. (2005). The role of corporate identity in the higher education sector. Corporate Communications: An International Journal. Vol. 10, No. 1, 41–57
6. Moogan, Y.J., Baron, S. & Bainbridge, S. (2001). Timings and trade-offs in the marketing of higher education courses: a conjoint approach. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 19, No. 3, 179–187.
7. Signorelli, J. 2012 , StoryBranding 2.0: Creating Stand-Out Brands Through The Power of Story. Kindle Edition
8. Upshaw, L. B. 1995. Building brand identity: A strategy for success in a hostile marketplace. New York: Wiley
9. Wolverton, M. (2006). Three Georgias in Atlanta: Lessons from business schools about finding your identity. International Journal of Educational Management. Vol. 20 Iss. 7, 507– 519.

İXRACIN İQTİSADI MAHİYYƏTİ VƏ ARTIRILMASI YOLLARI

G.S. Əzizova

Marketoloq, UNEC Biznes məktəbi

e-mail: g_azizova@mail.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 30 may 2018; Çapa qəbul edilmişdir 8 iyun 2018;
online-da çap edilmişdir 25 iyun 2018

Received 30 May 2018; accepted 8 June 2018; published online 25 June 2018

Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi bir sıra dünya ölkələrinin təcrübələrinə əsasən ölkəmizdə ixracın artırılması yollarının müəyyənləşdirilməsidir. İqtisadiyyatın inkişafında ixracın önəmli rolu heç bir kəsə sirr deyildir. İqtisadi nəzəriyyələrə və dünya ölkələrinin təcrübələrinə əsasən ixracın artması dövlət gəlirlərinin, yeni iş yerlərinin, texnologiyanın inkişafının, əhəlinin real gəlirlərinin və işçi qüvvəsinin peşəkarlığının artmasına səbəb olur. Keçən illər üzrə statistik rəqəmlərə nəzər yetirdikdə ölkəmizdə ixracın iqtisadi artıma böyük təsir etdiyini müşahidə edə bilərik. Lakin ixracın əmtəə strukturuna nəzər yetirdikdə aydın olur ki, mineral məhsullar əhəmiyyətli paya malikdir. Eyni zamanda sənaye istehsalında da mədənçixarma sənayesi yüksək pay sahibidir. Tədqiqatın nəticəsi olaraq, ölkəmizdə istehsal və ixrac aspektində qeyri-neft sektorunun inkişafı məqsədilə dünya ölkələrinin təcrübələrinə əsasən ixrac subsidiyalarının reallaşdırılması məqsədəuyğun hesab edilir.

Açar sözlər: ixrac, iqtisad artım, qeyri-neft sektoru, ixrac subsidiyaları

Jel Classification: F13, F14

EXPORT'S ECONOMIC CONCEPT AND PROMOTION WAYS

G.S. Azizova

Marketologist, UNEC Business School

Abstract

The main purpose of the research is to identify ways to increase exports in the country based on the experience of a number of countries. It is not a secret the important role of exports in the development of the country's economy. According to economic theories and world experience, the growth of exports contributes the growth of government revenues, the creation of new jobs, the development of technology, the growth of real incomes of the population and the professionalism of labor resources. Statistics for recent years indicate large impact of exports on economic growth in the country. However, looking at the raw export structure, it can

be seen that a significant share in exports is made up of mineral products. In industrial production, the extractive industry also has a high share. As a result of the research, it was found that, according to world practice, export subsidies are appropriate for the development of the non-oil sector and exports.

Keywords: export, economic growth, non-oil sector, export subsidies

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ЭКСПОРТА И ПУТИ ЕГО ПОВЫШЕНИЯ

Г. С. Азизова

Маркетолог, UNEC Бизнес Школа

РЕЗЮМЕ

Основной целью исследования является определение путей повышения экспорта в стране на основе опыта ряда стран. Как известно, экспорт играет важную роль в развитии экономики страны. Согласно экономическим теориям и мировому опыту, рост экспорта способствует росту государственных доходов, созданию новых рабочих мест, развитию технологий, росту реальных доходов населения и профессионализма трудовых ресурсов. Статистические данные за последние годы свидетельствуют о большом влиянии экспорта на экономический рост в стране. Однако, глядя на сырьевую структуру экспорта, видно, что существенную долю в экспорте составляют минеральные продукты. В промышленном производстве также добывающая промышленность имеет высокую долю. В результате исследования обнаружено, что, согласно мировой практике, с целью развития ненефтяного сектора и экспорта целесообразным является субсидирование экспорта.

Ключевые слова: экспорт, экономический рост, ненефтяной сектор, экспортные субсидии

Dünya iqtisadçılarınin və dövlət rəsmilərinin nəzərində beynəlxalq ticarətin və ixracın inkişafı aktual və əhəmiyyətli məsələ olduğuna görə irəli sürdükləri nəzəriyyələrdə və yürütdükləri dövlət siyasətlərində bu sahəyə geniş yer vermişlər. Artıq hər bir iqtisadçı və dövlət rəsmisi yaxşı başa düşür ki, iqtisadiyyatı bir məhsuldan asılı olan ölkə global böhran və iqtisadi tsikllər zamanı daha çox ziyan görür. İqtisadiyyatın bir məhsuldan asılılığının azaldılması və ixracın sənaye məhsulları hesabına şaxələndirilməsi dünyanın hər bir əsas mineral ixracatçısı olan ölkənin və Azərbaycan Respublikasının prioritet hesab etdiyi məsələlərdəndir.

Hazırkı şəraitdə iqtisadi artımda ixracın böyük əhəmiyyəti və rolu heç bir kəsə sirr deyildir. Ölkədə yüksək iqtisadi artım yoxsulluq, işsizlik, inflyasiya və gəlirlərin

ədalətli bölgüsü kimi bir sıra iqtisadi məsələlərin həllində önəmli faktor olduğuna görə hər bir dövlətin bu sahədə xüsusi strategiyası mövcuddur. Artıq iqtisadi artım göstəricisi dünya ölkələrinin iqtisadi gücünü göstərən bir indikatora çevrilmişdir. Yüksək iqtisadi artıma nail olmaq bu sahədə zəruri siyasətin həyata keçirilməsini şərtləndirdiyinə görə, xarici ticarət siyasəti bu strategiyanın əsasını təşkil edir.

Ölkələrin iqtisadi artım tempinin aşağı olmasının əsas səbəblərindən biri rəqabət qabiliyyətliliklərinin və texnoloji inkişaflarının arzuolunan səviyyədə olmadığı ilə əlaqədardır. İqtisadi artım tempi aşağı olan ölkələrdə stabil ixrac da lazımi səviyyədə olmur. Bu səbəbdən də ölkədə stabil ixraca nail olmaq məqsədilə müvafiq texnoloji və institusional infrastruktur mövcud olmalı və iqtisadiyyatda rəqabət mühiti gücləndirilməlidir. Beləliklə də, qeyd edə bilərik ki, ixrac və dayanıqlı iqtisadi artım bir-birinə qarşılıqlı təsir edən amillərdir.

İxrac və idxal əməliyyatlarının iqtisadi artıma, ümumiyyətlə, iqtisadiyyata müsbət təsiri barəsində bir sıra nəzəri baxışlar mövcuddur. Xarici ticarətin müxtəlif xüsusiyyətləri ilk dəfə Merkantilist nəzəriyyəsində izah edilmişdir. Bu nəzəriyyəyə əsasən ölkənin iqtisadi gücü qızıl və qiymətli metal ehtiyatlarının mövcudluğu ilə ölçülürdü [2]. Bu səbəbdən də onların fikrincə xarici ticarətin əsas hədəfi qızıl ehtiyatlarının artımı ilə əlaqədar olmalıdır. Merkantilistlərin düşüncəsinə əsasən bir ölkənin varlanması yalnız başqa bir ölkənin yoxsullaşması zamanı mümkündür ki, bu da həmin nəzəriyyənin əsas çatışmayan cəhəti idi.

Klassik iqtisadçı Adam Smitin fikrincə xarici ticarət beynəlxalq ixtisaslaşmanı və əmək bölgüsünü gücləndirməklə istehsal amillərinin məhsuldarlığını artırır. Klassik iqtisadi məktəbin banisinin fikrincə ölkələr mütləq üstünlüyə malik olan məhsulun istehsalını reallaşdıraraq ixrac etməli və mütləq üstünlüyə malik olmadığı məhsulları isə idxal etməlidir. Adam Smitin beynəlxalq ticarət və iqtisadi artım barəsində nəzəriyyəsi iki ideyaya əsaslanırdı. Birincisi, beynəlxalq ticarət daxili bazarda mövcud olan tələbin azlığı problemini həll etmiş olur. İkinci ideyaya görə isə ixracın artması işçi qüvvəsinin bacarığını artırır və məhsuldarlığını yüksəldir [1,4].

A.Smitdən qısa müddət sonra D.Rikardo mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsindən yararlanaraq müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsini təklif etmişdir. D.Rikardonun fikrincə beynəlxalq ticarətdə ölkələr mütləq üstünlüyə nail olmadan belə onların hər biri üçün sərfəli olan ticarət edə bilərlər. Müqayisəli üstünlüyə əsasən ölkələr daha az xərclə istehsal edə bildikləri məhsullar sahəsində ixtisaslaşırlar və bunun nəticəsində bir ölkə digər ölkəyə nisbətən mütləq effektivliyə sahib olur [2].

Xarici ticarətin faydaları iqtisadçıların həmişə düşündükləri əsas məsələlərdən olmuşdur. Stuart Mill XIX əsrdə D.Rikardonun nəzəriyyəsindən yararlanaraq bu qənaətə gəlmişdi ki, ölkə ixrac vasitəsilə daxildə istehsal imkanı olmayan məhsullar idxal edə bilər. İstehsal amillərinin effektivliyi və səmərəliliyi daha çox olan ərazilərdə

və sahələrdə istehlak ediləcək, daha münasib istehsal yollarından istifadə olunacaq və məhsuldarlıq artacaqdır. Beləliklə də, ölkənin istehsal potensialı güclənəcəkdir. İxracın artması gəlirlərin və məşğulluğun artmasına səbəb olacaqdır. Miqyas effektindən və müasir texnologiyalardan yararlanmaqla istehsal amillərinin səmərəli istifadəsinə nail olunacaqdır ki, bu da öz növbəsində iqtisadi artıma gətirib çıxaracaqdır [1,4].

C. Mill xarici ticarətin birbaşa və dolaylı təsirini bir-birindən ayırmışdır. Onun fikrincə, xarici ticarətin birbaşa təsiri istehsal amillərindən daha çox istifadə və beynəlxalq səviyyədə səmərəliliklə əlaqədardır. Lakin C.Mill onun dolaylı təsirini əmtəə və xidmət bazarlarının genişlənməsi, ixtiraların və məhsuldarlığın artması, kapitalın təmərküzləşməsi ilə əlaqələndirmişdir.

Beynəlxalq ticarətin neoklassik nəzəriyyələrində yuxarıda qeyd edilən nəzəriyyələr tənqid edilmiş və fərqli baxışlar irəli sürülmüşdür. Belə ki, istehsal amillərinin nisbəti nəzəriyyəsində (Hekşer-Olin) qeyd edilmişdir ki, ölkələr istehsal amillərinə fərqli şəkildə malikdirlər. Bir sıra ölkələr əmək ehtiyatlarına və başqa bir qrup ölkələr isə kapitalla zəngindirilər. Aparılmış araşdırmalardan aydın olur ki, ölkə hansı istehsal amilinə daha çox malikdirsə, öz istehsalında həmin resursdan daha çox istifadə edir [4].

Müasir beynəlxalq ticarət nəzəriyyələrinə əsasən ixrac ÜDM-in bir hissəsi olduğuna rəğmən, ixracın artması iqtisadi artıma müsbət təsir edir. Qrosman və Helpman (Grossman and Helpman, 1991) kimi bir çox iqtisadçıların fikrincə ixracın artması dolaylı yolla valyuta gəlirlərinin artmasına və iqtisadi artıma müsbət təsir edir. Eyni zamanda xarici alıcıların təcrübə və tövsiyələri əsasında ixrac texnoloji biliyin transferinə səbəb olur [5,6].

Balassa və Krueqer kimi iqtisadçıların fikrincə ixrac beynəlxalq səviyyədə rəqabətin gücləndirilməsi ilə ölkənin istehsal amillərinin səmərəliliyini artırır [1].

Çeneri və Strout, Helpman və Kruqman (Chenery & Strout, 1966; Helpman & Krugman, 1985) kimi başqa iqtisadçıların nəzəriyyəsinə əsasən ixrac miqyas effektinin, sənayeləşmənin, kapital məhsullarının idxalının artmasına səbəb olur, habelə ixrac xarici valyuta axınının genişlənməsinə və daxildə yeni iş yerlərinin artmasına şərait yaradır.

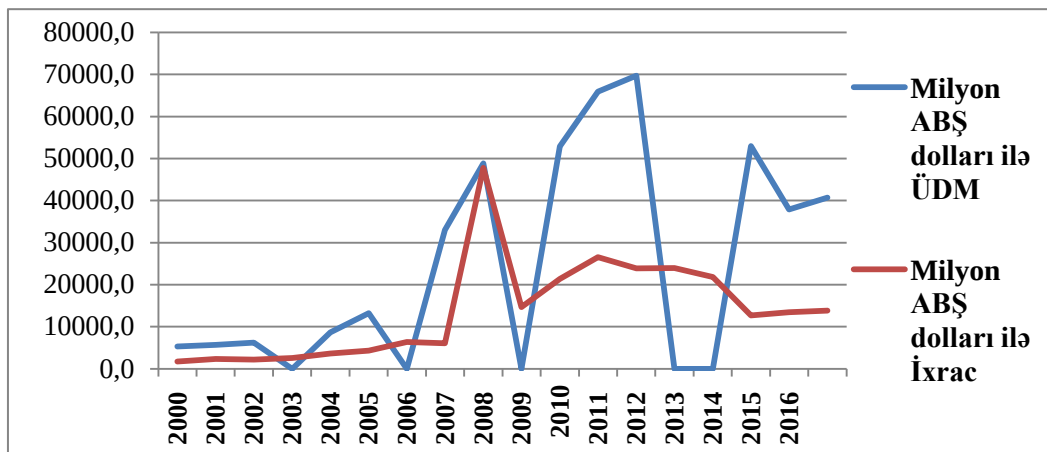
Qeyd edilən nəzəriyyələrdən aydın olur ki, dinamik iqtisadi artımda ixrac və iqtisadi artımın bir-birinə qarşılıqlı təsirləri vardır və bir-birlərini gücləndirirlər. Məhdud məcmu tələblə qarşılaşan ölkələrdə ixracın artması məcmu tələbin və məcmu gəlirlərin artmasına səbəb olur. İxrac olunan məhsullar içərisində sənaye məhsullarına daha çox önəmlik verilir. Sənaye məhsulları ixracının artması hər bir ölkənin davamlı olaraq əldə etmək istədiyi ən mühüm strategiyadır. Aparılmış araşdırmalardan aydın olur ki, son üç əsr ərzində dünyanın inkişaf etmiş ölkələrinin iqtisadi artım və inkişafının əsasını texnologiyaların inkişafı və həmin texnologiyaların

sənayedə tətbiqi təşkil etmişdir. Belə növ məhsullar üzrə ixracın artması ölkə iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətli olmasına və daxili istehsalçıların öz istehsal potensiallarından maksimum istifadə etmələrinə səbəb olur. Daxili istehsalçılar istehsal amillərinin məhdud olması səbəbinə görə öz rəqabət potensiallarını gücləndirmək məqsədilə daxili və xarici bazarlarda texnologiya səviyyəsinin gücləndirilməsi və yaxşılaşdırılmasına daha çox çalışırlar.

İstehsal prosesində və ixracda tətbiq olunan yeniliklər, ixtiralar və habelə işçi qüvvəsinin yaradıcılığı mühüm əhəmiyyətə malikdir. İşçi qüvvəsi sahəsinə kapital yatırılması onların bacarıqlarının inkişafına səbəb olur. İşçi qüvvəsinin təhsil səviyyəsi yüksəlməsi onların daha peşəkar olmalarına və texnoloji bacarıqları asanlıqla mənimsəməsinə, məharət və qabiliyyətlərinin artmasına yardım edir. Bildiyimiz kimi sənaye məhsulları ixracı sahəsində yaradıcı işçi qüvvəsi bacarıqlarından yararlanmaq daxili resursların daha effektiv istifadəsinə, xarici müasir texnologiyaların cəlb edilməsinə və yeni məhsulların istehsalı üçün müvafiq texnologiyaların yaradılmasına səbəb olmaqla yanaşı, eyni zamanda istehsal komponentlərinin və xammalın yeni yollarının tapılmasına şərait yaradır. Beləliklə də, nəticə kimi qeyd edə bilərik ki, ixracın artması ölkənin valyuta gəlirlərinin artmasına, büdcənin artmasına, milli pulun dəyərini qorunub saxlanmasına, yeni iş yerlərinin yaranmasına, yoxsulluğun azalmasına, texnologiyanın inkişafına, əhəlinin real gəlirlərinin artmasına və başqa mühüm məsələlərə birbaşa müsbət təsiri vardır.

Öncə qeyd etdiyimiz kimi ölkədə ixracın artması iqtisadi artımın sürətinin artmasına səbəb olur. Keçən illər ərzində Azərbaycan Respublikasının ixracı və iqtisadi artımını müqayisə etdikdə ixracın artması ilə iqtisadi artım arasında birbaşa əlaqənin olduğu müşahidə edilir (Qrafik 1).

Qrafik 1. Azərbaycanın 2000-2016-cı illər üzrə ÜDM və ixracın miqdarı (milyon ABŞ dolları ilə)



Yuxarıdakı grafikdən aydın olur ki, qeyd edilən illər ərzində ölkəmizdə ÜDM-in və ixracın artımı fərqli olmuşdur. Lakin əksər illərdə ixracın artması ÜDM-in artması ilə müşayiət olunur.

Lakin ixracın əmtəə strukturuna nəzər yetirdikdə aydın olur ki, ölkəmizin ixracının böyük hissəsini mineral məhsullar təşkil edir, qeyri-neft sektoru isə kiçik paya malikdir (cədvəl 1).

Cədvəl 1. Ölkəmizdə ixracın əmtəə strukturuna (ixracda xüsusi çəkisi, faizlə)

Mal qrupları	2000	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Cəmi	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bitki mənşəli məhsullar	1,6	4,5	0,9	1,3	1,3	1,5	2,6	4,2
Heyvan və ya bitki mənşəli piylər və yağlar	0,2	1,6	0,9	0,9	1,0	0,9	1,2	0,2
Hazır ərzaq məhsulları, spirtli və spirtsiz içkilər, sirkə, tütün	1,4	1,5	1,0	1,3	1,4	1,4	2,2	1,3
Mineral məhsullar	85,1	76,8	94,2	93,2	92,8	92,5	88,0	87,4
Kimya sənaye məhsulları	2,1	3,0	0,2	0,7	0,2	0,3	0,6	0,6
Plastik kütlələr, kauçuk, rezin, onlardan hazırlanan məmulatlar	1,2	1,7	0,4	0,5	0,5	0,7	0,9	1,1
Toxuculuq materialları və məmulatları	2,3	1,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4
Mirvari, qiymətli daşlar və metallar, onlardan hazırlanan məmulatlar	0,0	0,0	0,4	0,3	0,3	0,4	0,7	0,8
Az qiymətli metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar	1,8	2,4	0,6	0,9	0,8	0,6	1,0	2,4
Digər	4,1	7,2	1,1	0,6	0,8	0,4	0,7	1,4

Mənbə: ARDSK

Cədvəldəki məlumatlardan aydın olur ki, ölkəmizdə 2000-2016-cı illərdə ixracın əmtəə strukturunda mineral məhsullar aparıcı mövqeyə malik olmuşdur. Bu da ixracın məbləğ baxımından dəyişkən olmasına səbəb olmuşdur. Belə ki, dünya bazarlarında neftin qiymətinin azalması ölkəmizin əmtəə ixracının kəskin azalması ilə nəticələnmişdir. Son illərdə mineral məhsullarının payının azalmasına ölkəmizdə qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılması məqsədilə həyata keçirilən

siyasətlərin təsiri və dünya bazarlarında yanacaq məhsullarının qiymətlərinin azalması səbəb olmuşdur. Lakin belə nəzərə çarpır ki, qeyri-neft məhsullarının ixracının artması məqsədilə daha çox iş görülməlidir.

Ölkəmizin sənaye istehsalının sahə strukturuna nəzər yetirdikdə aydın olur ki, sənaye istehsalının böyük hissəsini mədənçıxarma sənayesi tutur (cədvəl 2).

Cədvəl 2. Sənaye istehsalının sahə strukturu, ümumi yekuna nisbətən, müvafiq illərin faktiki qiymətləri əsasında, faizlə

	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Bütün sənaye	100	100	100	100	100	100	100
Mədənçıxarma sənayesi	53,4	67,4	78,9	77,2	73	67,0	69,8
Emal sənayesi	31,3	25,9	15,9	16,5	20,2	24,3	22,9

Mənbə: ARDSK

Cədvəl məlumatlarından aydın olur ki, ölkənin ixracının mineral məhsullardan asılı olmasının əsas səbəbi sənaye istehsalının böyük hissəsinin mədənçıxarma sənayesinin payına düşməsidir. Bu məqsədlə də, belə nəzərə çarpır ki, ixracın, xüsusilə də qeyri-neft ixracının artırılmasının əsas yolu sənaye istehsalında emal sənayesinin payının artırılmasıdır.

Aparılan tədqiqatlardan aydın olur ki, ölkəmizdə qeyri-neft sektoru üzrə ixracın artmasında bir sıra irəliləyişlərin əldə edilməsinə baxmayaraq, hələ də lazımı səviyədə deyildir. Bu səbəbdən də emal məhsulları üzrə ixracın artırılması ən aktual məsələlərdəndir. Dünya ölkələrinin təcrübələrinə nəzər yetirdikdə müxtəlif uğurlu siyasətlərin mövcudluğu nəzərə çarpır. Belə ki, bir sıra ölkələr daxildə rəqabət mühitini gücləndirərək Transmilli Korporasiyaları ölkəyə cəlb etməklə bu problemin həllinə çalışmış və müəyyən nailiyyətlər əldə etmişlər. Belə ki, həmin ölkələr TMK-ları ölkəyə cəlb etməklə onların təcrübələrindən, qabaqcıl texnologiyalarından və böyük həcmli investisiyalarından yararlanaraq, qısa müddət ərzində dünya səviyyəsində rəqabətqabiliyyətli məhsullar istehsal etmək gücündə olmuşlar. Bu da həmin ölkələrin ixracının artmasına səbəb olmuşdur.

Bu strategiyadan əlavə, daxili istehsal müəssisələrini bu istiqamətdə stimullaşdırmaqla da ixracın artırılmasına nail olmaq mümkündür. Bu məqsədlə dövlət iqtisadiyyata müdaxilə etməklə prioritet sahələr üzrə müvafiq strategiya reallaşdırılmalıdır.

Ümumilikdə dövlət əsasən ixrac sahəsində iki məqsədlə müdaxilə edərək müəyyən strategiya yürüdür:

- İxracın artırılması məqsədilə. Bunun əsas səbəbi nəzəri hissədə qeyd etdiyimiz kimi ixracın iqtisadi artımın əsas hərəkətverici qüvvələrindən biri olmasıdır.

- Prioritet sahələrin seçilməsi məqsədlə. Bir sıra iqtisadi nəzəriyyələrə əsasən nə ixrac etməyin müəyyənləşdirilməsi özlüyündə mühüm məsələdir. Burada hansı sahələrdə ixtisaslaşmanın zəruri olduğu vurğulanır.

Beləliklə də, qeyd etmək olar ki, dövlətin iqtisadiyyata müdaxilə etməsinin əsas səbəbi ölkənin hansı sahələrdə rəqabətqabiliyyətli olduğunun müəyyənləşdirilməsi və bununla əlaqədar olaraq hansı sahələrə istiqamətlənməyin zəruriliyinin aydınlaşdırılmasıdır. İqtisadçıların əksəriyyəti aşağıda qeyd edilən sahələrdə dövlətin müdaxiləsinin zəruriliyini vurğulayırlar:

1. Yeni yaradılan sənaye sahələrinin qorunması. İqtisadçılar əsasən bu fikirdədirlər ki, dövlət müəyyən bir müddət ərzində prioritet hesab edilən yeni yaradılmış sənaye sahəsini rəqabət üstünlüyünə nail olana qədər qorumalıdır. Əlbəttə bu məsələdə hansı sahənin prioritet seçilməsi aktualdır. Bu məqsədlə, gələcək perspektivi olan və başqa sahələrin inkişafına təkan verə bilən sahələr seçilməlidir.

2. İnformasiya problemləri, əlaqələndirmədə uğursuzluq, kredit və bazardakı çatışmazlıqlar. İstehsal prosesi səmərəli və effektiv təşkil olunduğu halda belə, milli və beynəlxalq bazarlar barəsində lazımi informasiya təminatı sahənin gəlirliliyinə birbaşa təsir edir. Məsələn, firmalar istehsal edəcəkləri məhsulun miqdarını tələb olduğu səviyyədə müəyyənləşdirmədikdə xarici bazarlara daxil olmaqda çətinliklərlə qarşılaşa bilərlər. Bu məqsədlə, potensial tərəf müqabillərinin və onlara olan inamın müəyyənləşdirilməsi kimi informasiyaların əldə edilməsi bir çox firmalar üçün zaman və xərc baxımından əlçatan deyildir.

3. Rəqabət üstünlüyünün müəyyənləşdirilməsi. Dövlət bəzi xüsusi sektorları qorumaq və inkişafına lazımi dəstək göstərmək məqsədilə seçim etdikdə sektorun gerilik səbəbinə deyil, rəqabət üstünlüyü olması amilinə diqqət verməlidir.

4. Bilik məhsullarının istehsalının, tədqiqat və işləmənin genişləndirilməsi. Dünya ölkələrini təhlil etdikdə aydın olur ki, iqtisadiyyatın inkişafının əsasını bilik və tədqiqat işlərinə böyük önəm verilməsi təşkil edir. Belə ki, dünyanın inkişaf etmiş ölkələrinin hamısı bu məqsədlə tədqiqat və işləmə sahəsinə böyük miqdarda vəsait ayırır ki, bu da həmin ölkələrdə rəqabət qabiliyyətli yeni növ məhsul istehsalına səbəb olur. Dövlət tədqiqat və işləmə sahəsinə birbaşa və ya dolaylı yolla təsir etmək gücündədir. Birbaşa təsir dedikdə, dövlətin bu sahəyə maliyyə vəsaiti ayırması nəzərdə tutulur. Dolaylı təsir isə firmaların bu sahəyə daha çox maliyyə vəsaiti ayırması məqsədilə müəyyən stimullaşdırma tədbirləri reallaşdırmasıdır. Nəzərimizcə, bu metod daha effektivdir. Belə növ stimullaşdırma vasitələrinə firmaların tədqiqat və işləmə xərclərinə, onların müxtəlif tədqiqat institutları ilə əlaqələrinin səviyyəsinə görə vergi güzəştləri və s. misal göstərmək olar.

Dünya ölkələrinin təcrübələrinə nəzər yetirdikdə ixracın artırılması məqsədilə bir sıra siyasətlər reallaşdırılmışdır ki, bunlara ixrac subsidiyaları, azad iqtisadi zo-

naların və ixracın gücləndirilməsi təşkilatlarının yaradılması metodlarını misal göstərmək olar. Ölkəmizdə azad iqtisadi zonaların yaradılması sahəsində müəyyən işlər görülmüşdür. Zənnimizcə, ixrac subsidiyalarının tətbiqi ölkəmizdə ixracın artırılmasında mühüm rol oynaya bilər. Bu səbəbdən də məqaləmizin qalan hissəsində ixrac subsidiyalarını təhlil edəcəyik.

İxrac subsidiyaları dedikdə, bir sıra sahələrə dövlətin maliyyə transferləri (nağd subsidiyalar, vergi güzəştləri, firmaları bazar qiymətindən aşağı səviyyədə xarici valyutalarla təmin etmək, güzəştli kreditlər, idxal olunan investisiya yönümlü məhsulların müəyyən miqdarda gömrük rüsumlarından azad edilməsi) nəzərdə tutulur. Bir sıra dünya ölkələrinin təcrübələrinə əsasən qeyd edə bilərik ki, dövlət ixrac fəaliyyəti ilə məşğul olan firmalara müəyyən məbləğdə nağd şəklində subsidiyalar ayıra bilər. Nəzərdə tutulan subsidiyanın məbləği firmanın ixrac etdiyi məhsulun onun ümumi istehsalındakı payı, artım sürəti və yaxud da ölkə ixracındakı payı nisbətində əsasən müəyyənləşdirilə bilər. Bu siyasət həmin firmaların müəyyən müddət ərzində güclü xarici rəqiblərlə rəqabət mübarizəsində dözümlülüyünü artırmağa bilər. Bundan əlavə, dövlət ixrac fəaliyyəti ilə məşğul olan firmaların maliyyə imkanlarını artırmaq məqsədilə və onları müəyyən müddət ərzində qorumaq naminə vergi güzəştləri tətbiq edə və güzəştli kreditlərlə təmin edə bilər. Bu siyasət daha çox vergi güzəştləri və güzəştli şərtlərlə kreditlər əldə etmək məqsədilə firmaların geniş şəkildə ixrac əməliyyatları aparmaq istəklərinin artmasına səbəb olacaq, bununla da ölkənin ixracının artmasına şərait yaradacaqdır.

Bildiyimiz kimi idxal və ixrac əməliyyatları ilə məşğul olan hər bir fiziki və hüquqi şəxsi düşündürən əsas məsələlərdən biri valyuta məzənnələri, xarici valyuta kurslarıdır. Valyuta məzənnəsinin dəyişməsi birbaşa şəkildə firmaların rəqabət qabiliyyətliliklərinin dəyişməsinə səbəb olur. Bu səbəbdən də öncə qeyd etdiyimiz kimi, ixrac fəaliyyəti ilə məşğul olan firmalar birbaşa şəkildə xarici valyutalarla mübadilə etdiklərinə və onlara lazım olan investisiya yönümlü malları xarici valyutalarla idxal etdiklərinə görə zəruri olan xarici valyutaların bazar qiymətindən aşağı səviyyədə təmin edilməsi həmin firmalara dövlətin ən böyük dəstəyi ola bilər.

Bütün qeyd edilənlərdən belə bir nəticə çıxarmaq olar ki, ölkəmizin qeyri-neft sektoru üzrə ixracının artırılması məqsədilə belə növ siyasətlərin tətbiqi müsbət nəticələr verə bilər.

Ədəbiyyat

1. Gulcin Tapsin, "The Relationship between Foreign Trade and Economic Growth in Turkey", International Review of Research in Emerging Markets and the Global Economy (IRREM). An Online International Research Journal (ISSN: 2311-3200) 2015 Vol: 1 Issue 3.

2. “International Economics: Theory and Policy” SIXTH EDITION, Paul R. Krugman Princeton University, Maurice Obstfeld University of California, Berkeley. 2003.
3. Li Cui, Chang Shu and Xiaojing Su., “How Much Do Exports Matter for China’s Growth? ”, China Economic Issues, Number 1/09, March 2009.
4. Adeleye J. O., Adeteye O. S. & Adewuyi M. O., “Impact of International Trade on Economic Growth in Nigeria”,(1988-2012)., International Journal of Financial Research Vol. 6, No. 3; 2015.
5. Khairul Hashim and Mansur Masih, “What causes economic growth in Malaysia: exports or imports? ”, INCEIF, Malaysia, INCEIF, Malaysia 14 August 2014.
6. L. Berlage, “Trade Strategy and Economic Growth in Developing Countries”, International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research ISSN 2277- 3622 Vol.2, No. 9, September (2013)
7. Andra Pradesh, “The importance of international trade in the world”, G. V.Vijayasri Research Scholar, Department of Economics? Andhra University? India.
8. Murat Sheker, “Importing, exporting and innovation in developing countries”, Enterprise Analysis Unit Finance and Private Sector Development Vice-Presidency, World Bank, January 2011
9. Tim Harcourt, “Why Australia Needs Exports?”, A Discussion Paper of the Australian Trade Commission and the Centre for Applied Economic Research (CAER) at the University of New South Wales. Chief Economist, Australian Trade Commission, 201 Kent Street Sydney NSW 2000.
10. Wenyu Zang, Mark Baimbridge., “Exports, imports and economic growth in South Korea and Japan: a tale of two economies”, Nottingham Business School, Nottingham Trent University, Burton Street, Nottingham, NG1 4BU. Applied Economics 44, 361-372.

İDARƏETMƏNİN İNFORMASIYA SİSTEMLƏRİNİN FƏALİYYƏT XÜSUSİYYƏTLƏRİ

G.N. Novruzova

Dissertant, UNEC

email: gunelbabayeva25@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 7 iyun 2018; Çapa qəbul edilmişdir 22 iyun 2018;
online-da çap edilmişdir 25 iyun 2018

Received 7 June 2018; accepted 22 June 2018; published online 25 June 2018

Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi informasiya idarəetmə sistemlərinin fəaliyyət xüsusiyyətlərinin araşdırılması və informasiya idarəetmə sistemlərinin və idarəetmə fəaliyyətinin avtomatlaşdırılması sistemlərinin inkişafına təsir edən əsas amillərin təhlili əsasında bu sistemin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində təklif və tövsiyələr verməkdən ibarətdir. Tədqiqat işi elmi abstraksiya və sistemli təhlil, induksiya-deduksiya, təhlil-sintez kimi tədqiqat üsulları əsasında yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatın məhdudiyyətləri: daha geniş praktik informasiya tələb edir. Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti: tədqiqatın nəticələri müasir şəraitdə təşkilat və müəssisələrin səmərəli inkişafı, əsas fəaliyyət proseslərinin informasiyalaşdırılması, fəaliyyətin bütün sahələrində qabaqcıl informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının səmərəli istifadəsi, eləcə də idarəetmə sistemlərinin avtomatlaşdırılması vasitəsilə təmin olunmasında elmi və əməli biliklərinin zənginləşdirilməsində müsbət rol oynaya bilər. Tədqiqatın elmi yeniliyi və orijinallığı: Müəssisə və təşkilatların informasiya sistemlərinin fəaliyyət mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi üzrə təklif və tövsiyələr verilmiş, ümumiləşdirilmiş idarəetmə tsiklinin səmərəli modeli işlənib hazırlanmışdır.

Açar sözlər: idarəetmənin müasir informasiya sistemləri, idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri, idarəetmə fəaliyyətinin avtomatlaşdırılması sistemləri, ümumiləşdirilmiş idarəetmə tsikli.

Jel classification: Z19

FEATURES OF ACTIVITY OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS

G.N. Novruzova

The dissertator of UNEC

Abstract

The main goal of the research is to develop proposals and recommendations on improving information management systems based on the study of the features of

their functioning and analysis of the main factors affecting information management systems and automation systems for management activities. In the process of research methods of abstraction, system approach, analysis-synthesis, induction-deduction, etc. were used. Limitations of the study: more extensive practical information is required. Practical significance of the research: The results of the research can be used in the process of enriching scientific and practical knowledge in the field of automation of control systems; in the effective development of enterprises and organizations; in the use of advanced information and communication technologies in all fields of activity. Scientific novelty and originality of the research: Recommendations and proposals for improving the mechanisms of the information systems of enterprises and organizations have been put forward, an effective model of a single management cycle has been developed.

Key words: modern management information systems, ways of improving the management system of administrative activity automation system, a generic management cycle.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

Г.Н. Новрузова

Диссертант, UNEC

Резюме

Основная цель исследования состоит в разработке предложений и рекомендаций по совершенствованию информационных систем управления на основе изучения особенностей их функционирования и анализа основных факторов, влияющих на информационные системы управления и системы автоматизации управленческой деятельности. В процессе исследования использованы методы абстракции, системного подхода, анализа-синтеза, индукции-дедукции и т.д. Ограничения исследования: требуется более обширная практическая информация. Практическая значимость исследования: Результаты исследования могут быть использованы в процессе обогащения научных и практических знаний в сфере обеспечения автоматизации систем управления; в эффективном развитии предприятий и организаций; в использовании передовых информационных и коммуникационных технологий во всех сферах деятельности. Научная новизна и оригинальность исследования: Выдвинуты рекомендации и предложения по совершенствованию механизмов деятельности информационных систем предприятий и организаций, разработана эффективная модель обобщенного управленческого цикла.

Ключевые слова: современные информационные системы управления, пути совершенствования системы управления, системы автоматизации управленческой деятельности, обобщенный управленческий цикл.

Giriş

Müəssisə və təşkilatların müasir idarəetmə strukturları əsas və dövrüyyə vəsaitləri, əmək və maddi resurslar və s. daim dəyişən və bir-biri ilə sıx qarşılıqlı əlaqəli ayrı-ayrı tərkib elementlərindən ibarət olan mürəkkəb təşkilati sistemlərdir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisə və təşkilatların fəaliyyəti bütün istehsal və texniki proseslərin, eləcə də əmək resurslarının idarə olunmasının kompleks avtomatlaşdırılması əsasında idarəetmə prosesinin təkmilləşdirilməsi sahəsində qarşıya yeni vəzifələr qoydu.

Bazar iqtisadiyyatının inkişafı istehsalın təşkili, təchizatçılar və istehlakçılarla əlaqələrin qurulması sahəsində həyata keçirilən tədbirlərin mürəkkəbləşməsinə və həcmnin artmasına gətirib çıxarır. Bu proseslərin operativ idarə olunması idarəetmənin müasir informasiya sistemləri təşkil olunmadan mümkün deyil.

Bu baxımdan, təqdim olunan məqalə idarəetmənin müasir informasiya sistemlərinin təşkili məsələlərinin öyrənilməsinə həsr edilmişdir. Belə ki, bu problemlərin müasir dövrdə dərinlən araşdırılmasına böyük ehtiyac duyulur.

Hazırkı dövrdə ictimai-iqtisadi fəaliyyətin bütün sahələrində elektron idarəetmə sistemlərinin tətbiqi və idarəetmənin informasiya sistemlərinin yaradılması zərurətinin bir sıra səbəbləri mövcuddur. Onların hamısı bu və ya digər şəkildə yeni altsistem elementi - idarəetmənin informasiya sistemlərinin tətbiqi yolu ilə müəssisə və təşkilatların mövcud idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsinə yönəldilmişdir. Buna görə də, müəssisə və təşkilatların mövcud idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsini məqsəduyğun hesab edirik (Şəkil 1):

Hər bir istiqaməti ayrı-ayrılıqda nəzərdən keçirdikdə qeyd etmək lazımdır ki:

1. İnformasiya resurslarının idarə olunması idarəetmə prosesində informasiyanın toplanması, ötürülməsi, emalı, saxlanması, təqdim olunmasının bu və ya digər vasitələrinin istifadəsinə əsaslanan müvafiq texnologiyaların məcmusunun olmasını tələb edir. Sadalanan informasiya proseslərinin hər hansı birinin üstünlük təşkil etməsi, onun intensivliyi və əhəmiyyətindən asılı olaraq, onların reallaşdırılmasının texniki vasitələri seçilir.

İnformasiya resurslarının idarə olunmasının müasir texniki təminat vasitələri öz tərkibi və funksional imkanları baxımından çox müxtəlifdirlər və idarəetmənin informasiya təminatı və təşkili prosesində tələbatların bütün spektrini əhatə edirlər. Bir sıra tədqiqatçılar texniki vasitələrin bu qruplarını müəyyən edirlər:

- kompüter texnikası vasitələri,
- kommunikasiya texnikası vasitələri,

- təşkilati texniki vasitələr [4].



Şəkil 1: Müəssisə və təşkilatların idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətləri

2. İdarəetmə fəaliyyətinin avtomatlaşdırılması sistemləri informasiyanın emalı, bölüşdürülməsi və koordinasiyasının asanlaşdırılmasına yönəldilmişdir. Bu sistemlərin faydalılığını təsdiq edən belə bir faktı qeyd etmək olar ki, sənədləşmənin idarə olunması adətən ümumi işlərin həcmnin 40%-ni, digər fəaliyyət növləri isə qalan 60%-in təqribən bərabər hissələrə bölünməklə təşkil edirlər. Bundan əlavə, bir çox təşkilatlarda hesablama, proqnozlaşdırma, modelləşdirmə, layihələndirmə, qrafika, dizayn və s. işləri kimi yaradıcı vəzifələr yerinə yetirən mütəxəssislər mövcuddur [7]. İdarəetmə fəaliyyətinin avtomatlaşdırılması məqsədilə sənədləşmənin idarə olunması, inzibatçılıq, qrup proqram təminatı, avtomatlaşdırılmış layihələndirmə, layihələrin idarə olunmasının proqram təminatı, virtual reallıq və s. idarəetmə texnologiyaları istifadə olunur. Bütövlükdə avtomatlaşdırmanın mahiyyəti qərar qəbul edən şəxslərin intellektual imkanlarının gücləndirilməsi üçün aparat vasitələrinin istifadəsindən ibarətdir.

3. Qeyd etmək lazımdır ki, müasir müəssisə və təşkilatların idarə olunması prosesi daha çox operativlik tələb edir. Bazarda tez-tez baş verən kəskin dəyişikliklər, məhsul və xidmətlərin daha qısa həyat tsikli, istehlak tələbinin dəyişkənliyi dövründə idarəetmə qərarlarının qəbulu üçün bazanın tamlığı və aktuallığı mühüm əhə-

miyyət kəsb edir.

İdarəetmə qərarları müəssisə və təşkilatların fəaliyyətinin bütün tərəflərini əhatə edir: xammal və materialın istehsal hazırlığı, istehsal, satış, heyətin idarə olunması, maliyyə və s. İdarəetmənin əsas vəzifəsi müəssisə və təşkilatların strateji, taktiki və cari məsələlərinin həllində struktur bölmələrin ən səmərəli şəkildə istifadəsi üçün onların fəaliyyətinin koordinasiyasından ibarətdir. Bu vəzifənin yerinə yetirilməsinə əməkdaşların yüksək peşəkarlığı; cari vəziyyətin və inkişaf tendensiyaalarının təhlilinin geniş informasiya dəstəyi; strateji və taktiki qərarların qəbul edilməsində səlahiyyətlik; ümumi məqsədlərə nail olmaq üçün struktur bölmələrinin fəaliyyətinin planlaşdırılması və koordinasiyası; biznesin dəstəklənməsi üzrə təşkilati və cari tədbirlərin həyata keçirilməsi; nəzarətin təşkili və ümumilikdə həm kollektivin, həm də onun daxilində şəxsiyyətin inkişaf etdirilməsi və s. amillər şərait yaradır.

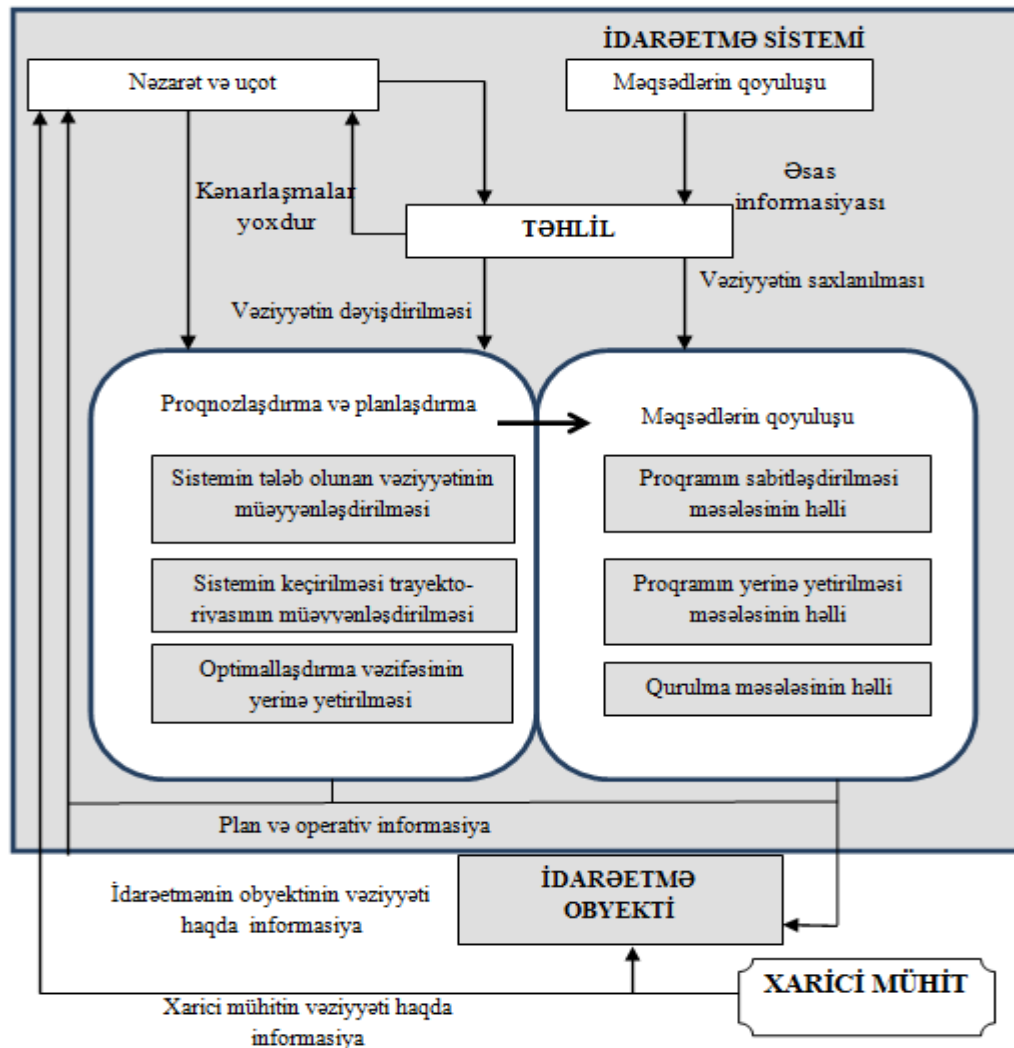
Tədqiqatçıların fikrincə, dizayn struktur quruluşu (özünəməxsus memarlıq quruluşu) baxımından, qərarların qəbul edilməsinin dəstəklənməsi sistemi müəssisə və təşkilatlarda istifadə olunan operativ informasiya sistemlərinin üzərində qurulmuşdur. Qərarların qəbul edilməsinin dəstəklənməsi sisteminin işlənilib hazırlanması və tətbiqinin məqsədi müəyyən edilmiş məqsədlərə uyğun olaraq yuxarı səviyyəli rəhbərlər və aparıcı mütəxəssislər üçün əsaslandırılmış qərarların qəbul edilməsi üçün aktual imkanlar və əlverişli şəraitin informasiya dəstəyidir [6].

4. M. Robson öz tədqiqatlarında qeyd edir ki, reinjinirovka, yəni biznes proseslərin səmərəlilişdirilməsi və təkrar inteqrasiyası prosesində əməliyyatların, xərclərin sayının, vaxtın və s. minimumlaşdırılması kimi rəqabət məqsədlərinə nail olmaq üçün informasiya sistemləri və informasiya texnologiyaları sahəsində ən son nailiyyətlər istifadə olunur [16].

5. Bizim fikrimizcə, mühüm məsələlərdən biri də idarəetmə sistemlərinin təkmilləşdirilməsidir. İdarəetmə sistemlərinin təkmilləşdirilməsinin mahiyyəti idarəetmə tsiklinin qısaldılması və idarəetmə təsirlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsindən ibarətdir. İdarəetmə tsiklini əyani şəkildə şəkil 2-dəki kimi təsvir etmək olar. Bu zaman idarəetmə obyektlərindən idarəetmə sisteminə cari vəziyyət haqda informasiya daxil olur. Qərar qəbul edən şəxs daxil olan informasiyanın həqiqiliyinə nəzarət edir, tələb olunan vəziyyətdən kənarlaşmaların üzə çıxarılması və cari vəziyyətdə dəyişikliklərin edilməsi zərurətinin müəyyənləşdirilməsi məqsədilə bu informasiyanı nəzərə alır və təhlil edirlər. Təhlilin nəticələrindən asılı olaraq, idarəetmənin əsas vəzifələrindən biri və operativ-texniki idarəetmə (tənzimləmə), yəni idarəetmə obyektinin fəaliyyətinin koordinasiyası həyata keçirilir. İdarəetmə obyektinin fəaliyyətinin koordinasiyası dedikdə, sistemin tələb olunan vəziyyətdə saxlanılması üzrə qərarların qəbul edilməsi başa düşülür. Yaxud da bu zaman məqsədlərin yenidən korrektə edilməsi məsələsi həll olunur. Bundan sonra proqnozlaşdırma və planlaşdırma əsasında sis-

tem yeni vəziyyətə keçirilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bu sahədə tədqiqat aparən alimlərin fikrincə, idarəetmə sisteminin müəyyən olunmuş məhsuldarlıq səviyyəsində idarəetmə tsiklinin qısal-
 dılması emal edilən informasiyanın həcmnin azaldılması zərurətini yaradır. Bu isə
 öz növbəsində idarəetmənin keyfiyyətinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarır. Eyni
 zamanda tələbatların ödənilməsi yalnız o şərtlə mümkündür ki, idarəetmə sisteminin
 və informasiyanın ötürülməsi və emalı üzrə idarəetmə obyektı ilə əlaqə sisteminin
 məhsuldarlığı artırılmış olsun. Həmçinin hər iki elementin məhsuldarlığının artırıl-
 ması əlaqələndirilmiş olmalıdır [9,12,14]. Fikrimizcə, bu müddəə da idarəetmənin
 informasiya sistemlərinin istifadəsinin zəruriliyini göstərir.



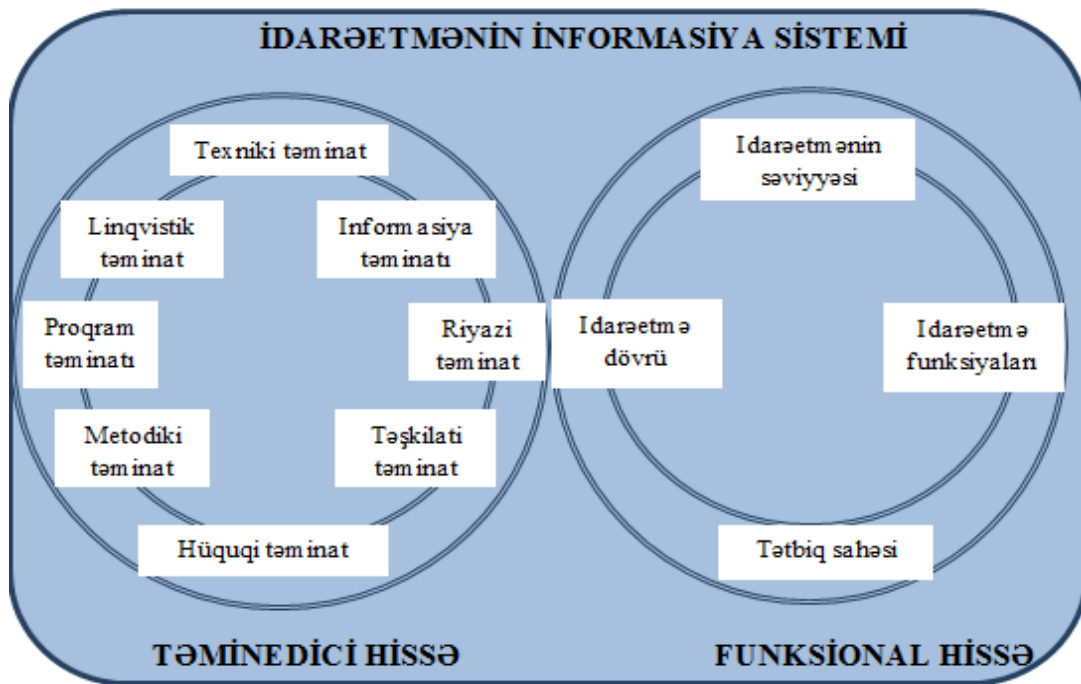
Şəkil 2. Ümumiləşdirilmiş idarəetmə tsikli [1]

Yuxarıda nəzərdən keçirilən bütün istiqamətlər tam şəkildə idarəetmənin

kompleks informasiya sistemlərinin yaradılması şərti ilə reallaşdırıla bilər. Bu, müəssisə və təşkilatların idarə olunması proseslərinin keyfiyyətə yeni səviyyəyə keçirilməsinin zəruriliyini daha qabarıq şəkildə üzə çıxarır. İdarəetmənin informasiya sistemlərinin tətbiqinin zərurəti müasir şəraitdə idarəetmə proseslərinin qəfil mürəkkəbləşməsi ilə əlaqədardır və obyektiv xarakter daşıyır. Bundan əlavə, bu problemləri öyrənən tədqiqatçıların qeyd etdiyi kimi, yalnız idarəetmənin informasiya sistemlərinin səmərəli qurulması şərti ilə müəssisə və təşkilatların fəaliyyətində köklü dəyişikliklər etmək mümkündür [5].

İdarəetmənin informasiya sistemlərinin əsas tərkib hissələrini nəzərdən keçirdikdə ilk növbədə qeyd etmək lazımdır ki, informasiya sistemləri problemlərini araşdıran alimlərin əksəriyyətinin fikrincə, idarəetmənin informasiya sistemləri qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmaqda idarəetmənin əsas qrup funksiyalarının yerinə yetirilməsi üçün nəzərdə tutulan zəruri informasiyanın toplanması, saxlanması, emalı və təqdim olunması məqsədilə vahid sistemdə birləşdirilmiş təşkilati, texniki, proqram və informasiya vasitələrinin məcmusunu özündə əks etdirir [3, 8, 15, 17, 18].

İdarəetmənin informasiya sistemlərinin tərkibini daha detallı nəzərdən keçirmək üçün bu sahədə tədqiqat aparən V.V. Qodin və İ.K. Korneyevin tədqiqatlarına diqqət yetirmək məqsədmüvafiq olardı [4]. Belə ki, onlar idarəetmənin informasiya sistemlərinin tərkibini təminedicisi və funksional hissələrə ayırırlar. Şəkil 3-də bunu daha aydın görmək olar.



Şəkil 3. İdarəetmənin informasiya sistemi

Bu strukturu daha ətraflı nəzərdən keçirərkən qeyd etmək lazımdır ki, təmine-

dici hissə informasiya, texniki, riyazi, proqram, metodiki, təşkilati və linqvistik təminatdan ibarətdir.

İnformasiya sisteminin funksional hissəsi informasiya sisteminin təyinatını və vəzifələrinin yerinə yetirilməsini təmin edir. Faktiki olaraq, bu hissə təşkilatın idarəetmə sisteminin modelini özündə əks etdirir. Bu hissənin çərçivəsi daxilində idarəetmənin məqsədlərinin funksiyalara, funksiyaların idarəetmənin informasiya sistemlərinin altsistemlərinə transformasiyası baş verir. Altsistemlər öz növbəsində informasiya sisteminin vəzifələrini reallaşdırır (Cədvəl 1). Adətən informasiya sisteminin funksional hissə funksional əlamətlərə görə (idarəetmənin səviyyəsi; idarə olunan resursun növü; tətbiq sahəsi; idarəetmənin funksiyaları və idarəetmə dövrü) altsistemlərə bölünür [4].

Cədvəl 1. İdarəetmənin informasiya sistemlərinin funksiyaları

<i>İİS-nin altsistemləri</i>	<i>İnformasiya sistemlərinin vəzifələri</i>
Marketinq informasiya sistemi	Bazarın öyrənilməsi və satışın proqnozlaşdırılması Satışın idarə olunması Yeni məhsulun istehsalı üzrə təkliflər Qiymətin təhlili və qoyuluşu Sifarişlərin uçotu
Istehsal informasiya sistemi	İşlərin həcmnin planlaşdırılması və təqvim planlarının hazırlanması Istehsalın cari nəzarəti və idarə olunması Avadanlıqların işinin təhlili, təchizatçıların sifarişlərinin formalaşmasında iştirak Ehtiyatların idarə olunması
Maliyyə və uçot informasiya sistemi	Sifarişlər portfelinin idarə olunması Kredit siyasətinin idarə olunması Maliyyə planının hazırlanması Maliyyə təhlili və proqnozlaşdırılması Büdcəyə nəzarət Mühasibat uçotu və əməkhaqqının hesablanması
Kadr (insan resurslarının) informasiya sistemi	Əmək resurslarına tələbatın təhlili və proqnozlaşdırılması Heyət barədə arxiv qeydiyyatının tətbiqi Kadrların hazırlığının təhlili və planlaşdırılması
Rəhbərliyin informasiya sistemi	Müəssisənin fəaliyyətinə nəzarət Operativ problemlərin üzə çıxarılması İdarəetmə və strateji situasiyalara dair qərarların qəbul edilməsi prosesinin təmin olunması

Həmçinin, belə bir məqama diqqət yetirmək lazımdır ki, təşkilatın əsas funk-

sional vəzifələri uzunmüddətli qərarların qəbul edilməsi və dəstəklənməsi üçün birləşdirilmiş analitik təhlillərin hazırlanması və informasiya resurslarının əsasında təşkilatın xarici əlaqələrinə operativ nəzarətin təmin olunması, eləcə də təşkilatın, onun struktur bölmələrinin funksional vəzifələrinin yerinə yetirilməsi üçün operativ informasiyanın emalı və idarəetmənin bütün səviyyələrində real vaxt rejimində idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsindən ibarətdir. Informasiya emalının bütün prosesləri təşkilatın informasiya axınlarının formalaşmasının əsasını təşkil edən funksional vəzifələrin yerinə yetirilməsi tələblərindən asılı olaraq təsnifləşdirilir. Funksional vəzifələrin yerinə yetirilməsinin asanlaşdırılması üçün funksional vəzifələrin informasiya sistemləri istifadə olunur.

Funksional vəzifələrin informasiya sistemlərinin obyektləri kimi funksional vəzifələrin yerinə yetirilməsinin avtomatlaşdırılması prosesləri çıxış edir. Sənaye müəssisələrində bu vəzifələr aşağıdakı prosesləri əhatə edir:

- istehsalın texniki hazırlığı vəzifələrinin avtomatlaşdırılması,
- əsas istehsalın operativ idarə olunması,
- biznes planların hazırlanması,
- loqistik proseslərin idarə olunması,
- maliyyə menecmenti,
- mühasibat uçotu və daxili audit və s.

Bu proseslər təşkilatın informasiyanın idarə olunması sistemlərinin funksional altsistemlərinin və idarəetmənin mühüm funksiyalarına uyğun gəlir. Funksional altsistemlərin hər biri çıxış informasiyasının son informasiyaya keçməsinin konkret alqoritmə malik olan ayrı-ayrı vəzifələrdən ibarət kompleks vəzifələr dəstindən təşkil olunmuşdur.

Bu vəzifələrin yerinə yetirilməsi zamanı biz informasiya texnologiyaları anlayışı ilə rastlaşırıq. A.İ. Mişenin və J. Martinin tədqiqatlarına əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, informasiya texnologiyaları iqtisadi obyektin idarəetmə vəzifələrinin yerinə yetirilməsi üçün proqram-aparat kompleksinin bazasında informasiyanın toplanması, qeydə alınması, yığılması və emalı əməliyyatlarının reallaşdırılması vasitə və metodlarının məcmusunu istifadə edən prosesləri özündə əks etdirir [11, 13]. Informasiya texnologiyalarının əsas məqsədi ilkin informasiya məlumatlarının emalı əsasında optimal idarəetmə qərarları bazasını təşkil edən yeni keyfiyyət göstəricilərinin əldə edilməsidir.

Informasiya axınlarının obyektləri informasiyanın toplanması, ötürülməsi, yığılması və saxlanması, onun emalı və hesabatların nəticələrinin istifadəçi üçün lazımı şəkildə formalaşdırılması prosedurlarını reallaşdıran təminədiçi altsistemlərdən ibarətdir. Beləliklə, informasiya axınları funksional vəzifələrin idarəetmə sistemi və qərarların qəbul edilməsinin dəstəklənməsi sisteminin fəaliyyəti üçün informasiya-

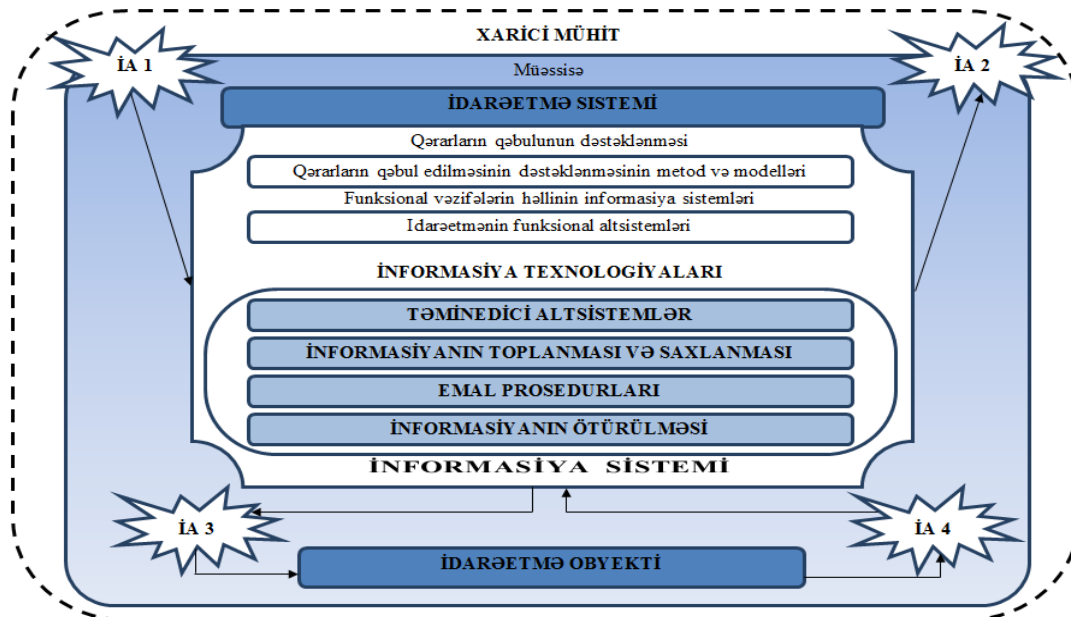
texnologiyaları özündə əks etdirir.

İnformasiya texnologiyalarının texniki təminatı təkcə idarəetmənin funksional vəzifələrini müvəffəqiyyətlə həll etməyə deyil, eləcə də təşkilatın menecerləri və rəhbərlərinə qərarların qəbul edilməsinin dəstəklənməsi sistemi çərçivəsində interaktiv rejimdə sonradan qərarların qəbul edilməsi üçün analitik və proqnozlaşdırma tədbirlərini görməyə imkan verir.

K. Əhmədovun fikrincə, informasiya texnologiyalarının texniki təminatı adətən müxtəlif müəssisələrin idarəetmənin informasiya sistemləri üçün eyni tərkibə malik olur. Bu da idarəetmənin informasiya sistemlərinin fəaliyyəti prosesində bu sistemlərin uyğunlaşdırılması prinsipini reallaşdırmağa imkan verir [2]. İnformasiya texnologiyalarının layihələndirilən texniki təminatının mütləq elementi kimi informasiya, linqvistik, texniki, proqram, riyazi, təşkilati, hüquqi, iqtisadi təminatlar çıxış edir.

İnformasiya axınları, funksional vəzifələrin yerinə yetirilməsinin idarəetmə sistemi və qərarların qəbul edilməsinin dəstəklənməsi sistemini məcmu şəkildə nəzərdən keçirdikdə qeyd etmək olar ki, informasiya texnologiyaları, funksional vəzifələrin yerinə yetirilməsinin idarəetmə sistemi və qərarların qəbul edilməsinin dəstəklənməsi sistemi bir-biri ilə informasiya və texnoloji baxımdan qarşılıqlı əlaqəlidir və idarəetmənin informasiya sistemlərinin tərkib hissələrini təşkil edir.

İdarəetmənin informasiya sistemlərinin tərkib hissələrinin təhlili nəticəsində müəssisə və təşkilatlar üçün idarəetmənin informasiya sistemlərinin əhəmiyyətini müəyyənləşdirmək mümkündür. Bunu şəkil 4-də göstərilən sxemin vasitəsilə təsvir etmək olar.



Şəkil 4. Müəssisə və təşkilatların idarə olunmasında informasiya sistemlərinin yeri

Təklif etdiyimiz sxemi təhlil edərək qeyd etmək lazımdır ki:

- İA1- idarəetmə sisteminə xarici mühitdən daxil olan informasiya axınıdır. Bu informasiya axını bir tərəfdən qanunvericilik sahəsində dövlət orqanları tərəfindən yaradılan normativ informasiya, digər tərəfdən rəqiblər, istehlakçılar, təchizatçılar tərəfindən yaradılan bazar konyunkturası haqda informasiyadır.

- İA2 - idarəetmə sistemindən xarici mühitə daxil olan informasiya axınıdır, yəni hesabat informasiyası ilk növbədə maliyyə informasiyası, potensial istehlakçılara yönəldilmiş marketing informasiyadır.

- İA3 - idarəetmə sistemindən idarəetmə obyektinə yönəldilən informasiya axınıdır. Bu informasiya axını təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan plan, normativ və bölüşdürücü informasiyaların məcmusudur.

- İA4 - idarəetmə obyektindən idarəetmə sisteminə yönəldilən informasiya axınıdır. Bu informasiya axını təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirilməsi nəticəsində idarəetmə obyektinin vəziyyəti haqda informasiyadır.

Nəticə

Apardığımız tədqiqatın əsasında əldə edilən nəticələri aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

- Müasir dinamik iqtisadi mühitdə müəssisə və təşkilatların müvəffəqiyyətli fəaliyyəti informasiya resurslarının idarə olunmasının düzgün təşkilindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır;

- Müəssisə və təşkilatların müasir bazar şəraitində müvəffəqiyyətli fəaliyyətinə nail olmaq üçün idarəetmənin informasiya sistemlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsi zəruridir;

- İdarəetmənin informasiya sistemləri informasiya axınlarını, eləcə də müəssisə və təşkilatların fəaliyyətindəki bütün prosesləri keyfiyyət və kəmiyyət baxımından yaxşılaşdırmağa imkan verir;

- İdarəetmənin informasiya sistemləri həm təşkilatın daxilindən, həm də xarici mühitdə daxil olan informasiya axınlarının idarə olunmasında mərkəzi yer tutmalıdırlar;

- Sonuncu isə o deməkdir ki, müasir şəraitdə idarəetmənin informasiya sistemlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsi zərurəti müəssisə və təşkilatların rəqabət qabiliyyətliliyinin təmin olunmasının prioritet istiqamətlərindəndir.

Ədəbiyyat

1. Анфилов, В.С. Системный анализ в управлении: Учеб. пособие / В.С. Анфилов, А.А. Емельянов, А.А. Кукушкин; Под ред. А.А. Емельянова. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 368с.
2. Ахметов К. Главное - управление // Компьютер Пресс. - 1997. - №8.-С.224-226.
3. Глушков, В.М. Основы безбумажной технологии / В.М. Глушков. -М.:

Наука, 1982.-552с.

4. Годин, В.В., Управление информационными ресурсами: 17- модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 17 / В.В. Годин, И.К. Корнеев. - М.: ИНФРА - М, 2000.-352с.
5. Дудинска, Э. Управленческие информационные системы / Э. Дудинска, М. Мизла // Проблемы теории и практики управления. - 1996.-№2.-С. 114-120.
6. Информатизация бизнеса: концепции, технологии, системы / А.М. Карминский, В.П. Нестеров, Б.В. Черников; под ред. А.М. Карминского. - 2-е изд., перераб. И доп. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 624с.
7. Информационные технологии в бизнесе / Под ред. М. Желены. - СПб.: Питер, 2002. - 1120с.
8. Корнеев, И.К. Информационные технологии в управлении / И.К. Корнеев, В.А. Машурцев. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 158с.
9. Кукушкин, А.А. Теоретические основы автоматизированного управления. Ч. 2: Основы управления и построения автоматизированных информационных систем / А.А. Кукушкин. - Орел: Изд-во ВИПС, 1999.-209 с.
10. Курочкин, А. Принципы организационного проектирования предприятий / А. Курочкин//Проблемы теории и практики управления. 1998.-№1.-С. 90-96.
11. Мартин, Дж. Планирование развития автоматизированных систем / Дж. Мартин. - М.: Финансы и статистика, 1984, - 196с.
12. Мизин И.А. Автоматизированные системы управления. Основы теории информационных систем. В 3-х ч., ч.1. Информационные основы передачи дискретных сообщений. Характеристики каналов и систем передачи данных / И.А. Мизин. - М.: Московский институт радиотехники, электроники и автоматики, 1970. - 302с.
13. Мишенин, А.И. Теория экономических информационных систем / А.И. Мишенин. - М.: Финансы и статистика, 1999. -436с.
14. Мухин, В.И. Исследование систем управления. Учебник / В.И. Мухин. - М.: Экзамен, 2002. - 384с.
15. Петров Ю.А. Комплексная автоматизация управления предприятием: Информационные технологии - теория и практика / Ю.А. Петров, Е.Л. Шлимович, Ю.В. Ирюпин. - М.: Финансы и статистика, 2001.-160 с.
16. Робсон, М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес- процессов: Пер. с англ / М. Робсон, Ф. Уллах. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997.-224с.
17. Старицкий, А. Программные продукты для управления предприятиями / А. Старицкий // Компьютер Пресс. - 1997. - №12. - С.56.
18. Якубайтис, Э.А. Информационные сети и системы: Справочная книга / Э.А. Якубайтис. - М.: Финансы и статистика, 1996. - 378с.

AZƏRBAYCANIN NƏQLİYYAT SEKTORUNA İNVESTİSİYA QOYULUŞUNUN SƏMƏRƏLİLİYİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

Ə.Z. Paşayev

Dissertant, İqtisadi Araşdırmalar Elmi-Tədqiqat İnstitutu, UNEC,
Müəllim, Azərbaycan Dövlət Dəniz Akademiyası
emirhanpasayev@gmail.com
Telefon: +994707129815

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 11 may 2018; Çapa qəbul edilmişdir 5 iyun
2018; online-da çap edilmişdir 25 iyun 2018
Received 11 May 2018; accepted 5 June 2018; published online 25 June 2018

Xülasə

Məqalədə nəqliyyat sektoruna yönəldilən investisiyaların səmərəliliyinin artırılması nəticəsində elmi və texnoloji tərəqqinin müasir inkişafının kəmiyyət dəyişikliklərindən keyfiyyət dəyişikliklərinə keçid ilə xarakterizə olunduğu izah edilir. Nəqliyyatda yükdaşımaların iqtisadi səmərəsinin yüklərin növündən, onların daşıma prosesinə uyğunluğundan, nəqliyyat vasitələrinin növündən, kadrların peşəkarlığından, yükləmə-boşaltma əməliyyatlarının intensivliyindən və nəqliyyat işinin təşkilindən yüksək dərəcədə asılı olduğu bildirilir. Qlobal iqtisadi inkişafın intensivliyinin artmasına bilavasitə təsir edən nəqliyyat sektorunda iqtisadi qanunların təzahürünün özünəməxsusluğu ilə fərqləndiyi qeyd edilir.

Açar sözlər: investisiya, nəqliyyat sektoru, səmərəlilik, tranzit.

Jel Classification: R42

THE DIRECTIONS OF EFFICIENCY DEVELOPMENT OF INVESTATION PUTTING ON AZERBAIJAN TRANSPORT SECTION

A.Z. Pashayev

Scientific Research Institute of Economic Studies, UNEC,
Lecturer, Azerbaijan State Marine Academy

Abstract

As a result of scientific and technological development in order to increase the efficiency if investment directed to the transport section and its transformation from quantitative changes to qualitative changes have been explained in the article. The economic efficiency of cargo transportation depends on the types of cargoes, their conformity to the process of their transportation types of transports the

profecionality of the cadres, intensiveness of cargo handling and the organization of work processes. As well economic laws differ in the transport sector which affect the global economic development of increasing of the intensiveness.

Key words: Investments, Transport sector, efficienc,transit.

НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В ТРАНСПОРТНЫЙ СЕКТОР АЗЕРБАЙДЖАНА

А.З. Пашаев

Диссертант,

Научный исследовательский институт экономических изысканий, UNEC

Резюме

В статье обосновывается, что современное развитие научно-технологического прогресса, в результате повышения эффективности инвестиций, направленных в транспортный сектор, характеризуется переходом от количественных изменений к качественным изменениям. Здесь указывается, что экономическая эффективность перевозки грузов в транспорте в большой степени зависит от типов груза, их соответствия транспортировке, от вида транспортных средств, от профессионализма кадров, от интенсивности погрузки-разгрузки и от организации транспортных работ. Отмечается, что проявление экономииических законов в транспортном секторе, непосредственно влияющем на повышение интенсивности глобального экономического развития, отличается своей специфичностью.

Ключевые слова: инвестиция, транспортный сектор, эффективность, транзит.

Giriş. XX əsrdə elmdə yenilik hesab edilən informasiya cəmiyyəti termini sonralar, yəni müasir dövrümüzdə qlobal inkişaf mərhələsinin adını daşımağa başladı. Dünya iqtisadiyatında baş verən böhranlı vəziyyətə düşməyə əsas səbəb kimi siyasi, ekoloji faktorlar göstərilə də, kiçik və böyük şirkətlərin, transmilli korporasiyaların belə, sürətlə dəyişən texnoloji yeniliklərə adaptasiya olunmaqda çətinlik çəkməsi nəticəsində rəqabətə tab gətirə bilmədiyini xüsusi qeyd etmək olar. Azərbaycan iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi ilə bağlı ölkə başçısının dövlət qurumları, özəl qurumlar qarşısında qoyduğu əsas vəzifələrdən biri də nəqliyyat sektoruna investisiya qoyuluşlarının səmərəliliyinin artırılmasıdır [1]. Müasir dövrün reallığına çevrilən qlobal iqtisadi böhran fonunda nəqliyyat sektoruna investisiya qoyuluşları milli iqtisadiyyatın inkişafının mühüm istiqamətlərindən biri sayılır. Əsas məqsədi iqtisadi artım dinamikasının yüksəldilməsi olan nəqliyyat sektoruna investisiya qoyuluşları ölkədə xüsusi mühit formalaşdırır. İnkişafa yönümlü bu mühitdə müxtəlif qurumlar, hətta

ölkələr arasında münasibətlər beynəlxalq nəqliyyat dəhlizlərinin fəaliyyətə keçdikdən sonra, institusional qurumlar tərəfindən yüksələcəyi proqnozlaşdırılan gəlirlərə görə rəqabət indidən kəskinləşməyə meyillidir və onların tədqiqi mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Sərmayə artımı prosesində aparıcı amilə çevrilən investisiyalar biznes mühitinin və yeni təsərrüfatçılıq formalarının təşəkkülü, müasir texnologiyaların intensiv axınına, iqtisadi əlaqələrin genişlənməsinə təkan vermiş olur. Nəqliyyat sektoruna investisiya qoyuluşlarından səmərəli istifadə işsizlik və digər sosial problemlərin, inkişafın sahə və regionlar üzrə tənzimlənməsi məsələlərinin həlli üçün geniş imkanlar açır. Bu imkanların reallaşdırılması tədqiqatçıların diqqət mərkəzində olan problemlərdəndir.

Azərbaycan iqtisadiyyatında inkişaf mühitinin təşəkkülü müasir dövrün tələblərinə uyğun investisiya siyasətinin həlledici təsirinə məruz qalır. Bu təsirin səmərəliliyinin yüksəldilməsi yolları və vasitələrinin araşdırılması xüsusi əhəmiyyətli məsələdir.

Azərbaycan iqtisadiyyatında nəqliyyat sektoruna yönələn investisiyalardan istifadənin səmərəliliyinin, enerji, sənaye, kənd təsərrüfatı məhsulları və insan resurslarının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi prosesində bu investisiyaların rolunun hərtərəfli qiymətləndirilməsi əsaslı araşdırmalar tələb edir. Milli iqtisadiyyatın neft amilindən asılılığının zəiflədilməsi zərurəti, qeyri-neft sektorunun inkişafında nəqliyyat sektoruna yönələn investisiyaların istifadəsi məsələlərinin aktuallığını şərtləndirir.

Problemin qoyuluşu. Dövlət investisiyalarının səmərəli idarə edilməsi, nəqliyyat sektoruna yönələn investisiyalardan istifadənin müxtəlif formalarının müqayisəli təhlili beynəlxalq təcrübənin araşdırılması və zəruri məqamların konkret şərait baxımından qiymətləndirilməsi, nəqliyyat sektorunda investisiya proseslərinin tənzimlənməsi həlli zəruri olan məsələlərdəndir.

Qlobal istiqamətlərə təkan verən hazırkı ticarət münasibətlərində üç əhəmiyyətli trend fərqlənir. Hesab edirik ki, əlavə dəyər əldə etmək üçün bu trendlərə xüsusi fikir verilməlidir [1].

1. Makroiqtisadi amillər global ticarət həcmının artırılmasına əhəmiyyətli təsir göstərir. İyirmi il ərzində açıq bazarlara və sərbəst ticarətə əsaslanan inkişaf başlıca iqtisadi artım meyili olmuşdur. Ümumdünya Ticarət Təşkilatının nəzərdə tutduğu islahatlar çərçivəsində ticarəti asanlaşdıran beynəlxalq sazişlər bu istiqamətləri daha da sürətləndirmişdir. Nəticə etibarilə, ticarət global ÜDM-in artım tempindən daha sürətlə artır. Dünya Bankının milli iqtisadiyyatlar haqqında məlumatlarından və İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (İƏİT) milli iqtisadiyyatlar üzrə hesabatlarından məlum olduğu kimi, məhsul və xidmət satışının bynəlxalq ÜDM-də xüsusi çəkisi, 1995-ci ildəki 22 faiz (1975-ci ildəki 16,5 faiz) ilə müqayisədə, 2015-ci ildə (iqtisadi böhran nəticəsində zəifləmədən sonra) 29,5 faizə yüksəlmişdir. Bu artıma

təkan verən digər əsas səbəb inkişaf etməkdə olan bazarlarda orta təbəqənin güclənməsidir. “Ekonomist” jurnalının məlumatına əsasən, ailə üzrə illik gəliri 5000 ABŞ dollarından çox olan təbəqənin ümumi sayı 2005-ci ildə 550 milyon olduğu halda, 2015-ci ildə bu əmil 1450 milyona çatmışdır.

2. Sahə və şirkət səviyyəsində olan amillər də istehsal seqmentlərinin coğrafi bölgüsünə müsbət təsir edir. Şirkətləri beynəlxalq əməliyyatlarını genişləndirməyə stimullaşdıran iki əmil mövcuddur. Bir tərəfdən onlar yeni və inkişaf etməkdə olan bazarlardakı artım imkanlarından faydalanmaq üçün öz fəaliyyətlərini yeni coğrafi məkanlara keçirir, digər tərəfdən isə aşağı xərcli istehsal imkanlarından faydalanmaq üçün istehsal əməliyyatlarını artırır. Beynəlxalq dəyər zəncirlərinin inkişaf etməsi və şaquli ixtisaslaşmanın dərinləşməsi bu meyilləri nisbətən gücləndirir. Diqqəti daha çox əsas sahələrə yönəltməklə, aralıq və ya hazır məhsulların kənardan tədarük edilməsi müəssisələr tərəfindən kütləvi tətbiq edilən təcrübəyə çevrilir.

3. Bəzi təşviqedicə vasitələrin inkişafı makro və mikrosəviyyəli amilləri dəstəkləyir. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının (bundan sonra – İKT) inkişafı bu mənada əsas amillərdən biri hesab oluna bilər. Xalqlararası ticarətin əhatə etdiyi xidmətlərin həcmində və miqyasında ciddi artım qlobal dəyər zəncirlərinin qurulmasına təkan vermişdir. Digər vasitələr isə yuxarıda ÜTT-nin timsalında da qeyd edildiyi kimi, qlobal ticarəti gücləndirən tənzimləyici və məsləhətverici qurumların sayının artmasıdır. Adı keçən qurumlar qlobal ticarət fəaliyyəti üzrə qaydaları müəyyən edir və ikitərəfli sazişlər bağlanmasını stimullaşdırır ki, bu da öz növbəsində beynəlxalq tarif və qeyri-tarif maneələrinin azalması ilə nəticələnir. Üçüncü dəstəkləyici vasitə kimi nəqliyyat sistemlərinin texnoloji imkanlarının artırılmasını qeyd etmək olar. Marjinal tələbatın təmin edilməsi zərurəti nəticəsində mühüm irəliləyişlərin olması (məsələn, konteyner yükdaşımalarda) ticarət həcmələrinin sürətlə artmasına səbəb olmuşdur. Ticarətin maliyyələşdirilməsi sahəsində inkişaf və yeni maliyyələşdirmə alətlərinin hazırlanması da ticarət həcmələrinin genişlənməsinə səbəb olmuşdur. Yuxarıda adı keçən üç əminin təsiri altında qlobal ticarət həcmələrinin artması, digər nəqliyyat növləri kimi, dəniz daşımalarda da kəskin artıma səbəb olmuşdur. Əmtələrin ticarətinə dair BMT-nin informasiya bazasının məlumatlarına istinadən, regionlararası ticarət həcmi 1990-cı ildəki 1,8 trilyon ABŞ dollarından 2013-cü ildə 17,2 trilyon ABŞ dollarına yüksəlmişdir ki, bunun da 70 faizi dəniz daşımalarının payına düşür. Bu artımın əsas təkanverici əmili Asiyanın dəniz ticarətinə təkan verən Çin və Hindistan kimi ölkələrdə istehsal və istehlak həcmələrinin genişlənməsi olmuşdur.

Nəqliyyat sektorunda rəqabət qabiliyyətinin artırılması. Qədim nəqliyyat növü olan dəniz ticarəti imkanlarından yararlanmaq üçün bir sıra dünya ölkələrində

liman qovşağının qurulmasına investisiya qoyulur. Belə qovşaqların rəqabət qabiliyyətliliyini üç amil müəyyən edir [1]:

1. Qovşaqlar vasitəsilə liman işinin səmərəliliyi ən qabaqcıl təcrübələrə uyğunlaşdırılır. Əməliyyatların təkmilləşdirilməsi, qiymətqoymanın optimallaşdırılması və informasiya texnologiyaları sistemlərinə investisiya qoyuluşu liman işinin səmərəliliyinin yüksəldilməsində əhəmiyyətli rol oynayır.

2. Dövlətin uzaq bölgələri ilə əlaqənin təmin və inkişaf etdirilməsi mühüm amildir. Adətən, qovşaqlarla ölkənin uzaq bölgələri arasında əlaqələr dəmir yollarına investisiya qoyuluşları, iritutumlu yük maşınları və liman ərazilərində sənaye klasterlərinin qurulması yolu ilə təşkil edilir. Əməliyyatlar sahəsində qüvvələrin birləşməsi effektinə nail olmaq məqsədilə qonşu limanlarla tərəfdaşlığın qurulması nəticəsində bu cür əlaqələr daha da möhkəmləndirilir.

3. Limanda əlavə dəyərə çevrilən xidmətlərin olması ticarət sahəsində fəallığı artırır. Bir sıra qlobal və regional liman qovşaqları qeyd olunan hər üç amilin inkişafına nail olmaqla, qabaqcıl təcrübə hesab edilən “bençmark”lara çevrilmişdir. Misal olaraq, Cəbəli Əli, Hamburq, Sinqapur, Antverpen, Rotterdam, Tangerang Med və Monreal limanlarını qeyd etmək mümkündür. Bu limanların bəzilərində, eləcə də bir sıra digər limanlarda uzaq bölgələrlə əlaqənin gücləndirilməsi və əlavə dəyər gətirən xidmətlərin təmin edilməsi məqsədilə azad ticarət zonası modeli tətbiq olunmuşdur. Ona görə ki, azad ticarət zonalarında ixrac yönümlü sənaye sahələrində fəaliyyət göstərən özəl şirkətlər və investorlar ünvanlı xidmət və stimullarla təmin edilir. Qlobal ticarətin sürətlə artması nəticəsində dəniz daşımaları ilə yanaşı, eyni ilə dəmiryol daşımalarında artım müşahidə edilmişdir. Bu cür artım fonunda dünya səviyyəsində dəmiryol qovşaqlarının inkişafına iki əsas proses təsir etmişdir. İntermodal daşımalar getdikcə həcmi artan daşıma növünə çevrilmiş və liman qovşaqlarının inkişafından sonra intermodal dəmiryol daşımaları adi dəmiryol yükdaşımalarını üstələmişdir. Nümunə üçün qeyd etmək olar ki, ümumilikdə dəmiryol ilə daşımalarda illik 1,2 faiz artım tempi ilə müqayisədə Avropa İttifaqında intermodal dəmiryol daşımalarının illik artım tempi XXI əsrin ilk onilliyində 2,6 faiz olmuşdur. Qlobal miqyasda ticarət axınlarında konteyner yükdaşımalarının həcmnin davamlı artımı, liman operatorlarının və yerli hökumətlərin dəmiryol şəbəkələrinin limana çıxışını və terminal tutumlarını yaxşılaşdırmaq məqsədi daşıyan irihəcmli investisiya qoyuluşları bu prosesi daha da sürətləndirmişdir. Əksər dünya ölkələri dəniz, quru yol, dəmiryol daşımalarında logistika mərkəzləri vasitəsilə əlavə dəyər əldə etməklə, yuxarıda qeyd edilən iqtisadi dividendləri qazanmağa çalışırlar. Sektorun qabaqcıl təcrübələrinə əsasən logistika mərkəzləri vasitəsilə əlavə dəyər qazanılmasının üç əsas uğur amili vardır:

1. Gəlirin əldə edilməsi üçün, seçilmiş təchizat halqalarında tarazlaşdırılmış inkişafın daha çox səmərə verməsi nəzərə alınmaqla, infrastruktur və xidmətlər bərabər şəkildə inkişaf etdirilməlidir. Infrastruktura daha çox diqqətin yetirilməsi ticarət üçün zəruri xidmətlərin təminatında çatışmazlıqların olmasına səbəb ola bilər ki, bu da öz növbəsində artımı azalda bilər. Eləcə də, xidmətlərə həddən çox diqqət yetirilməsi infrastruktur çatışmazlığına səbəb ola bilər.

2. Logistika mərkəzlərinə investisiya qoyuluşları üçün aydın strategiyanın və düşünülmüş planlaşdırmanın olması vacib amillərdir. Gəlirliliyin və potensialın düzgün hesablanmaması ilkin fəaliyyətə başlamaqda və fəaliyyətin sürətləndirilməsində çətinliklərə yol açar. Üstün potensiallı mərkəzlərin tikintisinin irihəcmli investisiya qoyuluşları tələb etdiyini nəzərə alaraq qeyd etmək olar ki, əvvəlcədən müvafiq risk qiymətləndirməsinin aparılması zəruridir [2]. Ona görə ki, hərtərəfli düşünülmüş planlaşdırmanın və təfərrüatlı texniki-iqtisadi əsaslandırmanın əhəmiyyəti böyükdür.

3. Logistika mərkəzlərinin tikintisi zamanı bütövlükdə təchizat halqasının optimallaşdırılmasını həyata keçirə biləcək mövqedə özəl sektor iştirakçısı mövcud olmur. Müəssisə səviyyəsində natamam planlaşdırma və optimallaşdırma nəqliyyat mərkəzlərinin qurulması mərhələsində səmərəsizliyə səbəb ola bilər. Adətən, bütövlükdə təchizat zəncirlərinə münasibətdə logistikanın düzgün optimallaşdırılmasını bilən və ya bunu etmək üçün lazımi bazar gücünə malik olan üçüncü tərəf kimi güclü nəqliyyat şirkətlərinin çatışmazlığı hiss olunur. Müvafiq qurumların nəzarəti ilə təchizat zənciri komponentlərinin, o cümlədən gömrük və birbaşa xarici sərmayələr bazasının olması nəqliyyat sisteminin qurulmasına və inkişafına təsir edən amillərdəndir.

Nəqliyyat sektoruna investisiya qoyuluşlarında beynəlxalq təcrübə. Nəqliyyat vasitələrinin istehsalına investisiyaların yönəlməsində şirkətlərin sərbəst iqtisadiyyat şəraitində qarşılaşdığı obyektiv problemlərdən biri də bu sektorda ciddi rəqabətin olmasıdır. Belə ki, Boinq ötən bir neçə ildə Avropa Aerobus konsorsiumu ilə birlikdə mülki təyyarə sənayesində hakimiyyəti ələ keçirmək üçün böyük bir rəqabətə girmişdir. Bir neçə il əvvəl Airbus 16 milyard dollar xərcləyərək indiyə qədər istehsal edilmiş ən böyük təyyarə olan A380 – ni təkmilləşdirəcəyi ilə bağlı öhdəlik götürmüşdür. Boinq isə 787 Dreamliner yeni təyyarə markasına 6 milyard dollar xərcləyəcəyini bildirərək rəqibinə cavab vermişdir. Sonra isə 787 – nin rəqibi olan A350 – yə 6 milyard dollar əlavə xərcləməyi planlaşdırdığı məlumatını yaymışdır. Bu milyardlarla dollar investisiya qərarları ilə əlaqədar olaraq çox hesablamalar aparılmışdır. Təkmilləşdirmənin və hər bir təyyarənin maliyyə tutumu təxmini hesablanmış, bir təyyarənin satış qiyməti müəyyənləşdirilmiş, 2025 – ci ilə qədər satılması nəzərdə tutulan təyyarələrin sayı təxmini hesablanmışdır. İki firma da 5 ya da 6 il ərzində neqativ nağd maliyyə hesablaşmalarını və gələcək 20 il üçün də pozitiv nağd maliyyə hesablaşmalarını planlaşdırmışdır. Təxmini hesablanmış nağd

maliyyə hesablaşmalarının məlum olmasına baxmayaraq, hər iki firmanın idarəçiləri də layihələri almağın firmanın daxili dəyərini artıracağı qənaətinə gəlirlər. Lakin idarəetmədəki daxili risk məlum olsa da və təyyarələrin bir-biri ilə rəqabət edəcəyi reallığı ilə, Boinq və Aerobusun maliyyə analitikləri hesablamalarının əhəmiyyətli dərəcədə səhv olduğunu başa düşdülər.

Cari ildən etibarən hər iki təyyarə büdcəsindən daha çox və maliyyə hesablamaları nəzərdə tutulandan fərqli olmuşdur. Eyni zamanda, Boeing və Aerobus, getdikcə tələbin artdığı kiçik və qırıq təyyarələr istehsal edən “Bomardier of Canada” və “Emraer of Brazil” kimi digər firmalarla yeni bir rəqabətlə qarşılaşmışdır. Bu rəqabət mühitindəki dəyişmə Boeing və Aerobusun gələcək on ildə investisiya etmək istədikləri layihələrə yenidən baxmağa məcbur etmişdir [3].

A350, A380 və 787 kimi layihələrə investisiya yönəltmək kifayət qədər əhəmiyyətli olmuşdur. Boeing, Aerobus və digər firmalar hər il yeni yük maşınları və yaxud avadanlıqlar almaqdan kompüter və dəftərxana ləvazimatları almağa qədər inventarın idarə edilməsini optimallaşdırmaq üçün təkrarlanan investisiya qərarları verməkdədirlər. Hər layihənin özünəməxsus xüsusiyyətlərinin olmasına baxmayaraq burada qeyd etdiyimiz texniki yanaşmalar nəqliyyat sektoruna aid bütün növ və böyüklükdəki layihələri aydınlaşdırmaq məqsədi ilə istifadə edilmişdir [4].

Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələri üzrə nəqliyyatın əsas göstəriciləri

Cədvəl 1. Nəqliyyat sektorunda sənişin daşınması, milyon sənişin [6]

	2012	2013	2014	2015	2016	Artım
Azərbaycan	1 617	1 746	1 828	1 892	1 930	19,4%
Belarus	2 453	2 451	2 255	2 094	1 971	-19,6%
Ermənistan	247	239	224	207	204	-17%
Qazaxıstan	18 485	20 004	21 281	21 839	22 338	21%
Qırğızıstan	603	619	639	653	682	13%
Moldova	240	241	237	244	248	3,3%
Özbəkistan	6 705	6 989	7 335	7 589	7 875	17,4%
Rusiya	21 370	19 652	19 558	19 122	18 690	-12,5%
Tacikistan	476	515	537	565	573	20%
Ukrayna	6 813	6 623	5 902	5 167	4 854	-29%

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında hazırlanmışdır, artım 2016-cı il 2012-ci illə müqayisə edilərək faizlə hesablanmışdır.

Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin nəşr etdiyi məlumatlardan göründüyü kimi (Cədvəl 1) 2012-ci illə müqayisədə 2013-cü il, 2014-cü il, 2015-ci il və 2016-cı ildə Azərbaycanda nəqliyyat sektorunda sənişin daşınmasında artım dinamikası müşahidə edilmişdir [5]. Müqayisə üçün qeyd etmək istərdim ki, Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələrindən nəqliyyat sektorunda sənişin daşınmasında artım dinamikası Qazaxıstanda, Qırğızıstanda, Özbəkistanda, Tacikistanda müşahidə edilmişdir. 2012-ci illə müqayisədə 2013-cü il, 2014-cü il, 2015-ci il və 2016-cı ildə

Belarus, Ermənistan, Rusiya və Ukraynada nəqliyyat sektorunda sənişin daşınmasında azalma dinamikası qeydə alınmışdır. Müqayisə üçün götürülən dövrdə Moldovada 2014-cü ildə azalma qeydə alınsa da, 2012-2013-2015 və 2016-cı illərdə artım dinamikası müşahidə edilmişdir. Bu onu deməyə əsas verir ki, iqtisadiyyat sahəsində ixtisaslaşan beynəlxalq təşkilatların qlobal bazarların inkişaf mərkəzlərinin qərbdən şərqə doğru yerini dəyişəcəyinə dair proqnozları özünü doğruldur.

Müşahidələrimiz onu göstərir ki, Azərbaycan dövləti nəqliyyat sektoruna çox böyük önəm verir. Bu sahəyə çox böyük sərmayə qoyulur. 2004-cü ildən 2017-ci ilin noyabr ayına qədər Azərbaycanda 11 min kilometr avtomobil yolu tikilmişdir, 6 beynəlxalq hava limanı istifadəyə verilmişdir. Hal-hazırda Azərbaycanın çox böyük yük təyyarəsi parkı var. Azərbaycanda 20-yə yaxın iri yük təyyarəsi fəaliyyət göstərir. Azərbaycanın Xəzər dənizində ən böyük dəniz donanması var – 270 gəmidən ibarət donanma Xəzərdə yükdaşımaların təşkili üçün xüsusi rol oynayır. Azərbaycanda böyük gəmiqayırma zavodu tikilmişdir. Bu zavod bütün növ gəmiləri istehsal edir. Araşdırmalarımız göstərir ki, gələcəkdə Xəzərdə yükdaşımaların gözlənilən artımı ilə bağlı bu zavod daha böyük həcmə işləyəcək. Milli nəqliyyat infrastrukturunun önəmli tərkib hissəsindən biri Ələt Beynəlxalq Dəniz Ticarət Limanıdır. Bu limanın tikintisi davam edir, artıq liman fəaliyyət göstərir. Ancaq limanın birinci fazasının istismara verilməsi 2018-ci ilin ortalarında nəzərdə tutulur. Ondan sonra ildə 15 milyon ton yük və 100 min konteyner bu limandan keçəcək. Layihənin ikinci mərhələsinin başa çatması nəticəsində isə Ələt limanının imkanları 25 milyon ton yükə və 1 milyon konteynerə bərabər olacaq. Son illər ərzində Azərbaycanda nəqliyyat sektoruna qoyulan investisiyalar güclü infrastrukturun qurulması ilə nəticələnib. Bu infrastruktur həm ölkəmiz, həm bölgə və həm də dünya üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Cədvəl 2. Nəqliyyat sektorunda yük daşınması, milyon ton [6]

	2012	2013	2014	2015	2016	Artım
Azərbaycan	210,9	217,9	222,0	227,0	222,5	5,5%
Belarus	484,4	471,2	467,5	447,2	430,4	-11,1%
Qazaxıstan	3 231,8	3 508,0	3 749,8	3 733,8	3 722,6	15,2%
Qırğızıstan	26,9	27,9	28,9	29,7	31,2	16%
Moldova	27,9	30,8	30,3	26,4	13,7	-51%
Özbəkistan	1 329,3	1 387,1	1 458,9	1 534,0	1 603,6	21%
Rusiya	4 382,6	4 320,0	4 203,8	4 081,8	4 000,0	-8,7%
Tacikistan	52,0	52,2	54,4	53,9	55,5	6,7%
Ukrayna	771,9	759,4	672,1	601,0	624,5	-19%

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında hazırlanmışdır, artım 2016-cı il 2012-ci illə müqayisə edilərək faizlə hesablanmışdır.

MDB ölkələri üzrə Nəqliyyat sektorunda yük daşınmasının əks olunduğu cədvəl 2-dən göründüyü kimi Rusiya, Ukrayna və Moldovadan başqa Azərbaycanın

da daxil olduğu digər ölkələrdə 2012-2016-cı illərdə yük daşınmasında artım dinamikası müşahidə edilmişdir. Ona görə də bu ölkələrin nəqliyyat sektoruna investisiya qoyuluşlarının yaxın illər ərzində səmərəli olacağını proqnozlaşdırmaq olar.

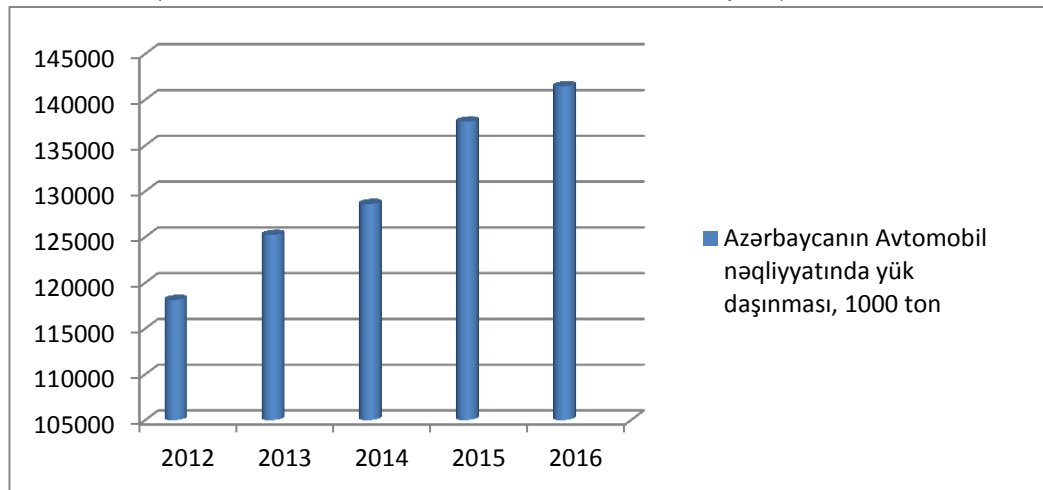
Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına görə ölkə üzrə işçilərin orta illik sayında nəqliyyat sektorunun payı 2015-ci ildə 8,4 faiz, 2016-cı ildə 8,1 faiz olmuşdur. Bu isə ona dəlalət edir ki, Azərbaycan vətəndaşlarından təxminən hər on nəfərindən biri nəqliyyat sektorunda çalışır. Bəlkə əhəlinin məşğulluğu qədər, bəlkə də ondan daha çox önəmli bir məsələ də vətəndaşların tibbi sağlamlığıdır. Gələcək illərdə nəqliyyat sektoruna yönələn investisiyaların səmərəliliyini yüksəltməyin istiqamətləri kimi işsizliyin azaldılması və ekoloji təmiz texnologiyaların tətbiqi nəzərdə tutulmalıdır.

Nəticə. İndiki şəraitdə nəqliyyat sektoruna inkişaf etmiş ölkələrdə tətbiq edilən texnologiyaların gətirilməsinə çalışmaq, sonra isə texniki yönümlü mütəxəssis hazırlığının keyfiyyətini artırmaq və bununla da gələcəkdə biliyin kommersiyalaşdırılmasının geniş vüsət almasını təmin etməklə, nəqliyyat sektoruna yönələn investisiyaların səmərəliliyini artırmaq mümkündür.

Dünya iqtisadiyatında baş verən texnoloji yeniliklərə milli nəqliyyat müəssisələrinin adaptasiya olunması və rəqabət qabiliyyətini artırması üçün yeniliklərin intensiv tətbiqinə və keyfiyyətli kadr hazırlığına ehtiyac var. Nəqliyyat sektorunda təhsil və elmi infrastrukturun təkmilləşdirilməsi bu sahələrin daha effektiv fəaliyyətinə təsir göstərə, insan kapitalının formalaşması və ondan istifadənin səmərəliliyini yüksəldə, innovasiyalara əsaslanan inkişafı təmin edə bilər. Nəqliyyatda “Təhsil-elm-istehsal” sahələrinin qarşılıqlı, çevik və effektiv fəaliyyətinin təmin edilməsinə xidmət edən İKT, bina və tikililər, cihaz və avadanlıqlar, laboratoriyalar, sınaq mərkəzləri, fondlar, innovasiya müəssisələri, konsaltinq və mühəndislik xidmətlərinin və s. inkişafı istiqamətində təşəbbüslər davamlı olaraq dəstəklənməlidir.

Milli iqtisadiyyatın aparıcı sahəsi olan nəqliyyat sektorunun davamlı və rəqabət qabiliyyətli olması iqtisadi təhlükəsizliyin əsas şərtlərindəndir. Nəqliyyat sektoruna yönələn investisiyaların səmərəliliyini artıran əsas üç istiqamətdən birincisi nəqliyyat xidmətləridir. Ölkə ərazisində yük və sərnişin daşınmasına nəqliyyat vasitələrinin cəlb edilməsi, daxili ehtiyacı ödədikdən sonra tranzit yük və sərnişinlərin daşınmasında iştirak etməklə strateji valyuta ehtiyatlarını artırmaq mümkündür. İkincisi emal müəssisələridir.

Şəkil 1. Azərbaycanın Avtomobil nəqliyyatında yük daşınması, 1000 ton
([6] –nin məlumatları əsasında tərtib olunmuşdur)



Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən hazırladığımız diaqramdan göründüyü kimi, yükdaşımaların həcminə görə 2012-2016 –cı illərdə, xüsusilə avtomobil nəqliyyatında artım dinamikası müşahidə edilmişdir. Azərbaycanın nəqliyyat sektorunun və Aİ, Rusiya, İran, Çin kimi ölkələrin həmişə iqtisadi, təhlükəsizlik, rahatlıq və ekoloji baxımdan sərfəli olan nəqliyyat vasitələrinə ehtiyacı var, nəzərə alsaq ki, ölkəmiz qeyri-neft sektorunu inkişaf etdirməyi prioritet elan edib. Neft və qaz resursları tükənən ehtiyatlardır. Bilik cəmiyyəti adlanan hal-hazırkı dövrdə alternativ enerjinin (külək, günəş, elektrik və s.) əldə edilməsi yönündə ciddi nəticələr var. Azərbaycan dövləti indidən gələcək nəsillərin iqtisadi təhlükəsizliyini təmin etmək üçün çox gəlirli sahə olan nəqliyyat vasitələrinin istehsalına nail olmalıdır. Üçüncüsü təmir müəssisələridir. Nəqliyyat vasitələrinin nə qədər keyfiyyətli istehsal və istismar edilsə də təmirə ehtiyacı olur. Nəqliyyat vasitələrinin təmiri müəssisələri milli nəqliyyat sektoru ilə yanaşı, başqa ölkələrə məxsus nəqliyyat vasitələrini təmir və bərpa etməklə milyardlarla ölçülən strateji valyuta daxilolmaları ilə nəticələnə bilər. Qlobal əhəmiyyətli nəqliyyat dəhlizləri üzərində yerləşən ölkəmizin ərazisindən bütün istiqamətlərdə hərəkət edən nəqliyyat vasitələrini keyfiyyətli, ucuz təmir və bərpa etməklə Azərbaycan şirkətlərinin rəqabət üstünlüyü qazanaraq, əvvəlcə milli, sonra regional, daha sonra isə global səviyyəli şirkətlərə çevrilmək imkanı var. Bu imkanların reallaşdırılması səmərəliliyi investisiya mühitindən bilavasitə asılıdır.

Ədəbiyyat

1. <http://static.president.az/pdf/38542.pdf>
2. A.M.Əsədov Azərbaycan Respublikasında yeni nəqliyyat sisteminin formalaşması və davamlı inkişafı: elmi-nəzəri əsasları və perspektivləri. “Avropa” nəşriyyatı-2014, s.145;
3. Eugene F.Brigham və Joel F.Houston. Finansal yönetimin temelleri.7.Basımdan çeviri.2014.s.308;
4. Peter Sanders and Daniel Michaels: “Winds of Change for Boeing, Airbus”, The Wall Street journal (online.wsj.com), March 16, 2010; and John Newhouse, Boeing Versus Airbus: The Inside Story of the Greatest International Competition in Business. New York: Random House, 2007.
5. Ə.Z.Paşayev “ Nəqliyyat sektoruna yönələn investisiyalar “ Azərbaycan Dövlət Dəniz Akademiyası Elmi Əsərləri № 1 Bakı – 2016; səh.169.
6. http://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/
7. http://www.acsc.az/uploads/qezet/138381deniz_qzeti.pdf

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNIVERSİTETİNİN ELMİ XƏBƏRLƏRİ
(rüblük elmi və praktik)

MÜƏLLİF ÜÇÜN QAYDALAR

1. Məqalənin adı, müəllif(lər)i, müəllif(lər)in elmi dərəcəsi, vəzifələri, ad və soyadları, çalışdıqları qurum və elektron poçt (e-posta) ünvanları, iş və mobil telefon nömrələri göstərilməlidir.

2. Məqalə xülasə açar söz (azərbaycan, ingilis və rus dillərində, ən çox 5 söz), (azərbaycan, ingilis və rus dillərində), giriş, əsas hissə, nəticə, mənbələr, əlavələr, şəkil və cədvəllər daxil olmaqla **10 səhifədən** az olmamalıdır. Elektron ünvanı: **yadulla.hasanli@unec.edu.az; elmixeberler2018@gmail.com**

3. Məqalənin xülasəsi **200-250 sözdən** çox olmamalı, tədqiqatın məqsədini, əhəmiyyətini və elmi dövriyyədəki yerini, istifadə edilən və ya formalaşdırılan metodları, hansı suallara cavab verildiyini və tətbiq dairəsini göstərməli, giriş və nəticə hissəsi kimi yazılmamalıdır.

4. Məqalənin xülasəsi məqalənin məzmununa uyğun olmalıdır. Xülasə elmi və qramatik baxımdan ciddi redaktə olunmalıdır.

5. Elmi məqalənin sonunda elm sahəsinin və məqalənin xarakterinə uyğun olaraq işin elmi yeniliyi, tətbiqi əhəmiyyəti, iqtisadi səmərəsi və s. aydın şəkildə qeyd olunmalıdır.

6. Məqalə A4 formatında, **1,5 (bir tam onda beş) intervalla, Times New Roman 14 şriftilə** yazılmalı, kənarlarından (soldan 30 mm, sağdan 15 mm, yuxardan 25 mm və aşağıdan 20 mm) boşluq buraxılmalıdır.

7. Məqalə **azərbaycan, ingilis və rus dillərində** qəbul ediləcəkdir.

8. Məqalədə elmi mənbələrə istinadlar olmalıdır. Məqalənin sonunda verilən ədəbiyyat siyahısı əlifba ardıcılığı ilə deyil, istinad olunan ədəbiyyatların mətnində rast gəlinəndi ardıcılıqla nömrələnməli və məsələn, [1] və ya [1, s.119] kimi işarə olunmalıdır. Eyni ədəbiyyata mətnində başqa bir yerdə təkrar istinad olunarsa, onda istinad olunan həmin ədəbiyyat əvvəlki nömrə ilə göstərilməlidir.

9. Ədəbiyyat siyahısında son 5-10 ilin elmi məqalələrinə, monoqrafiyalarına və s. istinadlara üstünlük verilməlidir.

10. Məqalələr orijinal olmalı və əvvəllər başqa milli və ya beynəlxalq jurnallara və konfranslara təqdim edilməməlidir.

11. Məqalələr rəyçilərin gizli rəyindən sonra sahə redaktoru və ya redaksiya heyətinin mütəxəssis üzvlərindən biri tərəfindən çapa tövsiyə və ya təqdim ediləcəkdir.

12. Məqalənin qəbulu və rədd edilməsi redaksiya heyətinin müzakirəsindən sonra elan ediləcəkdir.

SCIENCE REVIEWS AZERBAIJAN STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS
(quarterly scientific and practical)
NOTES FOR CONTRIBUTORS

1. Articles not published or submitted for publication elsewhere are accepted in Azerbaijani, English and Russian.
2. Articles should be typed in A4 format, **with 1.5 line spacing, font Times New Roman, of not less than 10 pages**, with gaps at the edges (left 30 mm, right 15 mm, 25 mm from the top and bottom 20 mm). Articles should be sent official e-mail address of the journal (**yadulla.hasanli@unec.edu.az; elmixeberler2018@gmail.com**).
3. **Article shall not be less than 10 pages**, including: keywords (in Azerbaijani, English and Russian), abstracts (Azeri, English and Russian), record, main part, conclusions, references, applications, graphics and tables.
4. Abstract of the article should be appropriate to its content.
5. The first page should include (i) the title of the article; (ii) the name(s) of the author(s); (iii) institutional affiliation(s) of the author(s); (iv) an abstract of not more than 200-250 words in English (text of abstracts must be consist of sections of “purpose”, “design/methodology/approach”, “findings”, “research limitations/implications”, “practical implications” and “originality/value”); (v) keywords must not be more than 5 words; (vi) JEL codes. The name, address, e-mail address, phone and fax numbers and academically sphere of interest of the author(s) should be indicated on a separate page.
6. The article should contain links to scientific sources. Provided later in the article references must be numbered not in alphabetical order, and in a sequence that occurs in the text link literature and denoted as [1] or [1, p 119]. If the text is repeated reference to the same literature, the other in the text, this refers literature should be given the previous number. In the list of references should be given priority monographs, etc. the last 5-10 years.
7. Articles recommended or submitted for publication by the editor or one of the specialist members of the Editorial Board after reviewing secret reviewed.
8. Consent or refusal of articles declared after a discussion of the Editorial Board.

**НАУЧНЫЕ ВЕСТИ АЗЕРБАЙДЖАНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
(квартальный научный и практический)**

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ:

1. Статьи принимаются на азербайджанском, английском и русском языках.
2. Статьи должны быть написаны в формате А4, с интервалом в 1,5, шрифтом **Times New Roman**, с пропусками по краям (слева 30 мм, справа 15 мм, сверху 25 мм и снизу 20 мм). Электронная почта: **yadulla.hasanli@unec.edu.az; elmixeberler2018@gmail.com**
3. Должны быть указаны: название статьи, автор(ы), ученая степень, должность, структуры, где они работают, электронная почта, номера рабочего и мобильного телефонов автора (ов).
4. **Статья не должна быть меньше 10 страниц**, включая: резюме на (азербайджанском, английском и русском языках), ключевые слова (на азербайджанском, английском и русском языках), введение, основную часть, выводы, источники, приложения, рисунки и таблицы.
5. Резюме статьи должно быть не более 200-250 слов, показывать цель, значение и место исследования в научной периодике, используемые или формируемые методы, на какие вопросы отвечает и область применения, не должно быть написано как введение и выводы.
6. Резюме статьи должно соответствовать ее содержанию.
7. В конце научной статьи должны быть четко отмечены научная новизна, практическая значимость, экономическая эффективность и т.д. работы в соответствии с характером научной области статьи.
8. В статье должны быть ссылки на научные источники. Предоставляемый в конце статьи список литературы должен быть пронумерован не в алфавитной последовательности, а в последовательности, в которой встречается в тексте ссылаемая литература и обозначаться как [1] или [1,стр. 119]. Если в тексте есть повторная ссылка на одну и ту же литературу, то эта ссылаемая литература должна быть указана предыдущим номером. В списке литературы должно быть отдано предпочтение научным статьям, монографиям и т.д. последних 5-10 лет.
9. Статьи должны быть оригинальны и ранее не представлены в другие национальные или международные журналы.
10. Статьи рекомендуются или представляются к печати редактором или одним из специалистов-членов редакционного совета после тайного рецензирования рецензирующих.
11. Согласие или отказ в приеме статьи объявляется после обсуждения редакционным советом журнала.

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNIVERSİTETİNİN
ELMİ XƏBƏRLƏRİ
(rüblik, elmi və praktik)

MÜƏLLİFLƏR ÜÇÜN QAYDALAR

1. Məqalənin adı, müəllif(lər)i, müəllif(lər)in elmi dərəcəsi, vəzifələri, ad və soyadları, çalışdığı qurum və elektron poçt (e-posta) ünvanları, iş və mobil telefon nömrələri göstərilməlidir.
2. Məqalə xülasə açar söz (azərbaycan, ingilis və rus dillərində, ən çox 5 söz), (azərbaycan, ingilis və rus dillərində), giriş, əsas hissə, nəticə, mənbələr, əlavələr, şəkil və cədvəllər daxil olmaqla **10 səhifədən** az olmamalıdır. Elektron ünvanı: **yadulla.hasanli@unec.edu.az; elmixeberler2018@gmail.com**
3. Məqalənin xülasəsi **200-250 söz**dən çox olmamalı, tədqiqatın məqsədini, əhəmiyyətini və elmi dövrüyyədəki yerini, istifadə edilən və ya formalaşdırılan metodları, hansı suallara cavab verildiyini və tətbiq dairəsini göstərməli, giriş və nəticə hissəsi kimi yazılmamalıdır.
4. Məqalənin xülasəsi məqalənin məzmununa uyğun olmalıdır. Xülasə elmi və qramatik baxımdan ciddi redaktə olunmalıdır.
5. Elmi məqalənin sonunda elm sahəsinin və məqalənin xarakterinə uyğun olaraq işin elmi yeniliyi, tətbiqi əhəmiyyəti, iqtisadi səmərəsi və s. aydın şəkildə qeyd olunmalıdır.
6. Məqalə A4 formatında, **1,5 (bir tam onda beş) intervalla**, **Times New Roman 14 şrifti**lə yazılmalı, kənarlarından (soldan 30 mm, sağdan 15 mm, yuxardan 25 mm və aşağıdan 20 mm) boşluq buraxılmalıdır.
7. Məqalə **azərbaycan, ingilis və rus dillərində** qəbul ediləcəkdir.
8. Məqalədə elmi mənbələrə istinadlar olmalıdır. Məqalənin sonunda verilən ədəbiyyat siyahısı əlifba ardıcılığı ilə deyil, istinad olunan ədəbiyyatların mətnində rast gəlinənlərlə nömrələnməli və məsələn, [1] və ya [1, s.119] kimi işarə olunmalıdır. Eyni ədəbiyyata mətnə başqa bir yerdə təkrar istinad olunarsa, onda istinad olunan həmin ədəbiyyat əvvəlki nömrə ilə göstərilməlidir.
9. Ədəbiyyat siyahısında son 5-10 ilin elmi məqalələrinə, monoqrafiyalarına və s. istinadlara üstünlük verilməlidir.
10. Məqalələr orijinal olmalı və əvvəllər başqa milli və ya beynəlxalq jurnallara və konfranslara təqdim edilməməlidir.
11. Məqalələr rəyçilərin gizli rəyindən sonra sahə redaktoru və ya redaksiya heyətinin mütəxəssis üzvlərindən biri tərəfindən çapa tövsiyə və ya təqdim ediləcəkdir.
12. Məqalənin qəbulu və rədd edilməsi redaksiya heyətinin müzakirəsindən sonra elan ediləcəkdir.



AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNIVERSİTETİ