# **АЗЯРБАЙжАН РЕСПУБЛИКАСЫ ТЯЩСИЛ НАЗИРЛИЙИ**

# **АЗЯРБАЙжАН ДЮВЛЯТ ИГТИСАД УНИВЕРСИТЕТИ**

# **«МАЭИСТРATURA МЯРКЯЗИ»**

# **Həmidzadə Sabir İlqar oğlu**

##### МЮВЗУ: «İNFORMASİYA İQTİSADİYYATININ İNKİŞAFINDA ASİMMETRİK İNFORMASİYA MODELİNİN ROLU»

##### MAGİSTR DİSSERTASİYASI

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Истигамятин шифри вя ады:** | **ИИМ 020000** | **Mühəndis iqtisadiyyatı və idarəetmə** |
| **Ихтисасын шифри вя ады:** | **ИИМ 020004** | **İdarəetmənin informasiya texnologiyası** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Елми рящбяр** **prof.Quliyev R.A.** | **Маэистр програмынын рящбяри**  **prof.Quliyev R.A.** |
| **КАФЕДРА МЦДИРИ:** | **akad.ABBASOV Ə.M.** |
| бАКЫ - 2015 | |

# **MÜNDƏRİCAT**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **REFERAT** | | ..................................................................................................... | | | 3-6 |
| **GİRİŞ** | | ..................................................................................................... | | | 7-8 |
| **FƏSİL I.** | | **İnformasiya iqtisadiyyatının inkişafının nəzəri əsasları**........ | | | 9-32 |
| **1.1.** | Informasiya iqtisadiyyatının konseptual əsasları...................................... | | | | 9-20 |
| **1.2.** | İnformasiya iqtisadiyyatının inkişafının əsas xüsusiyyətləri.................... | | | | 21-32 |
| **FƏSİI II.** | | **Asimmetrik informasiya modelinin qurulmasına təsir edən amillər**......................................................................................... | | | 33-53 |
| **2.1.** | Asimmetrik informasiya modelinin qurulmasında ictimai seçim anlayışı...................................................................................................... | | | | 33-43 |
| **2.2.** | Asimmetrik informasiyada istehsal−istehlak funksiyasının tətbiq xüsusiyyətləri............................................................................................ | | | | 44-53 |
| **FƏSİI III.** | | | **Asimmetrik informasiya modelinin qurulması xüsusiyyətləri və informasiya iqtisadiyyatının inkişaf perspektivləri**............................................................................. | | 54-76 |
| **3.1.** | Asimmetrik informasiya modelinin optimal qurulması məsələləri......... | | | | 54-68 |
| **3.2.** | Asimmetrik informasiyanın modelləşdirilməsinin inkişaf perspektivləri............................................................................................ | | | | 69-76 |
| **NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR** | | | | .......................................................................... | 77-79 |
| **ƏDƏBİYYAT SİYAHISI** | | | | .......................................................................... | 80-81 |

**РЕФЕРАТ**

**Мювзунун актуаллыьы:** İnformasiya texnologiyaları cəmiyyətin informasiya ehtiyatlarının istifadə prosesinin tərkib hissəsidir. Maddi istehsalda texnoloji proseslər müxtəlif texniki vasitələrin ***−*** avadanlıqların, dəzgahların, ləvazimatların, konveyr xəttlərinin və s. köməkliyi ilə icra edilir və reallaşır. İnformasiya texnologiyaları eyni anoloji xüsusiyyətə malikdir. Belə ki, informasiya istehsalının texniki vasitələri (hesablama və təşkilat texnikası, rabitə qurğuları, elektron nəşr vasitələri və s.) və prosesin icrası üçün riyazi, məntiqi və proqram təminatı olmalıdır. Onların istifadəsi əsasında məlumatın (ilkin informasiyaların) yeni keyfiyyətli müəyyən fiziki formalı informasiya məhsulları emal olunur.

İnformasiya texnologiyaları əsri kimi qədəm qoyduğumuz XXI əsrdə iqtisadi inkişafın əsasını elmi-texniki tərəqqi təşkil edir. Belə ki, müasir informasiya texnologiyalarından istifadə etməklə mürəkkəb dinamik prosesləri təhlil edərək, gələcəkdə hansısa qeyri-standart vəziyyətlərin yaranacağı ehtimalını əvvəlcədən görməyə, müəyyən qabaqlayıcı tədbirlərin həyata keçirilməsinə imkan yaranır.

Dünya təcrübəsinin təhlili göstərir ki, informasiya texnologiyalarının inkişafı, tətbiqi və istifadəsi iqtisadi artım, əmək məhsuldarlığı və əhali məşğulluğunun artırılması üçün geniş potensial imkanlar yaradır. Bu da təkcə informasiya texnologiyaları sahəsində deyil, iqtisadiyyatın digər sahələrinin də, o cümlədən sənaye sahələrinin də səmərəliliyini artırır.

Müasir şəraitdə cəmiyyətin ən əsas inkişaf istiqamətlərindən biri cəmiyyət həyatının bütün sahələrinin kompüterləşdirilməsi və informasiyalaşdırılmasıdır. Təsadüfi deyildir ki, BMT-nin bütün üzv dövlətlərinin qəbul etdiyi Ücüncü minilliyin səkkiz inkişaf məqsədindən biri kimi qlobal tərəfdaşlığın inkişaf etdirilməsi istiqamətində göstərilir ki, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından bəhrələnmək imkanı yaradılmalıdır. İKT cəmiyyətin və iqtisadiyyatın inkişafına ciddi təsir göstərdiyinə görə dinamik templə sosial və iqtisadi həyatın bütün sahələrinə tətbiq olunur. Hal-hazırda İKT-nin əhatə dairəsi hökümət təşkilatlarını, qeyri-hökümət və özəl qurumları, iqtisadi-sosial, elm-mədəniyyət, ictimai-siyasi, təhsil və s. sahələri əhatə edir.

Информасийа технолоэийаларынын мцасир инкишаф мярщяляси идаряетмя мясяляляринин щяллинин вя игтисади информасийанын ишлянмясинин айры-айры сащяляр цзря автоматлашдырылмасындан, онун мцасир компцтер системляри вя шябякяляри базасында комплекс шякилдя автоматлашдырылмасына кечилмяси иля характеризя олунур. Бу заман йцксяк мящсулдарлыглы фярди компцтерлярдян вя електрон коммуникасийа васитяляриндян эениш истифадя олунур. Електрон щесаблама, рабитя вя тяшкилат техникасы васитяляриндян истифадянин форма вя цсулларына, информасийанын йыьылмасындан башлайараг идаряетмя гярарларынын щазырланмасы вя реаллашдырылмасына нязарят функсийаларынын щяйата кечирилмясинядяк бцтцн просеслярин автоматлашдырылмасына хцсуси диггят йетирилир. Belə bir dövrdə informasiya iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsi, assimetrik informasiyalardan geniş istifadə edilməsi və informasiya iqtisadiyyatının inkişafında asimmetrik informasiya modelinin rolunun öyrənilməsi aktual məsələlərdəndir.

**Тядгигатын мягсяди:** Тядгигатын ясас мягсяди informasiya iqtisadiyyatının inkişaf amillərinin öyrənilməsi, asimmetrik informasiyanın təhlili, asimmetrik informasiya modelinin qurulması məsələləri və onun informasiya iqtisadiyyatının inkişafına təsirinin öyrənilməsindən ibarətdir.

**Тядгигатын предмети:** Тядгигатын предмети кими informasiya iqtisadiyyatının inkişaf amilləri, asimmetrik informasiyanın modelləşdirilməsi və asimmetrik informasiya modelinin qurulması məsələlərinin тядгиги чыхыш едир.

**Тядгигатын нязяри ясасларыны** игтисад елми классикляринин, мцасир Гярб игтисадчыларынын ясярляри иля йанашы мцасир дюврдя рус вя Азярбайжан игтисадчы алимляринин тядгигатлары, щямчинин тядгигатчынын фярди йанашмасы тяшкил едир. Диссертасийанын йазылмасында игтисади нязяриййя, informasiya iqtisadiyyatı, asimmetriya iqtisadiyyatı, iqtisadiyyatın modelləşdirilməsi, informasiya cəmiyyəti, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları, biliklərə əsaslanan iqtisadiyyat вя диэяр елмлярин мцддяаларындан эениш истифадя едилмишдир.

**Тядгигатын методолоъи базасыны** игтисад елминин ясасландыьы елми тядгигат методларынын эениш спектри вя проблемин тядгигиндя елми абстраксийа, тарихи вя мянтиги ялагя, индуксийа, дедуксийа, анализ вя синтез методларындан истифадя едилмякля фактлар йыьылыб-цмумиляшдирилмиш, онлар арасында ганунауйьун вя тясадцфи ялагяляр мцяййянляшдирилмиш характерик яламятляр ашкара чыхарылмыш, щямчинин мцасир инкишаф хцсусиййятлярини вя тямайцллярини изащ едян бир чох харижи юлкя алимляринин елми мцлащизяряли вя нятижяляри тяшкил едир.

**Елми йенилик:** Маэистр диссертасийасынын елми йенилийи informasiya iqtisadiyyatının formalaşması xüsusiyyətləri və inkişaf amilləri, asimmetrik informasiyanın əsas özəlliklərinin müəyyənləşdirilməsi və asimmetrik informasiya modelinin qurulması, dünya ölkələrində asimmetriya iqtisadiyyatının modelləşdirilməsinin öyrənilməsi və asimmetrik informasiya modelinin qurulması istiqamətləri барясиндя тяклиф вя тювсийялярин щазырланмасындан ибарятдир.

**Нязяри вя тяжрцби ящямиййяти** апарылан тядгигатын ясас нятижя вя елми мцддяларындан тяклифляр вя тювсийялярдян, asimmetriya və informasiya iqtisadiyyatından istifadə edilməsi və asimmetrik informasiya modelinin formalaşdırılması məqsədilə perspekivləri və problemlərinin юйрянилмясиндя лазыми модернляширмянин щяйата кечирилмясидир.

**Информасийа мянбяйи** мцхтялиф бейнялхалг тяшкилатларын дюврц няшрляри, Азярбайжан Республикасы Дювлят Статистика Комитясинин, Мяркязи Банкын, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin, Игтисадиyyat və Sənaye Назирлийининин мялуматларындан ибарятдир.

**Ишин структуру вя щяжми.** Апарылмыш тядгигат иши эириш, цч фясил, нятижя вя тяклифлярдян ибарятдир. Эиришдя ишин актуаллыьы, тядгигатын истигамятляри эюстярилир вя тядгиг едиляжяк проблемляр мцяййянляшдирилир.

Magistr dissertasiya işinin birinci fəslində informasiya iqtisadiyyatının konseptual əsasları və informasiya iqtisadiyyatının inkişafının əsas xüsusiyyətləri geniş şəkildə öyrənilmişdir.

Magistr dissertasiya işinin ikinci fəslində asimmetrik informasiya modelinin qurulmasında ictimai seçim anlayışı və asimmetrik informasiyada istehsal-istehlak funksiyasının tətbiq xüsusiyyətləri araşdırılmışdır.

Dissertasiya işinin üçüncü fəslində isə asimmetrik informasiya modelinin optimal qurulması məsələləri və asimmetrik informasiyanın modelləşdirilməsinin inkişaf perspektivləri tədqiq edilmişdir.

Işin sonunda isə məntiqi yekunu olaraq nəticə və təkliflər və ədəbiyyat siyahısı verilmişdir.

**ЭИРИШ**

Ötən əsrin sonlarından etibarən xüsusi ilə intensivləşən qloballaşmanın doğurduğu şəraiti, iqtisadi idarəetmə və təsərrüfatçılıq mexanizminə olan tələblərin təkamülü baxımından qiymətləndirdikdə ilk mühüm nəticə, liberal təsərrüfatçılıq mexanizminin yüksək səmərəliliyə malik olmasının hamılıqla qəbul edilməsidir.

İnformasiya paradiqmasını müasir sosial-iqtisadi sistemə tətbiq etməklə, bu sistemi cəmiyyətlə münasibətdə olduğu kimi, informasiya iqtisadiyyatı adlandırmaq olar. İnformasiya iqtisadiyyatını xarakterizə edən xüsusiyyətlərə: qlobal xarakter; biliklərə istiqamətlənmə; innovasiya təbiəti; “istehlakçı – istehsalçı” münasibətlərinin dəyişməsi; əməyin yaradıcı, intellektual xarakteri aid edilir. Mahiyyət etibarı ilə informasiya iqtisadiyyatı bazar iqtisadiyyatı xüsusiyyət-lərinə malikdir. Yəni burada istehlakçının müstəsna səlahiyyətləri təmin edilir, bazarda rəqabət mövcuddur, ”görünməz əl” prinsipi işləyir və dövlət bazarın fəaliyyətinə müdaxilə etmir. Lakin sadalanan xüsusiyyətlərin reallaşdırılması özəlliklərə malikdir. Bu baxımdan, ən vacibi istehlakçının sərbəstliyinin təmin olunması hesab edilməlidir. Müvafiq bazarın xüsusiyyətləri baxımından isteh-lakçının sərbəstliyinin təmin olunmasında əsas məqam onun məhsul və bazar, həmçinin firmaların davranışı haqqında məlumatlılığıdır. Hesab olunur ki, burada mühüm problem informasiyanın asimmetrikliyi potensialı ilə bağlıdır. Asimmetrik informasiya nəzəriyyəsinə görə, istehlakçılar məlumatlılıq baxımından iki qismə ayrılır: simmetrik informasiyaya malik olan güclü istehlakçılar və asimmetrik informasiya şəraitində bazara uyğunlaşmağa çalışan digər istehlakçılar.

Üçüncü minillikdə xaricdə dünyagörüşün dəyişməsi informasiya və kompüter sahəsində köklü dəyişikliklər yaratdı. Kütləvi kompüterləşmə, yeni informasiya texnologiyalarının tətbiqi və inkişafı təhsil, biznes, sənaye və elmi tədqiqat sahələrində yeni keyfiyyətlər yaratdı. Elmi texniki İnqilab informasiyalaşmış cəmiyyətin yaranmasına gətirdi ki, burada informasiya başlıca faktor və cəmiyyətin başlıca resursu rolunu oynamağa başladı. Müasir cəmiyyət özünün informasiya infrastrukturundan asılıdır. İnformasiyanın rolunun artması, informasiya resursları və texnologiyaları XXI əsrdə vətəndaşların, cəmiyyətin və dövlətin həyatında oynadığı rol informasiya təhlükəsizliyi məsələlərinə diqqət yetirilməsini ön plana gətirmişdir. Məhz bu səbəbdən də təqdim edilən magistr dissertsiyasının mövzusu günün aktual məsələsinə həsr edilmişdir.

**FƏSİL I. İnformasiya iqtisadiyyatının inkişafının nəzəri əsasları**

**1.1. Informasiya iqtisadiyyatının konseptual əsasları**

İnformasiya iqtisadcı elm adamları üçün artıq yarım əsrdən coxdur ki, böyuk maraq doğurur. Hələ XX əsrin 40-cı illərində Amerika alimləri Klod Şennon (*1916- 2001*) və Nobert Vinner (*1894-1964*) tərəfindən informasiyanın kəmiyyət nəzəriyyəsi formalaşdırılmışdır. Lakin bununla belə, müasir zamanda “informasiya” anlayışına birmənalı təyinat vermək yenə də cətin olaraq qalır.

Ensiklopedik nəşrlərdə “informasiya” anlayışının latın “informati” sözündən yarandığı gostərilir. Materialist fəlsəfə nöqteyi-nəzərindən informasiya məlumatların (*məlumatvermənin*) köməyi ilə real dünyanın təsviri kimi nəzərdən kecirilərək dəyərləndirilir.

Məlumatvermə isə informasiyanın nitq, mətn, şəkil, rəqəmsal göstərici, qrafik, cədvəl və s. təqdimatlar forması kimi səciyyələndirilir. Çağdaş zamanda informasiya cox muhum resurs kimi bəşər cəmiyyətinin əsas hərəkətverici qüvvələrindən biri hesab olunur. O, idrakımızdan asılı olmadan mövcuddur və bizim qavrayışda mütaliənin, siqnal formasında alınmanın, stimulların qarşılıqlı təsirinin nəticəsi kimi əksini tapır. İnformasiya coxtəsvirlik vəziyyətində istənilən material obyektdə mövcuddur və bir obyektdən digərinə qarşılıqlı hərəkət prosesi ilə oturulur. Materilal dunyada, canlı təbiətdə, bəşər cəmiyyətində baş verən informatizasiya prosesləri demək olar ki, elmin bütün sferalarında nəzərə alınır və oyrənilir. Ayrılıqda isə informasiya özünün konseptual təyinatını “informatika” elmində tapır. Otən əsrin ortalarında kibernetikadan ayrılaraq müstəqil elm sahəsinə cevrilən informatikanın predmetini də məhz informasiyanın yaranış metodu, qəbulu, emalı və ötürülməsi göstəriciləri xarakterizə edir.

Umumi elmi anlamda informasiya insanlar arasında, həmçinin insanlar və qurğular arasında məlumat, canlı və cansız təbiətlə siqnallar mübadiləsini əks etdirsə də, müasir iqtisadi ədəbiyyatlarda onun müxtəlif təriflərinə rast gəlinir. Tanınmış Amerika sosioloqu Manuel Kastels (*1942*) informasiyaya bəsit tərif verir: “İnformasiya təşkil edilən və oturulən gostəricilərdir”. Kibernetikanın banisi N.Vinner isə qeyd edir ki, “İnformasiya nə materiyadır, nə də enerjidir, informasiya elə informasiyadır”. İnformatizasiyanın tərifini tanınmış rusiyalı filosof Arkadi Ursul (*1936*) da verir. Onun təbirincə “İnformatizasiya dedikdə, sivilizasiyanın intellektual səviyyəsinin köklu yuksəlməsi və bunun əsasında insanın butun həyat fəaliyyətinin humanist yenidənqurulması məqsədilə informatika vasitələrinin köməyilə mühüm inkişaf resursu kimi informasiyaya tam malik olmağın yaradıcı prosesi başa düşülür”.

İnformasiyanın muxtəlif novləri arasında iqtisadi informasiya mühüm yer tutur. Fərqləndirici xususiyyəti kimi iqtisadi informasiyanı insan kollektivlərində, təşkilatlarda idarəetmə prosesləri ilə bağlılıq səciyyələndirir. İqtisadi informasiya istehsal, bolgu, mubadilə və material nemət və xidmətlərin istehlakı proseslərini müşayiət edir. Onun əhəmiyyətli hissəsi ictimai istehsalla bağlıdır ki, bu da istehsal informasiyası kimi qəbul edilir.

İnformatika uzrə mütəxəssislər dünyanın ən inkişaf etmiş ölkələri üçün ilk olaraq “informasiya cəmiyyəti” və “informasiya iqtisadiyyatı” terminlərini bir araya gətirmişlər. Bu anlayışlar isə öz növbəsində “innovasiyalı iqtisadiyyat”, “yeni iqtisadiyyat”, “acıq cəmiyyət”, “biliklər cəmiyyəti”, “biliklər iqtisadiyyatı” kimi terminlərin sinoniminə çevrilmişdir.

Bu təriflərdən və onların mahiyyətindən iki hal irəli gəlir:

1) informasiya inkişafın ən mühüm istehsal, ictimai və sosial resursuna cevrilmişdir;

2) informasiya demək olar ki, biliklər sinonimidir və ya başqa sözlə, biliklər informasiyanın ozəyidir, onun mühüm hissəsidir;

3) muasir informasiya sistemləri və texnologiyaları, onların qloballaşması vahid informasiya məkanına, mədəniyyətlərin, təhsilin, biliklərin və qismən iqtisadiyyatların qloballaşmasına gətirmişdir.

İnformasiya və informasiya iqtisadiyyatı haqqında işləmələr nobel laureatları – amerika iqtisadcıları Cozef Arroru (*1921*), Herbert Saymon (*1918-2001*), Robert Lukas (*1937*), Vilyam Vikri (*1914-1996*), Corc Akrlof (*1940*), Maykl Spens (*1943*), Cozef Stiqles (*1943*), Robert Merton (*1944*), ingilis iqtisadçıları Vilyam Luis (*1915-1991*), Ceyms Mirrlis (*1936*) və başqalarının tədqiqatlarında da mühüm yer tutmuşdur.

1994-cu ildə iqtisadiyyat sahəsində nobel mükafatı almış ABŞ iqtisadcısı Con Harsaninin (*1920-2000*) tədqiqatları isə o zaman iqtisad elminin nisbətən yeni sahəsi kimi intişar tapan informasiya iqtisadiyyatı üçün nəzəri təməl olmuşdur.

İnformasiya və onunla bağlı texnologiyalar UDM-in inkişaf surətlərini müəyyən edir. Həmçinin, vətəndaş cəmiyyətinin yetkinlik dərəcəsini, inkişafını və təşəkkulunu müəyyən edir ki, bu da öz növbəsində, sosial sferanın iqtisadi artım və inkişafının surət yuksəlişində əks olunur.

İqtisadi informasiyaya dəqiqlik, doğruluq və operativlik kimi tələblər xasdır. İnformasiyanın dəqiqliyi butun istehlakçılar tərəfindən birmənalı qəbul olunmanı təmin edir. Doğruluq iqtisadi informasiyanın sistemin fəaliyyət effektivliyinin saxlanılmasına zəmin olur. Operativlik isə zəruri hesablamalar və dəyişən şəraitdə qərarların qəbul olunmasında informasiyanın aktuallığını əks etdirir.

İqtisadi informasiyanın təhlili səmərəli idarəetmədə qərarların qəbul edilməsinin mühüm şərti olaraq cıxış edir. Tədqiqat predmetini idarəetmənin ümumi qanunları təşkil edən kibernetika nəzəriyyəsində informasiya xarici aləmdən alınaraq idarəetmədə adapta olunan məlumatlar sistemi kimi anlaşılır. Eyni zamanda, risk amilinə rəğmən natamam informasiya şəraitində qərarların qəbul edilməsinin məxsusi nəticələri yaranır. Belə ki, gələcək hec də hər zaman bizim proqnozlarımıza uyğun inkişaf etmir. Qəbul edilmiş qərarlar cox vaxt səhv, qazanclar yetərsiz, məsrəflər isə gozlədiyimizdən artıq olur. Səhvlərin isə əvəzini ödəmək lazım gəlir. Qeyri-müəyyənlik effektiv bazara aparan yolda ciddi maneəyə cevrilir, xeyli qüvvə, vəsait, vaxt və enerji sərfinə gətirir, mal və resursların qeyri-optimal bölgüsünə səbəb olur. Buna gorə də, iqtisadi informasiya sferasında onun doğru və dürüstlüyü, müfəssəlliyi xüsusi önəm daşıyır.

Beləliklə, iqtisadi informasiya sosial-iqtisadi prosesləri əks etdirən və onların idarəedilməsinə, həmçinin istehsal və qeyri-istehsal sferasında insan kollektivlərinə xidmət gostərən məlumatlar məcmusunu ehtiva edir. İnformasiya resursu və ona daxil olan bilik və məlumatlar isə insan kapitalının tərkib hissəsi kimi onun təməlində dayanır. Bu səbəbdən də informasiya, o cumlədən də, iqtisadi informasiyanın insan kapitalı ilə birlikdə müasir cəmiyyətin və bütövlukdə dunya iqtisadiyyatının inkişafının əsas amillərinə çevrildiyi əsaslandırılır.

Son bir necə ildə “yeni iqtisadiyyat”ın gəlişinin cox da uzaqda olmadığı faktı daha aydın görüntüyə gəlmişdir. Bu görüntünün təzahurləri belədir ki, “kohnə in dustrial qaydalar”ın yerinə informasiya texnologiyaları və internetin hərəkətə gətirdiyi yeni bir iqtisadiyyat paradiqması gəlir. Yeni iqtisadiyyat informasiya kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafına əsaslanaraq dinamik, elmtutumlu olmaqla dəyişikliklərə daha cox həssaslıqla reaksiya verir. Əslində texnoloji noqteyinəzərdən muasir informasiya kommunikasiya texnologiyalarının geniş və hərtərəfli yayılmasını Elmi-Texniki Tərəqqinin növbəti mərhələsi kimi nəzərdən də kecirmək olardı. Lakin baş verən yeni elmi-texniki inqilabın xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o insan fəaliyyətinin bütün başlıca növləri üçün əsas olan informasiyanın istehsalı, emalı və oturulməsi kimi proseslərə toxunaraq informasiya sferasına mudaxilə edir. Bu isə iqtisadiyyat, siyasət, mədəniyyət sahəsində köklu sosial transformasiyalara, insanların şüurunda dəyişikliklərə, yeni postindustrial cəmiyyət tipinin – informasiya cəmiyyətinin meydana cıxmasına zəmin olur.

Tədqiqatlar əsaslandırır ki, informasiya cəmiyyətinin yaranışı Amerika iqtisadcısı Fris Maxlup (*1902-1983*) və yapon sosioloqu Umesao Tadaonun (*1920-2010*) adları ilə bağlıdır. Bu anlayış ABŞ və Yaponiyada onlar tərəfindən eyni vaxtda elmi dövriyyəyə çıxarılmış və sonradan informasiya cəmiyyəti konsepsiyası yapon sosioloqu və futroloqu Yonedzi Masuda (*1905-1995*), Amerika iqtisadçısı Mark Porat (*1932*), ingilis alimi Tom Stounyer (*1929*) və başqaları tərəfindən inkişaf etdirilmişdir.

İnformasiya cəmiyyəti anlayışı ilə yanaşı, eyni zamanda, “texnotron cəmiyyət”, “biliklər cəmiyyəti”, “postindustrial cəmiyyət”, “acıq cəmiyyət” kimi anlayışlardan da istifadə olunmuş və olunmaqdadır.

İqtisadi sistemlərin bölgüsünü texnika və texnologiyaların inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq ABŞ iqtisadcıları Con Qelbreyt (*1908-2006*), Saymon Kuznets (*1901-1985*), fransız iqtisadcısı və sosioloqu Raymon Aron (*1905-1983*) və tanınmış iqtisadçılar da həyata keçirmişlər. ABŞ sosioloqları Daniyel Bel (*1919-2011*) və Uolt Rostou (*1916-2003*) iqtisadi sistemlərin təsnifatına xüsusi nəzəri dəyərlər gətirərək, onları industrialaqədər, industrial və postindustrial cəmiyyətlər kimi ayırmışlar. Hal-hazırda iqtisadi sistemlərin cəmiyyət aspekti təsnifatında bu yanaşma daha geniş yayılmışdır.

İlkin iqtisadi sistem olaraq industrialaqədər cəmiyyət mərhələsini, həmçinin ənənəvi və ya aqrar adlandırmaq da olar. Bu sistemdə təsərrüfat fəaliyyətinin hasilat növləri - əkincilik, balıqcılıq, faydalı qazıntıların çıxarılması üstünlük təşkil edir və burada əsas istehsalçı insan deyil, təbiətin özü götürülür. Ona görə də, ənənəvi və ya aqrar cəmiyyətdə əhalinin əksər hissəsinin (*təxminən 90%-i*) məşğulluğu kənd təsərrufatı sferası ilə bağlıdır və bundan irəli gələrək də onun başlıca vəzifəsi sadəcə əhalini qidalandırmaq üçün yeyinti məhsullarının istehsalı olmuşdur. Qeyd edilməlidir ki, industrialaqədər cəmiyyət üç mərhələli təsnifatı verilən iqtisadi sistemlərin ən davamlısıdır və onun tarixinin minlərlə il yaşı vardır. Bununla belə, yaşadığımız dövrdə Afrika, Latın Amerikası və Cənub-Şərqi Asiya ölkələrinin əksəriyyəti hələ də bu inkişaf mərhələsində qalmaqdadır.

Təsnifatı verilən iqtisadi sistemlərin ikinci mərhələsini təşkil edən “İndustrial cəmiyyət” termini ilk dəfə fransız filosofu Sen-Simonun (*1760-1815*) əsərlərində səslənmişdir. İndustrial cəmiyyətdə zəruri malları istehsal etmək ucun butun qüvvələr sənaye istehsalına yönəldilmişdir. Bu cəmiyyətin formalaşması iri maşın istehsalı, urbanizasiya (*əhalinin kəndlərdən şəhərlərə axını*), bazar iqtisadiyyatının bərqərar olması, sahibkarların (*burjuaziya*) və muzdlu işcilər (*proletarlar*) sosial qruplarının meydana gəlməsi ilə sıx əlaqədar olmuşdır.

Mövcud nəzəriyyəyə əsasən XX əsrin sonunda industrial cəmiyyəti postindustrial cəmiyyət əvəzləyir. Postindustrial cəmiyyət konsepsiyasının banisi D.Bell hesab edilir. Onun 1973-cu ildə nəşr edilmiş “Gələcək postindustrial cəmiyyət” kitabında postindustrial cəmiyyət konsepsiyasının geniş şərhi verilmiş ictimai istehsalın sektorları arasında munasibətlərin dəyişməsində əsas meyilləri, xidmətlər iqtisadiyyatının yaranması, məhsuldar qüvvələrin sərbəst elementi kimi elmi biliyin formalaşması ətraflı təhlil olunmuşdur. Lakin “postindustrial cəmiyyət” termininin ozu iyirminci yüzilliyin ortalarında Amerika kapitalizminin 1929-1933-cu illərdə Böyuk Böhrana qədər mövcud olmuş industrial kapitalizmdən cox fərqləndiyi aydınlaşdıqda meydana gəlmişdir.

Postindustrial cəmiyyətinin dəyərli keyfiyyətləri işçinin təhsilinin səviyyəsi, peşəkarlığı, tədrisi mənimsəməsi qabiliyyəti və kreativliyi ilə ölçulur. Müasir zamanda xidmət sahəsinin payı UDM-in yarıdan çox təşkil edən postindustrial ölkələr hesab olunurlar. Bu meyar altına ABŞ (*80%*), Avropa İttifaqı olkələri (*70%-dən cox*), Yaponiya (*75%*), Kanada (*70%)* düşür.

Postindustrial cəmiyyətdə milli informasiya resursları sərvətin çox böyük potensialı hesab olunur. Burada postindustrial iqtisadiyyat sənaye məşğulluq gostəricilərinə və milli məhsulda payına görə xidmət sferasından geridə qalır. Xidmət sferasında isə informasiya emalı üstünlük təşkil edir.

ABŞ futroloqu, iqtisadcı və sosioloqu Elvin Toffler (*1928*) XX əsrin 80-ci illərində nəşr etdirdiyi “Ucuncu dalğa” kitabında insan cəmiyyətinin inkişaf tarixini üç dalğanın ardıcıl meydana gəlməsi və qarşılıqlı əlaqəsi kontekstində nəzərdən keçirir:

Birinci dalğa (*kənd təsərrufatı sivilizasiyası*) - 10 min il əvvəl meydana gəlmiş və hazırda öz enerjisini itirən;

İkinci dalğa (*industrial sivilizasiya*) - 300 illik aktiv dövrunu başa vuran;

Üçüncü dalğa (*informasiya cəmiyyəti*) - XX əsrin 50-ci illərində meydana gəlmiş və hələ indi güclənməyə başlayan.

E.Toffler yeni sivilizasiyanın – üçüncü dalğanın təşəkkülünü və yaranmasını iqtisadiyyatın informasiya sektorunun kənd təsərrufatı, sənaye və xidmətlər sahəsi kimi ənənəvi sektorlarından üstünlüyü ilə əlaqələndirir. Yeni cəmiyyətdə informasiya daha yuksək dəyərə malikdir və işləyən insanların yarıdan coxu informasiya xidməti gostərməklə məşğuldur. Onun başlıca xususiyyətləri industrial cəmiyyət üçün ənənəvi olan eynitipli malların kütləvi mədəniyyəti, kütləvi istehsalı, cəmiyyətin və mədəniyyətin iyerarxik təşkilindən imtina, informasiya mübadiləsinin artırılması, istehsalla istehlakın yaxınlaşmasıdır. Beləliklə, E.Toffler belə nəticəyə gəlir ki, informasiya cəmiyyəti, inkişafında bilik amili və bilik sahəsi həlledici rol oynayan cəmiyyətdir.

İnformasiya cəmiyyəti haqqında Y.Masuda oz konsepsiyasında onun fərqli əlamətləri kimi aşağıdakıları ayırır:

- yeni cəmiyyətin əsası - insana zehni işində kömək etməyə qabil olan kompüter texnologiyaları;

- koqnitiv informasiyanın, texnologiyaların və biliklərin kütləvi istehsalı;

- iqtisadiyyatın qabaqcıl sahəsi - intellektual istehsal;

- yeni cəmiyyətin başlıca məqsədi - vaxtın dəyərliliyinin realizasiyası.

İqtisadi sistemlərin formaları və transformasiyası sahəsində fransız filosofu və sosioloqu Alen Turenin (*1925*) konsepsiyası da fərqli xüsusiyyətlərə malikdir.

A.Turen insan fəaliyyətinin bir cəmiyyət tipindən digərinə keçidini “sosietal tip” kateqoriyası ilə bağlayır və burada dəyişkənliklər motivasiyası ticarətdən – istehsala, istehsaldan – kommunikasiyalara, bir mədəniyyət tipindən digərinə və s. sosioloji transformasiyalar çevrəsində izlənilir.

Tanınmış ABŞ sosioloqu, siyasətçisi və görkəmli dövlət xadimi Zbiqnev Bzejinski (*1928*) ozunun 1970-ci ildə nəşr etdirdiyi “İki əsr arasında. Texnotron eraya girişdə Amerikanın rolu” adlı kitabında bəşəriyyətin sosial inqilablarla deyil, Elmi-Texniki Tərəqqi ilə yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoyması konstatasiya olunur. Z.Bzejinskinin texnotron nəzəriyyəsinə görə bu keyfiyyət şıcrayışı təkamullə alt hədd aqrardan sənaye vasitəsi ilə “texnotron era”ya daxil olur. Həlledici rol burada avtomatlara, kompüter və kibernetik sistemlərə buraxılır. Başlıca funksiyanı isə elm ifa edir.

Bununla belə, Z.Bzejinski qeyd edir ki, dünyada inkişaf etmiş və etməmiş ölkələr arasında başlıca ziddiyyətlər qalacaqdır. Ona gorə də, antoqonizm və konfliktlərdən uzaq olan daimi vahid dunya birliyi yaratmaq üçün inkişaf etməmiş ölkələr arasında “texnotron era”ya yaxın olanlara güclu dəstək verilməlidir.

Gorunduyu kimi həm A.Turenin və həm də Z.Bzejinskinin cəmiyyət konsepsiyalarında əsas hərəkətverici qüvvə olaraq informasiya kommunikasiya texnologiyaları irəli cəkilir.

Bu gun postindustrial cəmiyyət paradiqması hərtərəfli olaraq informasiya cəmiyyəti kimi xarakterizə olunur. Belə təyinat yuxarıdakılara istinadən həm də onunla əsaslandırılır ki, bəşər cəmiyyətinin indiki inkişaf mərhələsində informasiya sosial tərəqqinin başlıca amilinə çevrilir və o, cəmiyyətin movcudluğunu və inkişaf xarakterini butun parametrlərdə təyin edir. İnformasiya mübadiləsi və reallaşması informasiyanın özündən belə üstünlük qazanır. Bu reallıq isə bir daha onu gostərir ki, texnoloji determinizm konkretləşir və yerini informasiya determinizminə verir.

Eyni zamanda, qeyd olunur ki, postindustrial nəzəriyyəyə yaxın konsepsiyalar olan “informasiya cəmiyyəti”, “postiqtisadi cəmiyyət”, “postmodernizm”, “dordüncü formasiya cəmiyyəti”, “istehsal prinsipinin elmi-informasiya mərhələsi” və digərlərində də informasiya determinizmi prioritet statusda cıxış edirlər.

Klassik iqtisad elmində kapital əmək sərf etməklə sərvəti artırmaq (*gəlir yaratmaq*) qabiliyyətində olan əşyalar məcmusu (*torpaq, binalar, maşınlar, xammal*) kimi maddi formada başa duşulurdu. İqtisadiyyatda pulların boyuk rol oynadığı sonrakı mərhələdə isə kapital əmək alətlərinin və əmək xidmətlərinin pulla alınması forması kimi də dərk edilməyə başlanıldı. Biliklərdən istifadənin həcminin genişlənməsi isə intellektual mülkiyyətin xususi çəkisinin artması, fiziki obyektlər mülkiyyətinin xüsusi çəkisinin azalması ilə müşayiət olunmuşdur. Bu da öz növbəsində pul iqtisadiyyatının innovasiyalı olmasına gətirmişdir. İnnovasiyalı pul iqtisadiyyatında istifadə olunan informasiya bilikləri əks etdirir və üç şəkildə: sahibkar və işcinin peşəkar bilikləri, mutəxəssisin texnoloji bilikləri və işlərin gələcəkdə necə qurulacağından asılı olaraq bütün marağı olan subyektlərin mülahizələri kimi başa düşülür. Bu iqtisadiyyatda əmək xidmətləri sadəcə peşəkar vərdişlərə deyil, həm də fərdiləşmiş bilik və qabiliyyətlərə istinad edir. Əmək bazarı artıq simasız “istehsal xidməti” deyil, tələb olunan peşəkar diapazonda nisbətən nadir, hətta unikal keyfiyyətlərə malik şəxsiyyət təklif edir.

Bütün bunlara rəğmən qeyd olunmalıdır ki, müasir iqtisadiyyat coxsektorludur. Buraya ayrı-ayrılıqda ənənəvi industrial iqtisadiyyat, ənənəvi postindustrial iqtisadiyyat, innovasiya iqtisadiyyatı, informasiya iqtisadiyyatı, vencur biznesi və digər klaster və sektorlar daxildir. İqtisadiyyatın və dövlətin butun sektorlarının sistemli fəaliyyətini təmin edən fundament isə bütövlükdə informasiya sektorudur.

İqtisadiyyatda informasiya aspektlər coxluğunda təzahur edir və bu cur təzahur usullarından bəzilərini aşağıdakılara ayırmaq olar:

- informasiya istehsalı - istehsal sahəsidir, başqa cür iqtisadi fəaliyyət növudur;

- informasiya istehsal amilidir - istənilən iqtisadi sistemin fundamental resurslarından biridir;

- informasiya alqı-satqı obyektidir, yəni o özu əmtəə olaraq cıxış edir;

- informasiyanın müəyyən hissəsi cəmiyyətin bütün üzvləri tərəfindən istehlak olunan ictimai rifahdır;

- informasiya - iqtisadi sistemin qiymət və faydalılıqla yanaşı, optimal və tarazlıq hallarının müəyyənləşdirilməsinə təsir edən bazar mexanizmi elementidir;

- müasir şəraitdə informasiya rəqabət mubarizəsində daha mühüm amillərdən birinə çevrilir;

- informasiya işguzar və hakimiyyət dairələri tərəfindən qərarlar qəbul olunması və ictimai rəy formalaşdırarkən istifadə edilən ehtiyata çevrilir.

Beləliklə, informasiya cəmiyyətinin iqtisadiyyatı yaranması əmək, kapital, torpaqla yanaşı, həmçinin dördüncü, daim yenilənən nəzəri biliklər və müxtəlif növ məlumatlar, o cümlədən insanların praktiki vərdişlərində ehtiva olunan relevant informasiyadan istifadə etməyə başlayır. İnformasiya istehsal amili olaraq müasir fəaliyyət şəraitində son dərəcə zəruridir. O, qəbul olunan qərarların operativliyini təmin edir, sahibkarlıq qabiliyyətinin inkişafına və istehsal prosesinin səmərəliliyinin yuksəldilməsinə kömək edir. İnformasiyanın mövcüdluğu qeyri-müəyyənlik kimi xarici amilin təsirini azaldır.

Bu gun “informasiya iqtisadiyyatı” termininin muxtəlif interpretasiyaları movcuddur, bu da təbii ki, onun məqsəd və vəzifələrinin müəyyən edilməsinə təsir edir.

Qərbdə informasiya iqtisadiyyatını, iqtisadiyyatın informasiya ilə işə aid olan hissəsi və həmçinin komputer sənayesi kimi nəzərdən keçirməsi kimi meyilləri vardır.

İnformasiya iqtisadiyyatı postindustrial cəmiyyətdə insan fəaliyyətinin ictimai istehsal, ictimai rifahların bolgusu və istehlakı proseslərində elektron texnologiyaların (*informasiya-kommunikasiya*) geniş tətbiqini nəzərdə tutan təsərrufat fəaliyyətini tədqiq edən elm sahəsi olaraq da cıxış edir. İnformasiya iqtisadiyyatının əsas xüsusiyyətinin təsərrufat qarşılıqlı əlaqələrinin kütləviliyi və qloballığı xarakterinə yonümlülüyü və həmcinin yaradılmış rifahların dünya miqyasında istehlakcılar arasında bölgüsü səciyyələndirir. Təsərrufatcılığın ənənəvi metodlarından istifadədə menecmenti və biznesin aparılmasının (*“tələb - təklif” sxemi əsasında*) bazar modelini özündə birləşdirən ümumi qəbul edilmiş iqtisadiyyatdan fərqli olaraq, informasiya iqtisadiyyatı menecmentə, innovasiyalı sahibkarlığa, informasiya injinirinqinə və iqtisadi proseslərin avtoformalizasiyasına (*avtostrukturlaşdırma*) əsaslanır.

İnformasiya iqtisadiyyatının başlıca vəzifələri həm makro və həm də mikro səviyyədə təyinat alır. Makrosəviyyədə informasiya iqtisadiyyatının başlıca vəzifələri baş verən qlobal proseslər çərçivəsində təsərrüfat inkişafının istiqamətinin seçilməsinə əsaslanır ki, bu da cəmiyyətin təsərrufat enerjisinin yeni xarici resurslara və strukturunun keyfiyyət transformasiyalarına doğru hərəkəti qabiliyyəti ilə müəyyən olunur. Daha geniş diapazonda bu tərkib hissələri texnosfera, antropsfera və sosiosferanın təkamullu qarşılıqlı əlaqəsi nəticəsində neosferin inkişafı kimi görünür. Mikrosəviyyədə isə informasiya iqtisadiyyatının başlıca vəzifələri sahibkarlıq subyektləri tərəfindən xarici mühitin təsərrufat enerjisini almaq və onun iş və iş yerləri şəklində transformasiyasına yönəldilmiş təsərrufatçılıq alqoritmlərinin yaradılması kimi təyin edilir.

İnformasiya iqtisadiyyatı məxsusi inkişaf mərhələlərinə malikdir ki, bunlar da

aşağıdakıları birləşdirir.

1. İnformasiya texnologiyalarının istehsala daxil olması.

2. İnformasiya texnologiyalarının kütləvi tətbiqi və standartlaşdırılmış sistemlərin üstünlüyü.

3. İnformasiya istehsalı və informasiya texnologiyaları sahəsində məhsuldarlığın digər sahələrdən artıq yüksəldilməsi.

4. Üstünlüyü ələ almış informasiya və biliklər istehsalına keçid.

Bütün bunlar onu göstərir ki, informasiya və informasiya texnologiyaları standartlaşma kecərək istehsala daxil olmuş və buradakı məhsuldarlıq iqtisadiyyatın digər sektorlarında da davamlı inkişafı təmin etmişlər. Hazırda informasiya iqtisadiyyatının mühüm elementi informasiya amilli texnologiyalar qismində dünya bazarında yerini möhkəmləndirir. Tədqiqatlar gostərir ki, informasiya texnologiyaları bazarlarında iki ölkələr qrupu səmərəli işləyir:

1. İnkişaf etmiş fundamental elmi potensialı olan qabaqcıl ölkələr (*ABŞ, Boyuk Britaniya, AFR, Yaponiya və bəzi başqaları*);

2. Birinci qrup ölkələrin innovasiya və texnologiyalarından istifadə edən ölkələr (*Tayvan, Cin, Cənubi Koreya və başqaları*).

Bu iki qrup hələlik bir-birini effektiv tamamlayır və dünya informasiya texnologiyaları bazarının əsas hissəsinə malikdirlər. Lakin yeni inkişaf mərhələsində üçüncü ölkələr qrupu da meydana gəlmişlər. Bu sıraya özlərinin rəqabətqabiliyyətli yüksək texnologiyaları ilə dünya bazarlarına çıxa bilən Finlandiya, Norveç və İsrail daxil edilir. Bu imkanı onlar təlim, elm və təhsil sahəsindəki nailiyyətləri və informasiya texnologiyaları sistemlərinin fövqəladə effektiv modernləşməsi ilə təmin etmişdir.

Aparılan təhlilin nəticəsi olaraq belə bir qənaət hasil edilir ki, informasiya cəmiyyətinin üstünlüyü ələ aldığı hazırkı məqamda informasiya iqtisadiyyatı sürətli atrım templəri ilə irəliləyir, dunya bazarının seqmental sistemini təbədullatlara uğradaraq qlobal xarakter alır. Bu əsnada bəşər sivilizasiyasının muasir inkişaf mərhələsində iqtisadi münasibətlərin yeni tipi formalaşır. Yeni iqtisadiyyat tipini ənənəvi iqtisadiyyatdan fərqləndirən mühüm özəllik isə onun məhsulun maya dəyərindəki, ayrıca informasiya adlı xərc komponenti ilə təmsil olunmasındadır. İstehsal amili, mühüm bazar mexanizmi elementi olmaqla həm də, iqtisadi fəaliyyətin ayrıca növüdür. Əmtəə kimi istehlak olunan ictimai rifahdır. İqtisadi informasiya işgüzar və hakimiyyət dairələrinin tərəfindən qərarlar qəbul olunması və ictimai rəy formalaşdırılarkən istifadə edilən resurs və ehtiyatdır.

**1.2. İnformasiya iqtisadiyyatının inkişafının əsas xüsusiyyətləri**

Ötən əsrin sonlarından etibarən xüsusi ilə intensivləşən qloballaşmanın doğurduğu şəraiti, iqtisadi idarəetmə və təsərrüfatçılıq mexanizminə olan tələblərin təkamülü baxımından qiymətləndirdikdə ilk mühüm nəticə, liberal təsərrüfatçılıq mexanizminin yüksək səmərəliliyə malik olmasının hamılıqla qəbul edilməsidir. Bu mexanizmin səmərəliliyini şərtləndirən amillərə:

- idarəetmənin bütün səviyyələrində, geniş mənada anlaşılan iqtisadi resursların istifadəsində “qarşılıqlı əvəzləmənin” prioritetliyinin təsbit olunması;

- istehsalın beynəlmiləlləşməsinin (bütün müsbət və mənfi çalarları ilə birlikdə) və iqtisadi fəaliyyətin bütövlükdə virtuallaşmasının dərinləşməsi və adiləşməsi;

- iqtisadi inkişafın “avtonomluğunun” kəskin aşağı düşməsi, yəni səmərəli inkişafın kənar təsirlər olmadan mümkünsüzlüyünün və ya çətinliyinin, inkarolunmaz fakta çevrilməsi və s. kimi amillər aid edilir.

Dünyanın müasir inkişaf mərhələsinin yuxarıda ifadə olunan qiymətləndirmələrinin hər birinin geniş özünütəzahür spektri vardır. Lakin bu spektrlərin genişliyinə rəğmən, indi hətta olduqca müxtəlif sosial-ictimai strukturlu cəmiyyətə, resurs potensialına və inkişaf səviyyəsinə malik ölkələrin daha yüksək inkişafa nail olunması uğrunda birgə fəaliyyət istiqamətləri mövcuddur. Belə istiqamətlər dünyanın ümumi inkişaf səviyyəsi ilə paralel olaraq çoxalmaqdadır. Lakin ekoloji tarazlığın qorunması, yoxsulluqla mübarizə, hərbi-siyasi münaqişələrin həlli və s. kimi birgə fəaliyyət istiqamətləri ilə yanaşı, mühüm məsələlərdən biri cəmiyyətin informasiyaya olan tələbatının dolğun və adekvat təmin edilməsidir. Sonuncunun zəruriliyi və mümkünlüyü bir sıra amillərlə, o cümlədən iqtisadi inkişaf səviyyəsinin düzgün qiymətləndirilməsi və bu baxımdan, əhalinin hökumətdən və sahibkarlardan gözləntilərinin xarakterinin müəyyənləşdirilməsi, milli iqtisadi qanunvericilikdə şəffaflığın və hesabatlılığın zəruri səviyyəsinin təmin edilməsi və s. ilə şərtlənir.

Fikrimizin daha dəqiq anlaşılması üçün sonuncu amilin daha ətraflı şərh olunmasını məqsədəuyğun hesab edirik. Məsələn, qanunvericilikdə bir sıra müvafiq hüquqi anlayışların verilməməsi və ya dolaşıq verilməsi, müxtəlif hüquqi normaların formalaşmış və digər qanunvericilik aktlarında təsbit olunmuş anlamlardan fərqli mənalarda təkrarlanması və s. kimi xüsusiyyətlər iqtisadi fəaliyyətin nəticələrində ədalətli rəqabət şəraitinin pozulmasına səbəb olur.

Dünya təcrübəsi sübut edir ki, iqtisadi qanunvericilikdə və ona müvafiq idarəetmədə hüquqi normaların diskresionluluğu (yəni tənzimlənən prosesin müəyyən məqamlarında icraçıların fəaliyyətində geniş diapozonda seçim sərbəst-liyinə malik olmaları); yönəldici normaların çoxluğu (bu və ya başqa normanın, xüsusilə qayda və müddətlərin müəyyənləşdirilməsinin digər qanunvericilik aktlarının öhdəsinə buraxılması); koolliziyalı (ziddiyyətli) normaların tətbiqi (eyni halda, müxtəlif mahiyyətli normaların istifadə olunması), mahiyyət etibarı ilə, digər fəsadlarla yanaşı, müxtəlif idarəetmə səviyyələrində ayrı–ayrı iqtisadi proseslər haqqında asimmetrik informasiyaların yaranmasına səbəb olur.

Azərbaycan Respublikasında isə yuxarıda qeyd olunanlarla yanaşı, iqtisadi qanunvericilik aktlarını xarakterizə edən ən mühüm cəhətlərdən biri, belə demək mümkünsə, iqtisadiyyatımızın tranzitivliyinin yaratdığı şəraitdir. Ümumiyyətlə, iqtisadiyyatın keçid xarakteri, son dövrlərdə bir çox hallarda “əsas günahkar” kimi qəbul edilərək, iqtisadi idarəetmədə məqsədli və ya “dərk edilmədən” buraxılan səhvlərin bəraətləndirici qalxanına çevrilmişdir. Tranzitivlik xüsusiyyətinin təsirlərinə iqtisadi idarəetmənin və təsərrüfatçılıq mexanizminin, demək olar ki, əksər həlqələrində rast gəlinir və qeyd etmək lazımdır ki, bir sıra hallarda belə xüsusiyyətlər özlüyündə obyektiv xarakter daşıyır. Məsələn, iqtisadiyyatın sektorial strukturunun təkamülünün dinamikliyi, iqtisadiyyatın sahə quruluşunun dayanıq-lılığının zəifliyi, iqtisadi fəaliyyət sahələrində mənfəətliliyin dəyişməsinin və ona müvafiq olaraq vəsaitlərin və digər iqtisadi resursların sahələrarası axınının sürətlənməsi və s. kimi meyilləri dinamik dəyişmələrin yaratdığı obyektiv meyillər hesab etmək mümkündür. Lakin beynəlxalq və milli təcrübə göstərir ki, tranzi-tivliyin yaratdığı şərait qanunvericilikdə və təsərrüfatçılıq fəaliyyətində arzuolunan şəffaflıq və hesabatlılığın yaradılmasına ciddi əngəllər doğura bilir. Məsələn, Azərbaycanın müstəqilliyi dövründə qəbul edilmiş, demək olar ki, bütün iqtisadi qanunlarda “keçid müddəaları” və ya “keçid dövrü” anlayışları təsbit olunmaqla bu normativ aktların, xüsusilə prinsipial müddəaların tətbiqində “yumşaq eniş” üçün şərait yaradılmışdır. Bu, özünü qanunvericilik aktlarına, onların qəbulunun ertəsi günündən başlayaraq “zəruri düzəlişlər” tələb olunmasında göstərir.

Azərbaycanda şərti olaraq, iqtisadiyyatın tranzitivlik xarakterinin xüsusiy-yətlərinə aid edilə biləcək və ölkəmizdə iqtisadiyyatın dövlət idarəetməsi təcrübəsində şəffaflıq və hesabatlılığa çox ciddi zərər vuran mühüm məqamlardan biri də, bütövlükdə, iqtisadi proseslərin monitorinqi, uçotu və qiymətləndi-rilməsinin metodologiyası və statistikasının aparılması üzrə mövcud yanaşmalar hesab olunmalıdır. Qeyd olunan şərtiliyin mahiyyəti ondadır ki, müvafiq metodologiya və statistik yanaşma bir növ planlı idarəetmə dövründən qalan miras kimi də dəyərləndirilə bilər.

Ölkəmizdə iqtisadi uçotun çağdaş durumu iqtisadi proseslərin “bircinsli” ölçülməsinə və qiymətləndirilməsinə əsas maneələrdən biridir. Bir çox hallarda mərkəzi idarəetmə orqanlarının, ayrı-ayrı ekspert və mütəxəssislərin iqtisadiyyatda baş verən proseslər haqqında fərqli şərhlərinin (bəzi hallarda isə bir – birini inkar edən şərhlərin) əsas səbəblərindən biri, məhz onların “geniş” mənada reprezentativ olmayan, qeyri-adekvat informasiya tutumlu iqtisadi parametrlərə istinad etməsi hesab olunmalıdır.

Lakin qeyd etmək lazımdır ki, idarəetmə üzrə partnyorların yuxarıdakı səbəblərdən nəticə etibarı ilə fərqli informasiyalarla işləməsinin, liberal bazar təsərrüfatçılıq modelinə xas – “informasiyanın asimmetrikliyi” kimi xarakterizə olunan “bazaar fiaskosu” ilə ciddi əlaqəsi yoxdur. Bununla belə, məşhur “İnformasiyanın dörd qanunu”nu nəzərə aldıqda yaranmış şəraitin zəruri informasiyanın obyektivliyinin ciddi şəkildə pozulmasına səbəb ola biləcəyi real görünür.

Tranzitiv iqtisadiyyatlı ölkələrdə sosial-iqtisadi proseslərin idarə olunması, son dövrlərdə, sanki yeni bir paradiqma almışdır: iqtisadi açıqlığın artması, bir tərəfdən hökumətin iqtisadi proseslərə təsir imkanlarını azaldır, digər tərəfdən isə iqtisadiyyatın ictimailəşməsi və beynəlmiləlləşməsi inkişafın idarə olunmasında ictimai nəzarətin rolunu və demək olar ki, müvafiq informasiyanın rolunu hədsiz artırır. Son 1-2 il ərzində dünya iqtisadiyyatını bürümüş və getdikcə dərinləşən iqtisadi böhranın cari dərsləri sübut edir ki, iqtisadi idarəetmədə formalaşmış ifrat liberal dəyərlərə əsaslanan tənzimləmə konsepsiyalarına yenidən baxmağa böyük ehtiyac vardır. Belə vəziyyətdə isə iqtisadi sistemdə yaranan şərait və xüsusiyyətlərin, meydana gəlmiş və həllini tələb edən problemlərin aktuarial şərhi olduqca vacib hesab olunmalıdır.

Beynəlxalq iqtisadi böhranın ilk dərsləri sırasında yeni və ya nisbətən yeni nəzəri ideyalarla yanaşı, əhəmiyyətlilik baxımından isə bəlkə də ön cərgələrdə, A.Smitin “bazarın gözəgörünməz əli” ideyası və “dövlətin gecə qoruqçusu olması” təklifinə yeni münasibət dayanır. Məsələn, məşhur C.Soros iddia edir ki, “Müasir böhranın səbəbləri kənarda deyil. Onun yaranmasını sistemin özü şərtləndirmişdir”. 2008-ci ildə dünya ölkələrinin, ilk növbədə, iqtisadi cəhətdən güclü ölkələrin böhrana qarşı mübarizəsinə rəğmən, riskləri bölüşdürmək əvəzinə, dünya maliyyə sistemi onları daha da artırır.

Neoliberal ideyanın “görünməz əli” işləmir. Bu baxımdan, artıq bir çoxları C.Stiqlisin “bazarda görünməz əlin görünməməyinin səbəbi ondadır ki, belə əl burada yoxdur” fikrini dəstəkləyirlər. Doğrudur, əslində, liberal iqtisadi münasibətlərdə dövlətin tamamilə iştirak etmədiyini söyləmək olmaz. İqtisadçıların bir qismi “bazarın boşluqları” ilə “dövlət tənzimləməsinin boşluqlarının” eyni tərtibli olması kimi qiymətləndirməni daima müdafiə etməmişlər və biz də hesab edirik ki, bu doğru qiymətləndirmədir. Akademik L.Abalkinin fikrincə isə, “...Prinsip etibarı ilə, dövlətin iqtisadiyyatda iştirakının zəruriliyinin əksi heç vaxt aktual olmayıb, həmişə belə iştirakın obyekt və subyektləri, əhatə dairəsi və sərhədləri, forma və üsulları, social dəyəri, meyilliyi və istiqamətləndirilməsi müzakirə predmeti olmuşdur”. Lakin nəzərə almaq vacibdir ki, iqtisadi idarəetmədə mühüm məsələlərdən biri məqsəd funksiyasının formalaşdırılmasıdır. Bu məsələnin universal həlli indiyədək yoxdur və təcrübədə ən çox istifadə olunan yanaşma Tinberqen bərabərsizliyinə və “prioritetlərin seçiminə” əsaslanan yanaşmadır.

Eyni zamanda müasir dövlət tənzimləməsi nəzəriyyəsinin əsasını qoymuş C.M Keynsin “Hadisələr və faktlar arasında müəyyən əlaqə var, lakin bu əlaqəni heç də həmişə ölçmək olmur” fikrinin doğruluğunu qəbul etmək olmaz. Təcrübə göstərir ki, iqtisadi informasiyanın keyfiyyətini artırmaqla, onun dolğunluğu, doğruluğu və şəffaflığını təmin etməklə yuxarıda qeyd edilən ölçməni təmin etmək olar.

İnformasiyanın dolğunluğu iqtisadi siyasətin bu hissəsində təsiri olan, ölçülən bütün parametrlərin analitik sintezi vasitəsi ilə təmin edilir. Doğrudur, burada əsas məqam məqsədin seçimindən və müvafiq analitiklərin bacarığından asılıdır. Faktiki olaraq, bu mərhələdə sintetik göstəricilərin üstünlük təşkil etdiyi yeni sistem formalaşdırılır. İnformasiyanın doğruluğunu onun formalaşdırılması və ölçmə mənbələrinə görə qiymətləndirmək olar. Bu zaman ən vacibi müvafiq göstəricilərin qarşılıqlı uyğunluğu və bir-birini təsdiqləməsidir.

İnformasiyanın şəffaflığı onun dolğunluğunu və doğruluğunu ifadə edən xüsusiyyətlərin mövcudluğu və informasiyanın bütün maraqlı tərəflər üçün əlçatanlığı ilə müəyyənləşir.

Fikrimizcə, yuxarıda qeyd olunan xüsusiyyətlərə malik olan informasiyanın formalaşdırılması üçün aşağıdakıların həyata keçirilməsi vacibdir:

1. İqtisadiyyatın idarə edilməsi terminlərinin eyniliklə qəbul edilən qlossarisinin yaradılması;

2. İqtisadi informasiyanın standartlarının yaradılması;

3. İqtisadi qanunvericiliyin yeni informasiya standartları və qlossari ilə uyğunlaşdırılmasının təmin edilməsi.

Dünya iqtisadiyyatını bürümüş və özünün xarakteri və miqyasına görə “Böyük tənəzzül”lə müqayisə edilən müasir qlobal maliyyə-iqtisadi böhranının səbəblərini araşdıran çoxsaylı tədqiqat mərkəzləri, beynəlxalq iqtisadi qurumlar və ayrı-ayrı analitiklər böhranın baş verməsi səbəbləri sırasına iqtisadi proseslərin uzun müddət ərzində gedişi haqqında düzgün və dolğun məlumatların ortada olmaması və bu tip məlumatlara adekvat reaksiyaların vaxtında baş verməməsini aid edirlər. Ona görə də indi, dünya iqtisadiyyatının böhrandan sonrakı dövrdə idarə edilməsində aparılmalı olan ən zəruri tədbirlər sırasında iqtisadi inkişafın yeni statistik və analitik informasiya bazasının yaradılması aktual məsələ hesab edilir. Bu baxımdan, yeni informasiya standartlarının yaradılması, o cümlədən Beynəlxalq Valyuta Fondunun keçən əsrin 90-cı illərində Meksikada baş vermiş böhrandan sonra tətbiq etməyə başladığı “Məlumatların xüsusi yayılma standartları” və “Məlumatların ümumi yayılma standartları” təcrübəsinin genişləndirilməsi nəzərdə tutulur. İnformasiya standartlarının yaradılması yalnız mövcud göstəricilər sistemi üzrə məlumatların vaxtında, düzgün və tam toplanması ilə məhdudlaşmır, burada daha vacib məsələ iqtisadi inkişafın hər bir mərhələsində baş verənlərlə onların doğura biləcəyi nəticələrin əlaqələndirilməsi hesab olunur. Başqa sözlə, iqtisadi inkişafın qiymətləndirilməsində iqtisadi informasiyaya olan münasibətin köklü dəyişikliyi baş verir. Artıq bir çox tanınmış iqtisadçılar bu baxımdan iqtisadi proseslərdə, hətta atılan addımların nəticələrinin qeyri-müəyyənliyinin böyük olduğunu nəzərə alaraq belə proseslərin qiymətləndirilməsində, o cümlədən proqnozlaşdırılmasında hadisələrin ehtimallığına deyil, onların mümkünlüyü dərəcələrinə əsaslanmağı düzgün sayırlar. Başqa sözlə, iqtisadi inkişafın qiymətləndirilməsində qeyri-səlis məntiqə əsaslanan yanaşmaların, o cümlədən modelləşdirmənin tətbiqi getdikcə aktuallaşmaqdadır.

Beləliklə, çağdaş dünya iqtisadiyyatının inkişafında və o cümlədən iqtisadi nəzəriyyədə yeni iqtisadi paradiqmanın konturları artıq görünməkdədir. Yeni paradiqma “yeni iqtisadiyyat”, “informasiya iqtisadiyyatı” və s. kimi müxtəlif anlayışlarla, bir çox hallarda müxtəlif, ziddiyyətli və fikrimizcə, yanlış izah edilir. Belə yanlış izahların ən çox yayılmış nümunələrinə görə “yeni iqtisadiyyat” – “İnternet iqtisadiyyatdır”. Digər tərəfdən bəziləri hesab edir ki, yeni iqtisadiyyat iqtisadi nəzəriyyənin əsas və fundamental prinsip və kateqoriyalarını gərəksiz edir, digərləri isə hesab edir ki, yeni iqtisadiyyat əslində heç bir yeni prinsip və ya qanunauyğunluq yaratmır, yalnız mövcud texnoloji yanaşmalarda informasiya texnologiyaları üstünlük təşkil edir, başqa sözlə, sadəcə olaraq, indi bir texnoloji ukladın digəri ilə əvəzlənməsi baş verir. Lakin bu mövqeləri düzgün hesab etmək olmaz. Dünya Bankının yeni iqtisadiyyat haqqındakı konsepsiyasına görə, Yeni İqtisadiyyat elə iqtisadiyyatdır ki, burada innovasiya prosesi sosial-iqtisadi inkişafın əsas aparıcı qüvvəsinə çevrilir.

Kompyuter texnikasının və informasiya texnologiyalarının inkişafı nəinki insanların yeni fəaliyyət sahəsinin yaranmasına səbəb olmuşdur, bu, eyni zamanda, onların yaşayış imkanlarının, şəraitinin bütövlükdə dəyişməsinə gətirmişdir. Baş verən proseslərin qlobal xarakteri onların təhlili və qiymətləndirilməsinə yeni yanaşmalar tələb edir. Belə yeni yanaşma, fikrimizcə, informasiya paradiqmalı iqtisadi inkişaf modelinin qəbul edilməsi anlamına gətirilməlidir.

Məlum olduğu kimi, iqtisadi paradiqma dedikdə, sosial dəyərlər; o cümlədən istehsal, bölgü, maddi nemətlərin mənimsənilməsi və istehlakının xarakteri və strukturu da daxil olmaqla, cəmiyyətin iqtisadi sisteminin fəaliyyət qanunları və kateqoriyaları; ictimai və iqtisadi institutlar; iqtisadi proseslərin idarə olunmasının təsərrüfat mexanizmini əhatə edən əsas prinsiplər başa düşülür. Bu baxımdan, informasiya paradiqması sosial dəyərlər sırasında təhsil və biliklərə malik olmanı ön cərgəyə çıxarır və bununla, Frensis Bekonun məşhur “Kim informasiyaya malikdirsə, dünyaya malikdir” fikri bir daha təsdiqlənir. İqtisadi nəzəriyyədə informasiya paradiqmasının yaranması, intellektual xidmətin yaranması hesabına iqtisadi fəaliyyətin yeni sahəsinin yaranmasına və bununla, iqtisadiyyatda struktur dəyişmələrinə səbəb olur. Yeni iqtisadi paradiqmada, təbii ki, əsas rol oynayan kateqoriya – informasiya kateqoriyasıdır. İqtisadiyyatın informasiyalaşması onun kompyuter texnikası və informasiya texnologiyaları əsasında texniki cəhətdən yeniləşməsi ilə yanaşı, informasiyanın mühüm əhəmiyyətli iqtisadi resursa çevrilməsi deməkdir.

İnformasiya iqtisadi resurs kimi aşağıdakı formalarda çıxış edir:

bazarın vəziyyətini xarakterizə edən (əmtəə və xidmətlərin qiymət səviyyələri və onların dəyişməsi dinamikası, qiymətli kağızların kursları, bank faizləri, birja kotirovkaları) konyuktura məlumatları/informasiyaları; əmtəə və xidmətlərin tələb və təklifi haqqında, onların xarakteri, rəqabət qabiliyyətliliyi, bazarın agentləri, idxal və ixrac, daxili və xarici bazarların qarşılıqlı təsirini əhatə edən məlumat toplusundan ibarət kommersiya informasiyaları; tərəfdaşların və bazardakı rəqiblərin tədiyyə və kredit qabiliyyətliliyi haqqında maliyyə informasiyaları; innovasiyalara şərait yaradan elmitexniki informasiyalar; statistik informasiyalar; istehlakçıların prioritetlərinə və bazarlardakı şəraitə təsir edən kütləvi informasiyalar (qəzetlər, teleradio, İnternet və s.).

İnformasiya əmtəə kimi bir sıra özəl xüsusiyyətlərə malikdir: onun istehsalı şəbəkə xarakterlidir, yəni hər bir iştirakçı bu məhsula yeni məlumat əlavə etməklə onun yeni məhsula çevrilməsinə, daima zənginləşməsinə, daxilən ziddiyyətli olmayan tam və doğru informasiyanın yaranmasına səbəb olur, bu məhsulu, tələb olarsa, dəfələrlə satmaq olar, digər məhsullarla müqayisədə informasiya məhsulu üçün “limit faydalılığının azalması” qanunu işləmir, informasiya məhsulunun qiyməti onun hazırlanmasının maya dəyəri ilə müəyyənləşmir və s.

İnformasiya kateqoriya kimi, əhəmiyyətinə görə heç də zəif olmayan başqa bir kateqoriyanın – biliklərin əsasını təşkil edir. Bilik dərk olunmuş informasiyadır. Yəni bilik zaman və təcrübə ilə sınaqdan çıxmış əsaslı informasiya olaraq elmi dünyagörüşün əsasını təşkil edir, elmi-texniki tərəqqinin inkişafını təmin edir və istehsal innovasiyaları formasında maddiləşir.

Biliyin unikallığını qiymətləndirən müasir menecmentin aparıcı nəzəriyyəçisi P.Drukerin fikrincə, “bir biznesi digərlərindən fərqləndirən əsas məqam müxtəlif sahələrə aid olan biliklərin iqtisadiyyat və menecmentin ayrı-ayrı sahələrində istifadə olunmasıdır.” Onun qənaətinə görə, pul və avadanlıqlar, əslində, heç nə ilə fərqlənmir, yalnız informasiya və ya bilik həlledici resurs ola bilər. Bir sıra mütəxəssislər isə yeni iqtisadiyyatın ən mühüm nailiyyətləri sırasına biznesin informasiya və fiziki tərkib hissələrinə ayrılmasını aid edir. Hesab olunur ki, əslində, belə yanaşma ənənəvi biznesdə də faydalıdır. Məsələn, məşhur Bill Qeyts hesab edir ki, “biznesin bir çox problemləri, əslində, informasiya problemidir, lakin heç kəs bu problemə layiqincə yanaşmır”.

İnformasiya paradiqmasını müasir sosial-iqtisadi sistemə tətbiq etməklə, bu sistemi cəmiyyətlə münasibətdə olduğu kimi, informasiya iqtisadiyyatı adlandırmaq olar. İnformasiya iqtisadiyyatını xarakterizə edən xüsusiyyətlərə: qlobal xarakter; biliklərə istiqamətlənmə; innovasiya təbiəti; “istehlakçı – istehsalçı” münasibətlərinin dəyişməsi; əməyin yaradıcı, intellektual xarakteri aid edilir. Mahiyyət etibarı ilə informasiya iqtisadiyyatı bazar iqtisadiyyatı xüsusiyyət-lərinə malikdir. Yəni burada istehlakçının müstəsna səlahiyyətləri təmin edilir, bazarda rəqabət mövcuddur, ”görünməz əl” prinsipi işləyir və dövlət bazarın fəaliyyətinə müdaxilə etmir. Lakin sadalanan xüsusiyyətlərin reallaşdırılması özəlliklərə malikdir. Bu baxımdan, ən vacibi istehlakçının sərbəstliyinin təmin olunması hesab edilməlidir. Müvafiq bazarın xüsusiyyətləri baxımından isteh-lakçının sərbəstliyinin təmin olunmasında əsas məqam onun məhsul və bazar, həmçinin firmaların davranışı haqqında məlumatlılığıdır. Hesab olunur ki, burada mühüm problem informasiyanın asimmetrikliyi potensialı ilə bağlıdır. Asimmetrik informasiya nəzəriyyəsinə görə, istehlakçılar məlumatlılıq baxımından iki qismə ayrılır: simmetrik informasiyaya malik olan güclü istehlakçılar və asimmetrik informasiya şəraitində bazara uyğunlaşmağa çalışan digər istehlakçılar.

“Təmiz” mübadilə iqtisadiyyatında istehlakçı və onun davranışı “simmetrik informasiya” şəraitində qiymətləndirilir. Bu zaman hesab olunur ki, istehlakçı aşağıdakı 4 xüsusiyyətə malikdir:

1) onun istehlak çoxluğu əmtəə çoxluğunun alt çoxluğudur;

2) onun seçimi zövqü və istəyi ilə müəyyənləşir;

3) o əvvəlcədən müəyyən təminata malikdir və bu təminat mövcud qiymətlər şəraitində onun rifahını tənzimləyir;

4) faydalılığın maksimumlaşdırılmasına istiqamətlənmiş rasional istehlakçı istəyi onun təmin olunma səviyyəsi ilə məhdudlaşır.

İnformasiya o zaman simmetrik olur ki, qərar qəbulu zamanı bütün agentlərin qeyri-əminlik səviyyəsi eyni olsun. Həm obyektiv, həm də subyektiv informasiyanın ehtimallığı eynidir, sanki simmetriya təşkil edir. Obyektiv informasiya, adətən, bazarın bütün agentləri üçün simmetriya təşkil edir, ancaq subyektiv informasiya asimmetriya yaradır. Həmişə bazara uyğunlaşmağa çalışan istehlakçılar satıcılarla nisbətdə daha çox informasiyaya malik olur. Asimmetrik informasiya problem XX əsrin 70-ci illərindən iqtisadi nəzəriyyədə müxtəlif praktiki nümunələrlə izah edilir.

Əsas nəticə ondan ibarətdir ki, asimmetrik informasiya şəraitində tərəfdaşlardan biri daha əlverişli imkanlara malikdir.

Asimmetrik informasiya konsepsiyası aşağıdakı nəticələrlə ifadə olunur:

1) əgər bazarda asimmetriya varsa, onda firmaya yalnız əmtəə və xidmətlərin satıcısı kimi, istehlakçıya isə əməyin və əmtəələrin alıcısı kimi baxmaq – düzgün deyil, bu halda bazar agentlərinin qarşılıqlı fəaliyyəti üçün yeni faktordan-onların məlumatlılığı faktorundan istifadə olunmalıdır;

2) simmetrik informasiya şəraitində istehlakçının davranışı kifayət qədər sadə aksiomlar toplusu ilə izah edilirsə, asimmetrik informasiya şəraitində istehlakçının davranışını onun müxtəlifliyi, çoxcəhətliliyi səbəbindən proqnozlaşdırmaq və tənzimləmək praktiki olaraq mümkün deyil, çünki bu zaman o, öz risklərini azaltmaq və maraqlarını müdafiə etmək üçün çox ehtiyatlı və düşünülmüş hərəkətlər edir;

3) simmetrik informasiya şəraitində istehlakçının davranışında özünə əminlik olduğundan “istehlakçı – bazar” vektoru fərddən bazara doğru istiqamətlənmiş olur, asimmetrik informasiya şəraitində isə agentlərin optimal davranışı onların qeyri-əminliyi ilə müəyyənləşir və münasibətlər vektoru bazardan istehlakçıya doğru istiqamətlənir;

4) istehlakçı mübadilə zamanı az və ya daha çox məlumatlıdırsa, kəmiyyət və qiymətlər kifayət qədər aşkar deyilsə, onda güclü istehlakçı haqqında danışmaq olmaz: belə ki, istehlakçı özünün əmin olmaması səbəbindən və digər agentlərin reaksiyaları baxımından şəraitə uyğunlaşmağa məhkumdur.

Asimmetrik informasiyanın bütün hallarının nəzərə alınması praktiki olaraq mümkün olmadığından onları aşağıdakı 4 qrupda birləşdirirlər:

1) tarazlığın rasional gözlənilməsi;

2) mənəvi risklər;

3) passiv seçim;

4) axtarış.

Birinci qrupa insanların proqnoz modellərinə əsasən davranış halları aid edilir. Bu halda modellərin rolu ikilidir: bir tərəfdən onlar davranışın proqnozlaşdırılmasına xidmət edir; digər tərəfdən isə bu davranışı əvvəlcədən müəyyənləşdirir və onu tənzimləyir. Belə yanaşma tərəfdarları hesab edir ki, həm hökumət, həm də fərdlər səviyyəsində bütün mümkün informasiyaların istifadə olunması rasional gözləmələri daha böyük ehtimallı edir. Lakin bu yanaşmanın əleyhdarları hesab edir ki, əvvəla, belə informasiyanın əldə edilməsi kifayət qədər baha başa gəlir, ikincisi, çəkilmiş zəhmət itə bilər, çünki informasiya onun əldə edildiyi məqamda öz aktuallığını itirir.

Mənəvi risklər müəyyən şərtlər daxilində ödəmələrin alınması zamanı yarana bilir, çünki həmin şərtlər bilərəkdən və ya təsadüfən dəyişə bilər. Passiv seçim isə ondan ibarətdir ki, böyük qrup insanların eyni şərtlərdən yararlanması fərqli ola bilər. Axtarış modelində isə bazar qiymətləri müqayisə edilir və ilk növbədə keyfiyyət meyarları nəzərə alınır. Adətən, hesab olunur ki, keyfiyyət, ilk növbədə qiymətdə əks olunur.

İqtisadi nəzəriyyənin informasiya paradiqması əsas iqtisadi kateqoriyaların dinamikası və məzmununun dəyişmələrini tədqiq etməyə, iqtisadi indikatorların böyük qrupunun proqnoz əhəmiyyətini və mühümlüyünün dəyişməsini qiymətlən-dirməyə imkan yaradır. İnformasiya iqtisadiyyatında ənənəvi mahiyyəti daha tez dəyişən iqtisadi kateqoriyalar aşağıdakılar hesab olunur: dəyər, faydalılıq, kapital, istehlak, istehsal və mülkiyyət münasibətləri.

Bir sıra tədqiqatçıların fikrincə, informasiya iqtisadiyyatında istehsalın maddi elementlərinin yığımı yox, bilik və müxtəlif informasiyaların yığımı baş verir. Ənənəvi olaraq iqtisadiyyatın əsas birləşdirici ideyası olan yığım prosesi öz yerini kommunikasiyalara verir. Bu, ilk növbədə, onunla əlaqədardır ki, elmi-texniki tərəqqi inkişaf etdikcə kapitalın da sürəti artır. Ona görə də investisiyaların müxtəlif istiqamətlərə paylanması baş verir və pulun yeni texnologiyalara qoyulması imkanları artır.

Beləliklə, deyilənləri ümumiləşdirərək, qeyd etmək olar ki:

1) müasir qloballaşma şəraitində iqtisadiyyatın idarə edilməsində informasiyanın rolu sürətlə artır və onun xarakterinə olan tələb dəyişir;

2) informasiya iqtisadiyyatı iqtisadi resurs kimi çıxış edən informasiya kateqoriyasını ön sıraya çıxarır;

3) iqtisadi sistemin bütün həlqələrində baş verən dəyişikliklər yeni informasiya paradiqmasına əsaslanan informasiya iqtisadiyyatının yaranmasını təsdiqləyir;

4) informasiya paradiqması bazarın fəaliyyətinin bütün prinsiplərinin, xüsusilə istehlakçıların əmtəə və xidmətlər bazarında davranışı prinsiplərində olan dəyişmələri əks etdirir və istehlakçının məlumatlılığını ilk sıraya çıxarır.

Hesab olunur ki, informasiya paradiqmasının tətbiqi, fundamental iqtisadi kateqoriyaların indiyədək məlum olmayan cəhətlərini aşkar etməklə, yeni şəraitdə iqtisadi sistemin inkişaf qanunlarını müəyyənləşdirməyə və bütövlükdə, iqtisadiyyatın və dövlətin idarə olunması prinsiplərini müəyyənləşdirməyə imkan verər.

FƏSİL II. Asimmetrik informasiya modelinin qurulmasına təsir edən amillər

2.1. Asimmetrik informasiya modelinin qurulmasında

ictimai seçim anlayışı

Əgər müxtəlif insanların hərəkətləri öz aralarında razılaşdırılmamış olarsa, cə­miyyət normal yaşaya bilməz. Tarixən fərdlərin hərəkətlərinin razılaşdırılmasının iki mexanizmi formalaşmışdır: bazar mexanizmi və ictimai seçim mexanizmi. Hər iki halda fərd informasiya siqnalının mənbəyi kimi çıxış edir, lakin razılaşma mexanizmi isə belə siqnallar çoxluluğunun cəmiyyət üzvlərinin hərəkətini müəyyən edən vahid siqnala çeviricisi kimi çıxış edir.

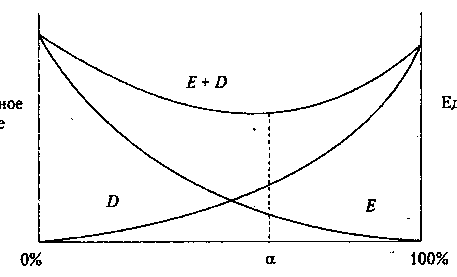
Razılaşmanın *bazar mexanizmi* bazar subyektlərinin fərdi tələb və təklif əyriləri haqqında informasiyasını yeniləşdirir və satıcıların və alıcı­ların davranışını müəyyənləşdirən, vahid siqnal kimi çıxış edən, tarazlı qiyməti for­malaşdırır. Bununla belə bazar subyektinin “bazar qərarına” təsir dərəcəsi onun iqti­sadi hökmranlığından, başqa sözlə, malı satmaq və yaxud almaq qabiliyyətindən asılıdır.

Bazar mexanizmi cəmiyyət üzvlərinin hərəkətlərini razılaşdıra bilmədiyi hallarda *ictimai seçim* mexanizmi tətbiq olunur. Cəmiyyət üzvlərinin razılaşdırılması nəzərdə tutulan hərəkətləri həm iqtisadiyyata, həm də ictimai həyatın digər sahələrinə də aid edilə bilər. Qərar qəbuletmənin bazar mexanizminin və ictimai seçim mexanizminin fəaliyyətlərinin başlıca prinsipləri köklü surətdə bir-birindən fərqlənir: bütün fərdlər üçün onların hər birinin “ictimai qərara” təsir dərəcəsi fərdlərin iqtisadi hökmranlığından asılı olmayaraq bərabər olmalıdır. Başqa sözlə, ictimai seçim mexanizmi “bir nəfər–bir səs” prinsipinə əsaslanır, yəni onun əsasında siyasi demokratiya ideyası durur. Beləliklə, ictimai seçim demokratik cəmiyyətin siyasi institutları vasitəsilə fərdi hərəkətlərin qeyri-bazar razılaşdırılması proseslərinin məcmusundan ibarətdir. İctimai seçim fərdi fikirlərin nümayişi və nəzərə alınması, başqa sözlə, səsvermə prosesidir.

Bazar mexanizmi və ictimai seçim mexanizmi arasındakı fərqlər aşağıdakılardan ibarətdir:

* yuxarıda qeyd edildiyi kimi, ictmai qərar qəbuluna fərdin təsir dərəcəsi onun iqtisadi hökmranlığından asılı deyildir və bir səslə ölçülür;
* bazar subyekti dərk etmir ki, o, bazar qərarının qəbulu prosesinin iştirakçısıdır və həmin prosedurun mahiyyətini başa düşmür. Bazar qərarının kəmiyyət pa­rametrləri onun yalnız iqtisadi fəaliyyətinin istiqamətinin müəyyən olunması­na xidmət edir və məcburi xarakter daşımır. İctimai seçim subyekti ictimai qərarın işlənib hazırlanmasına təsir göstərmək məqsədilə, fəaliyyətində rəhbərlik üçün qəbul etdiyi və özünün üstünlük verdiyini şüurlu surətdə nümayiş etdirir;
* qarşılıqlı bazar fəaliyyəti həmişə Pareto-yaxşılaşmalara gətirib çıxarır. Əgər razılaşma sazişi tərəflərdən hər hansı birinin marağına cavab vermirsə, həmin razılaşma könüllü surətdə bağlanmayacaqdır. Əgər ictimai qərar yekdilliklə qəbul edilməzsə, o zaman həmin qərar azlıqda qalanlar üçün zərər gətirəcəkdir;
* bazar subyekti maraqlıdır ki, onun üstünlük verdiyi cəhətlər rəqiblərinin üstünlük verdiyi cəhətlərdən yüksək dərəcədə fərqlənsin. Əgər, misal üçün, digər alıcıların hər hansı bir mala tələbi aşağıdırsa, o zaman həmin mala bərəbər çəkili aşağı qiymət qoyulacaqdır və bu da alıcılar üçün sərfəli olacaqdır. Bununla belə, ictimai seçim zamanı fərd maraqlıdır ki, daha çox insanın üstünlük verdiyi, onun özünün şəxsi üstünlükləri ilə üst-üstə düşsün. Həmfikirlərin sayı nə qədər çox olarsa, fərd üçün lazım olan ictimai qərarın qəbul edilmə ehtimalı da bir o qədər çox olacaqdır.

İctimai qərar qəbulu prosesi verilmiş variantlar yığımı içərisindən yeganə variantın, yaxud *alternativin* seçilməsindən ibarətdir. Alternativ yekun olaraq qəbul edilməzdən əvvəl fərdlər öz aralarında özlərinin üstün hesab etdikləri variant haqda informasiya mübadiləsini edirlər və bu və ya digər alternativi dəstəkləyən qrupu formalaşdırırlar. Alternativi dəstəkləyən qrupun yaradılması prosesi ictimai seçimin daxili məsrəfləri – nümayişlərlə əlaqədar olan və fərdi üstünlüklər haqda informasiya mübadiləsi və dəstək qrupunun formalaşdırılması ilə bağlı məsrəflərlə birləşir. Belə məsrəflərin olması əsas etibarə ilə fərdlərin xeyli vaxt sərfiyyatı ilə şərtlənir. Dəstək qrupunun sayı nə qədər çox olarsa, onun üzvləri arasında şəxsiyyətlərarası qarşılıqlı fəaliyyət nə qədər çox olarsa, bütün digər bərabər şərtlər altında ictimai seçim məsrəfləri də bir o qədər çox olacaqdır. Beləliklə, daxili məsrəflər dəstək qrupunun sayının artan funksiyası kimi baxıla bilər. Əgər səsvermə subyektlərinin sayı verilmişdirsə, o zaman həmin funksiyanın arqumenti kimi *dəstək qrupunun çəkisi,* yəni səsvermədə iştirak edənlərin ümumi sayında qrup üzvlərinin xüsusi çəkisinin qəbul edilməsi əlverişli hesab olunur. Daxili məsrəflərin dəstək qrupunun çəkisindən asılılığı şəkil 1.-də *D* əyrisi ilə təsvir edilmişdir:



Təkbaşına qərar

Yekdil

qərar

*E*+*D*

*D*

*E*

0% α 100%

**Şəkil 1.** İctimai seçim məsrəfləri

*Həlledici dəstək qrupu* - verilmiş alternativin ictimai qərar kimi tanınması haqda son qərar qəbul etmək qabiliyyətinə malik olan alternativin dəstək qrupudur. Həlledici dəstək qrupu həmişə yeganədir. İctimai seçimin əsas prinsipinə uyğun olaraq formalaşdırılan bir neçə dəstək qruplarından daha çox çəkiyə malik olanı həlledici kimi tanına bilər. Bununla belə qrupun fərdi tərkibi nəzərə alınmır. Əgər say etibarı ilə bütün digər qrupları üstələyən iki bərabər dəstək qrupu olarsa, o zaman həlledici qrupun müəyyən olunmasında həlledilməz problem meydana çıxır. Dəstək qrupları içərisində xüsusi çəkisi 50%-dən çox qrup olarsa, bu problem meydana çıxmır. O zaman həmin qrup həlledici qrup roluna iddialı ola bilər.

*Səsvermə qaydası* müəyyən edir ki, dəstək qrupu hansı minimal çəkiyə malik ol­malıdır ki, o, həlledici kimi tanınsın və müvafiq alternativ ictimai qərar kimi tanına bilsin. Göstərilən çəkiyə *son hədd çəkisi* deyilir. Beləliklə, səsvermə qaydası alternati­vin dəstək qrupunun son hədd çəkisini müəyyən edir. Adətən, son hədd çəkisi 50%-dən yuxarı səviyyədə müəyyən edilir. Bu yuxarıda qeyd edilən bərabər rəqabət aparan qruplar problemi ilə üzləşməmək üçün edilir. Lakin burada istisna hal vardır. *Nisbi çoxluq qaydası* son hədd çəkisini mövcud dəstək qruplarından daha çox çəkiyə malik olanı kimi müəyyən edir. Əgər, misal üçün, birinci alternativ səslərin 35%-ni, ikinci 45%, üçüncü isə 20% yığmışdırsa, həmin qaydaya uyğun olaraq son hədd çəkisi 45% səviyyəsində müəyyən edilir. İkinci qrup həlledici, ikinci alternativ isə ictimai qərar kimi tanınır.

Səsvermə qaydası öz-özlüyündə ictimai seçim predmeti kimi çıxış edir. Bu və ya digər səsvermə qaydası seçilən zaman ictimai seçimin nəinki daxili, həm də *xarici məsrəfləri* nəzərə alınır. Həmin xərclər ictimai seçimin reallaşdırılması nəticəsində ayrı-ayrı fərdlərin sərf etdiyi xərclərdən əmələ gəlir. Əgər ictimai seçim fərdin fikri ilə üst-üstə düşərsə, o zaman xarici məsrəflər sıfra bərabər qəbul ediləcəkdir. Əks halda onlar müsbətdir. Həlledici dəstək qrupunun çəkisi nə qədər çox olarsa, xarici məsrəfləri daşıyan fərdlərin payı bir o qədər az və nəticədə xarici məsrəflərin ümumi həcmi də bir o qədər az olacaqdır. Beləliklə, ictimai seçimin xarici məsrəfləri dəstək qrupunun çəkisinin azalan funksiyası kimi çıxış edirlər (şəkildə *E* əyrisi).

**Misal.** Mikrorayonun sakinləri avtobus dayanacağının qurulacağı yerin seçilməsi barədə məsələni həll edirlər. Dayanacağın yerləşdirildiyi yerin yanındakı binanın sakinləri kənar məsrəflər etmir, qalan bütün sakinlər belə məsrəflərə məruz qalır. Ev dayanacaqdan nə qadər uzaq olarsa, onun sakinlərinin yola sərf etdiyi vaxt da çox olacaq və onların kənar məsrəfləri də bir o qədər çox olacaqdır.

*Təkbaşına qərar* dəstək qrupunun çəkisi minimal olduğu halda özünə yer tapır. Bu zaman narazı qalan fərdlərin sayı maksimal olduğuna görə kənar məsrəflər də maksimal olur. Bu zaman daxili məsrəflər minimaldır. *Yekdil qərar* o zaman özünə yer tapır ki, dəstək qruplarının çəkisi maksimaldır, başqa sözlə, 100%-ə bərabərdir. Bu halda narazı fərdlər olmur və ona görə də kənar məsrəflər sıfra bərabərdir. Bu zaman daxili məsrəflər maksimal olur.

*İctimai seçimin ümumi məsrəfləri* daxili və kənar məsrəflərin cəminə bərabərdir. Dəstək qrupunun çəkisi artdıqca, daxili məsrəflərin funksiyası artdığına və kənar məsrəflərin funksiyası azaldığına görə, ümumi məsrəflərin funksiyasının minimumu olur. Həmin funksiyanın minimumuna cavab verən dəstək qrupunun çəkisinə *optimal çoxluq* deyilir. Şəkildə ictimai seçimin ümumi məsrəflərinin funksiyası *E*+*D* ilə, optimal çoxluq isə *α* ilə işarələnmişdir.

*Optimal çoxluq qaydası* dəstək qrupunun son hədd çəkisini optimal çoxluğa bərabər tutur. Ümumiyyətlə, səsverənlərin hər bir spesifik qrupunun və səsverməyə çıxarılan hər bir məsələnin müvafiq optimal çoxluğu mövcuddur. Hər bir konkret şəraitdə optimal çoxluğun hesablanması öz-özlüyündə əlavə məsrəflər tələb edir ki, onlar da çox zaman özünü doğrultmur. Ona görə də təcrübədə aşağıdakı səsvermə qaydasından istifadə olunur.

*Sadə çoxluq qaydası* dəstək qrupunun son hədd çəkisini “50 üstəgəl bir səs” kimi müəyyən edir. Bu qaydaya uyğun olaraq səsvermədə iştirak edənlərin mülahizələri alternativin qələbə çalmasına yardım edir. Sadə çoxluq qaydasının daha üstün olmasına inamın ciddi şəkildə sübut edilməsinə “Mey nəzəriyyəsi” deyilir. İctimai təcrübə optimal çoxluğun sadə çoxluğa yaxın olmasını göstərir. Nəzəri planda optimal çoxluq sadə çoxluqdan üstündür. Bu da onunla bağlıdır ki, dəstək qrupunun son hədd çəkisi 50%-dən az olduğu halda rəqib qruplar problemi yaranır ki, onun həlli də xeyli əlavə məsrəflər tələb edir.

*Konstitusiya çoxluğu qaydası* dəstək qrupunun son hədd çəkisinin 2/3-ə bərabər ol­masını qəbul edir. Bu qayda ən mühüm ictimai qərarların qəbulu üçün istifadə edilir.

*İctimai seçim proseduru* verilmiş alternativlər çoxluğundan yeganə alternativin seçilməsinə imkan verən alqoritmdir. Bəzi seçim proseduraları bilavasitə ictimai seçim qaydalarından çıxarılır, digərləri onları istifadə edir, üçüncülər isə müstəqil xarakterə malikdir. Bütün prosedurlar üçün ümumi olan ictimai seçimin əsas prinsipi «bir nəfər – bir səs» prinsipidir.

*Sadə çoxluq.* Səslərin yarıdan çoxunu alan alternativ seçilir.

*Nisbi çoxluq.* Digərləri ilə müqayisədə daha çox səs alan alternativ seçilir. Əgər belə alternativlərin sayı iki olarsa, onda səsvermə təkrarlanır, özü də qəbul oluna bilən alternativlər kimi yalnız həmin iki alternativ nəzərdən keçirilir. Səsvermə iştirakçılarının sayı cüt olmadığı və səsvermədən imtinaya yol verilmədiyi halda, ictimai qərar birmənalı müəyyən edilmiş olur.

*Bəyənilən (təqdir edilən) səsvermə.* Hər bir səs verən səsverməyə çıxarılan çoxluqlardan ixtiyari sayda alternativləri bəyənmək hüququna malikdir. Daha çox sayda iştirakçının bəyəndiyi alternativ qalib hesab edilir.

**Misal 1.** *A*, *B* və *C* səsvermə iştirakçıları *K*, *L*, *M* və *N* alternativlərini nəzərdən keçirirlər. Bəyənilən alternativ vahidlə, bəyənilməyən isə sıfırla ifadə olunur. Səsvermənin nəticələri cədvəl 6.4-də verilmişdir.

*Cədvəl 1*

**Bəyənilən səsvermə**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Alternativlər** | **Səsvermə iştirakçıları** | | | **Cəmi** |
| ***A*** | ***B*** | ***C*** |
| *K*  *L*  *M*  *N* | 1  1  0  0 | 0  1  1  1 | 0  1  1  0 | 1  3  2  1 |

Cədvəldən göründüyü kimi, *L* alternativi daha çox iştirakçılar tərəfindən bəyənilmişdir. Ona görə də o, ictimai qərar kimi qəbul edilir.

*Ardıcıl bəyənilən səsvermə* bir neçə mərhələdə aparılır. Hər bir səsverən özü üçün daha məqbul olan yeganə alternativi seçir və ona «müsbət bal» verir. Gələcək nəzərdən keçirmələrdə ən az sayda «müsbət ballar» toplayan alternativ sıradan çıxarılır.

*Bord proseduru*. Hər bir səsverən alternativləri onların üstünlük dərəcəsinə görə ni­zamlayır. Onlardan daha üstün olanı 1 ranqını, sonrakı 2 ranqını alır və s. Ranqların ən az cəmini yığan alternativ qalib hesab edilir. Əgər ranqların cəmi bərabər olan iki alternativ vardırsa, bu halda ranqlarının qiymətləri dağınıq olan alternativ daha üstün hesab edilir, çünki həmin alternativ qiymətləndirilərkən səsverənlər daha yekdil olmuşlar.

**Misal 2.** *A*, *B* və *C* səsvermə iştirakçıları *K*, *L*, *M* və *N* alternativlərini nəzərdən keçirirlər. Səsvermənin nəticələri cədvəl 6.5-də verilmişdir.

*Cədvəl 2*

**Bord proseduru**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Alternativlər** | **Səsvermə iştirakçıları** | | | **Cəmi** |
| ***A*** | ***B*** | ***C*** |
| *K*  *L*  *M*  *N* | 4  2  3  1 | 4  2  3  1 | 4  3  1  2 | 12  7  7  4 |

Ardıcıl bəyənilməyən səsvermə bir neçə mərhələdə aparılır. Hər bir səsverən özü üçün ən az məqbul olan yeganə alternativi seçir və ona “mənfi bal” verir. Gələcək baxılmadan ən çox sayda “mənfi ballar” toplayan alternativ çıxarılır.

Cədvəldən göründüyü kimi, *N* alternativi ranqların daha az cəmini almışdır, ona görə də həmin alternativ qalib hesab edilmişdir. Üstünlük dərəcəsinə görə növbəti *L* alternatividir. Onun ranqlarının cəmi *M* alternativində olduğu kimidir, lakin bu halda ranqların dağınıqlığı aşağıdır (bunu yoxlamaq olar).

*Kondorse proseduru* alternativ cütlüklərinin müqayisəsinə əsaslanır, bu misal üçün, sadə çoxluq metodu ilə aparılır. Cütlərin müqayisələrinin sayı (səsvermələrin) *n*(*n*-1)/2-ə bərabərdir, burada *n* - alternativlərin sayıdır. Əgər cütlərin müqayisəsi nəticəsində alternativ daha üstün hesab edilərsə, onda həmin alternativ bir bal alır, əgər üstünlüyü aşağı olarsa, o zaman sıfır bal alır. Daha çox sayda ballar yığan alternativ qalib hesab edilir. Əgər *i* alternativi *j* alternativindən üstün olarsa, o zaman Kondorse əmsalı *kij* vahidə bərabər olacaqdır. Bərabər indenksli Kondorse əmsalları sıfra bərabərdir. Kondorse matrisi *kij* sayda elementlərdən ibarətdir.

**Misal 3**. *K*, *L*, *M* və *N* alternativlərinin cütlərlə müqayisəsinin nəticələri cədvəl 6.6-da verilmişdir.

*Cədvəl 3*

**Kondorse proseduru**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Alternativlər** | **Alternativlər** | | | | **Cəmi** |
| ***K*** | ***L*** | ***M*** | ***N*** |
| *K*  *L*  *M*  *N* | 0  0  0  0 | 1  0  1  1 | 1  0  0  1 | 1  0  0  0 | 3  0  1  2 |

Cədvəldən göründüyü kimi, *K* alternativi balların daha çox cəmini yığmış və ona görə də qalib hesab edilir. Üstünlük dərəcəsinə görə növbəti alternativ *N*-dir və s.

*Səslərin sadə göndərilməsi* iki mərhələdə həyata keçirilir. Birinci mərhələdə səsvermə iştirakçıları alternativi deyil, öz nümayəndələrini seçirlər və öz səslərini ona ötürürlər. Nümayəndənin seçilməsi yuxarıda təsvir olunmuş hər hansı bir prosedurun köməkliyilə aparıla bilər. İkinci mərhələdə seçilmiş nümayəndə təkbaşına qalib hesab edilən bir alternativi seçir.

*Səslərin çoxsəviyyəli göndərilməsi* bir neçə mərhələdə həyata keçirilir və onların hər biri səslərin göndərilməsinin (ötürülməsinin) müəyyən səviyyəsinə cavab verir. Səsvermə iştirakçıları aşağı səviyyədə bu və ya digər üsulla nümayəndələri seçirlər və onlar növbəti səviyyədə səsvermənin iştirakçıları olurlar. Həmin nümayəndələr öz növbəsində öz nümayəndələrini daha yuxarı səviyyəyə seçirlər və s. Ən yuxarı səviyyəyə seçilmiş nümayəndələr (onların sayı vahidə də bərabər ola bilər) qalib elan olunan alternativi seçirlər.

*Səsvermənin paradoksu* - səsvermənin bu və ya digər prosedurunun seçilməsinin ictimai qərara təsir göstərə biləcək vəziyyətilə bağlıdır. Aşağıda səsvermənin üç paradoksu nəzərdən keçirilir: Kondorse paradoksları və səslərin çoxsəviyyəli ötürülməsi (verilməsi) paradoksu. Kondorse paradokslarına həmçinin tsiklik səsvermə paradoksları da deyilir.

*Natamam səsvermə zamanı Kondorse paradoksu.* Burada üç *A*, *B* və *C* səsvermə iştirakçılarının *K*, *L* və *M* alternativlərinin qiymətləndirdiyi hal nəzərdən keçirilir. Hər bir fərd həmin alternativləri üstünlük dərəcəsinə görə nizamlayır. O, daha üstün olan alternativə 1-ci ranqı verir, az üstünlüyə malik olana 2 və s. Fərdlərin verdiyi fərdi üstünlüklər cədvəl 6.7-də verilir.

*Cədvəl 4*

**Natamam səsvermə zamanı Kondorse paradoksu**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Səsvermənin iştirakçıları** | **Alternativlər** | | |
| **ranq 1** | **ranq 2** | **ranq 3** |
| A  B  C | K  L  M | L  M  K | M  K  L |

Fərdlərin Bord prosedurundan istifadə etməklə, bir alternativ seçməsi zəruridir. Hər bir alternativin ranqlarının sayı altıya bərabər olduğundan və ranqların dağınıqlı­ğı eyni olduğundan, bu səsvermə proseduru özünün klassik şəklində yeganə alterna­ti­vi seçməyə imkan vermir. Tutaq ki, ictimai seçimin təşkilatçısı (yığıncağın sədri) fərd­lərdən birinin iştirak etmədiyi səsvermə prosedurunun – natamam səsvermənin nəti­cələri əsasında alternativi nizamlamaq səlahiyyətinə malikdir. Natamam səsver­mənin nəticələri bütün fərdlərin üçdə ikisi, başqa sözlə, konstitusiya çoxluğu tərə­findən dəstəklənir. Səsvermənin təşkilinin iki mümkün ssenarisini nəzərdən keçirər.

*Ssenari 1.* Əvvəlcə səsvermə *B* fərdinin iştirakı olmadan aparılır, özü də *K* və *L* alternativləri müqayisə edilir. Cədvəl 8-dən göründüyü kimi, hər iki səsverən *A* və *C* fərdləri *K* alternativinə üstünlük verir. Sonra səsvermə *F* fərdi iştirak etmədən aparılır, *M* və *K* alternativləri müqayisə edilir. Cədvəldən göründüyü kimi, hər iki səsverən *M* alternativinə üstünlük verir. Hər iki yarımçıq səsvermənin nəticələrini birləşdirməklə üstünlük dərəcəsinin azalmasına görə alternativlərin aşağıdakı ardıcıllıqla yerləşməsini alırıq: *M, K, L*. Nəticədə *M* alternativi seçilir.

*Ssenari 2.* Əvvəlcə səsvermə *A* fərdinin iştirakı olmadan aparılır, özü də *K* və *L* alternativləri müqayisə edilir. *K* alternativinin ranqlarının cəmi beşə, *L* alternativinin­ki isə dördə bərabərdir. Ona görə də *L* alternativi üstün olur. Sonra səsvermə *B* fərdi iştirak etmədən aparılır və *M* və *K* alternativləri müqayisə edilir. *M* alternativinin ranqlarının cəmi dördə, *K* alternativininki isə üçə bərabərdir. Ona görə də *K* alternativi üstün olur. Hər iki natamam səsvermənin nəticələrini birləşdirməklə üstünlüklərinin azalması dərəcəsinə görə alternativlərin aşağıdakı ardıcıllıqla yerləşməsini alırıq: *L, K, M*. Nəticədə *L* altennativi seçilir.

Beləliklə, nəzərdən keçirilən iki ssenaridən birini seçməklə, səsvermənin təşkilatçısı onun yekunları üzərində əməliyyat apara bilər, başqa sözlə, ictimai seçimə təkbaşına təsir göstərə bilər.

*Alternativlərin cüt-cüt müqayisəsi zamanı Kondorse paradoksu.* Cədvəl 6.8-də alternativlərin cüt-cüt müqayisəsi nəticəsində alınmış Kondorse matrisi verilmişdir. Bu matrisin *k*12 elementinin tək bir qiyməti *K* alternativinin *L* alternativindən üstün olduğunu göstərir. *k*23 elementinin tək bir qiyməti *L* alternativinin *M* alternativindən üstün olduğunu göstərir. *k*31 elementinin tək bir qiyməti *M* alternativinin *K* alternativindən üstün olduğunu göstərir. Buradan belə bir absurd nəticəyə gəlirik ki, *A* alternativi eyni zamanda həm daha çox üstün, həm də daha az üstün alternativdir. Burada biz hər hansı bir alternativin hər hansı digər alternativdən üstün olduğu halın subut oluna biləcəyi *dövri səsvermə* ilə üzləşirik.

*Cədvəl 5*

**Alternativlərin cüt-cüt müqayisəsi zamanı Kondorse paradoksu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Alternativlər** | **Alternativlər** | | | **Cəmi** |
| ***K*** | ***L*** | ***M*** |
| *K*  *L*  *M* | 0  0  1 | 1  0  0 | 1  1  0 | 2  1  1 |

Kondorse matrisinin daxili ziddiyyəti yoxdur, başqa sözlə, əgər iki şərt yerinə yetirilirsə, o, yeganə üsulla alternativləri üstünlüklərinin azalmasına görə yerləşdirməyə imkan verir:

1. Diaqonal elementlər istisna olmaqla, elementləri vahidə bərabər olan sətrin uyğun gəldiyi alternativ və bütün elementləri sıfra bərabər olan sütunun uyğun gəldiyi alternativ vardır. Həmin alternativ daha üstündür.
2. Əgər göstərilən sətir və sütun ləğv edilərsə, o zaman yenidən alınan kiçik ölçülü matris yuxarıda göstərilən əvvəlki şərti ödəyir və s.

*Səslərin çoxsəviyyəli verilməsi (ötürülməsi) paradoksu.* Səslərin dörd səviyyədə verilməsinin mövcud olduğu halı nəzərdən keçirək. Aşağı səviyyədə hər bir *binanın* sakinləri *şəhər məclisinə* öz nümayəndəsini seçir. Şəhər məclisinin üzvləri parla­mentə öz nümayəndəsini seçirlər.

Evdə

Şəhər yığın­caqları

Şəhər 1

Şəhər 2

Şəhər 2

Parlament

Prezident

**Şəkil 2**. Səslərin çoxsəviyyəli verilməsi paradoksu

Tutaq ki, hər bir sakin iki siyasi partiyadan birini dəstəkləyir və həmin partiyanın nümayəndəsinə səs verir. Şəkildə dəstəklədiyi partiyaya uyğun olaraq rənglənmiş hər bir fərd dairə kimi təsvir edilmişdir.

Şəkildən göründüyü kimi, sakinlər içərisində «ağ» partiyanın tərəfdarları üstünlük təşkil edir və onların sayı 27-dən 19-a yaxud 70%-ə bərabərdir. Bununla yanaşı, səslərin çoxsəviyyəli verilməsi proseduru bu halda sakinlərin əksəriyyətinin dəstəyini qazanmayan «qara» partiyanın nümayəndəsinə prezident vəzifəsini təmin edir. Qeyd edək ki, nümayəndələr seçilən zaman sadə (hətta konstitusiya) çoxluq prinsipindən istifadə edilmişdir. Beləliklə, seçki sahələri və dairələrinin formalaş­dırılması üsulunun seçilməsi ictimai seçimin son nəticələrinə təsir göstərə bilər.

**2.2. Asimmetrik informasiyada istehsal**−**istehlak funksiyasının**

**tətbiq xüsusiyyətləri**

Fərdin sutka ərzində ali fəaliyyət göstərdiyi saatların miqdarı ilə ifadə olunan kreativ rifahı onun həm yaradıcılıq fəaliyyətinin (istehsalının) nəticəsi, həm də yaradıcı istehlakının nəticəsi kimi çıxış edir. Buna görə də ali fəaliyyət vaxtını həm istehsal, həm də istehlak məhsulu kimi, ali fəaliyyət prosesinin özünü isə vahid *istehsal*−*istehlak* prosesi kimi nəzərdən keçirmək olar. Biz fərdin müəyyən dövr ərzində ali fəaliyyəti müddətini istehsal−istehlak *məhsulu* adlandırırıq.

Fərdin istehsal−istehlak funksiyası istehsal−istehlak məhsulunun onun pul gəlirindən asılılığıdır. Ənənəvi istehsal nəzəriyyəsində bu funksiyanın analoqu istehsal funksiyasıdır − məhsul buraxılışının sərf edilmiş əməyin həcmindən asılılığıdır. İstehlakçı nəzəriyyəsində onun analoqu faydalılıq funksiyasıdır − faydalılığın kəmiyyətinin istehlak olunmuş nemətin həcmindən asılılığıdır. Beləliklə, istehsal−istehlak nəzəriyyəsində fərdin *gəliri* faydalı fəaliyyət resursu rolunu oynayır. Bu rol istehsal nəzəriyyəsində *əməyin* roluna və istehlak nəzəriyyəsində *nemətin* roluna bənzəyir. Cədvəldə informasiya mikroiqtisadiyyatında və ənənəvi mikroiqtisa­diyyatda məqsəd funksiyalarının əsas xarakteristikaları göstərilmişdir.

## Cədvəl 6. İstehsal−istehlakın informasiya nəzəriyyəsində, ənənəvi istehsal və istehlak nəzəriyyələrində məqsəd funksiyaları

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Xarakteristika** | **İnformasiya mikroiqtisadiyyatı** | **Ənənəvi mikroiqtisadiyyat** | |
| **istehsal**−**istehlak nəzəriyyəsi** | **istehsal nəzəriyyəsi** | **istehlak nəzəriyyəsi** |
| 1 | Nəticə | Rifah | Məhsul | Faydalılıq |
| 2 | Nəticənin ölçü vahidi | Zaman | Ədəd | Yutil |
| 3 | Məqsəd funksiyası | İstehsal−istehlak funksiyası | İstehsal funksiyası | Faydalılıq funksiyası |
| 4 | Məqsəd funksiyasının məhdudluğu | Məhduddur | Məhdud deyil | Məhdud deyil |
| 5 | Resurs | Gəlir | Əmək | Nemət |

İstehsal−istehlak funksiyasının əsas xassələrini nəzərdən keçirək.

*Artma.* Gəliri artdıqca fərd işdə və ev təsərrüfatında ibtidai fəaliyyət müddətini, sadə əmək vaxtını, növbələrdə və nəqliyyatda vaxt sərfini, xəstəlik dövrünü azaltmaq üçün əlavə imkanlar əldə edir. Bundan başqa, fərdin ali fəaliyyətlə məş­ğul olmaq − teatrlara və konsertlərə getmək, kitablar və videofilmlər almaq, səyahət etmək imkanları artır. İstehsal−istehlak funksiyasının artması yeknəsəq xarakter daşıyır.

*Məhdudluq.* Hər bir insanın həyat fəaliyyəti vaxtının resursu sutkanın astronomik uzunluğu ilə məhdudlaşdığına görə istehsal−istehlak funksiyası 24 saatdan artıq ola bilməz. Bununla birlikdə, həmin funksiya müxtəlif fərdlər üçün müxtəlifdir. *Fərdin yaradıcılıq hüdudu* gəlirinin qeyri-məhdud olduğu şəraitdə onun sutka ərzində ali fəaliyyətinin maksimum mümkün olan uzunluğudur. Bu göstərici fərdin yaradıcılıq qabiliyyətinin inkişaf səviyyəsini və ya onun kreativ kapitalının kəmiyyətini səciyyələndirir. Beləliklə, fərdin istehsal−istehlak funksiyası yuxarıdan onun yaradıcılıq hüdudu ilə məhdudlaşır və gəliri qeyri-məhdud artdıqda istehsal−istehlak məhsulu da həmin son qiymətə yaxınlaşır.

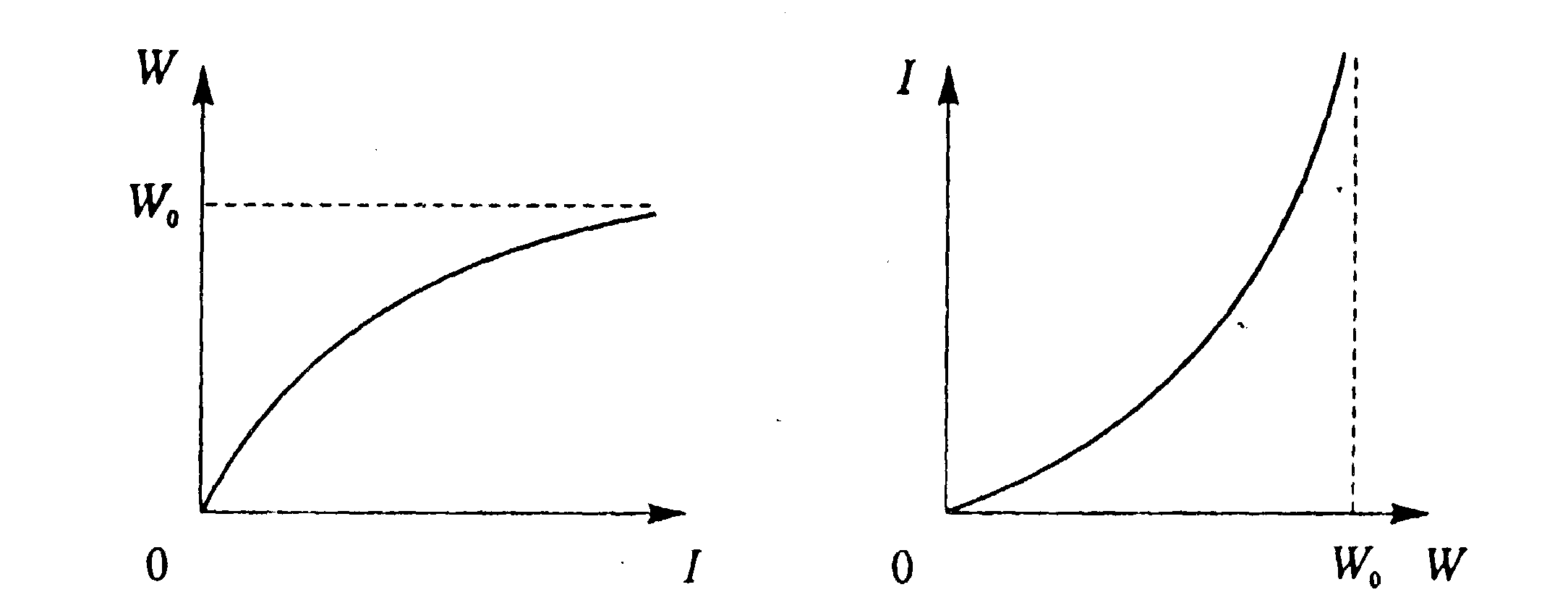
*Son məhsulun azalması.* Gəlir artdıqca fərdin gəlirin əlavə manatdan öz ali fəaliyyətinin müddətini artırmaq üçün istifadə etməsi çətinləşir ki, bu da onun yaradıcılıq potensialının məhdudluğu ilə şərtlənmişdir. Başqa sözlə, gəlir artdıqca gəlirin son məhsulu azalır. Gəlirin son məhsulu istehsal−istehlak funksiyasının törəməsidir və aşağıdakı düsturla hesablanır:

|  |  |
| --- | --- |
| *MW =* | *∆W* |
| *∆I* |

burada *∆W* – fərdin gəlirinin *∆I* qədər artması nəticəsində onun kreativ rifahının artımıdır.

*Sıfır gəlirin sıfır nəticəsi.* Gəlir sıfır olduqda insanın bütün səyləri həyat fəaliyyəti üçün ən bəsit şəraitin saxlanmasına yönəlir və onun yaradıcılıq fəaliyyəti üçün vaxtı, demək olar, qalmır. Ona görə ehtimal olunur ki, istehsal−istehlak funksiyası sıfır arqumentində sıfır qiyməti alır.

Müəyyən fərdin istehsal−istehlak əyrisi 2 *a* şəklində göstərilmişdir.



*a)*

*b)*

*a)*

**Şəkil 3.** Yaradıcı fərdin istehsal−istehlak modeli:

*a*) istehsal−istehlak əyrisi; *b*) istehsal−istehlak məsrəfləri əyrisi

Gəlir – *I* ilə, kreativ rifah (istehsal−istehlak məhsulu) – *W* ilə, yaradıcılıq hüdudu – *W*0 ilə işarə olunmuşdur. *İstehsal*−*istehlak məsrəfləri* funksiyası kreativ rifahın təmin olunması üçün sərf edilməli olan gəlirin kreativ rifahın həmin kəmiyyətindən asılılığını ifadə edir. Bu funksiya istehsal−istehlak funksiyasının tərsidir, ona görə də həmin funksiyaların qrafikləri birinci koordinat bucağının tənböləninə nisbətən simmetrikdir. İstehsal−istehlak məsrəfləri əyrisi şəkildə əks etdirilmişdir. *İstehsal*−*istehlakın son məsrəfləri*  kreativ rifahın bir vahid artması üçün zəruri olan gəlir artımıdır. Kreativ rifah artdıqca son məsrəflər də artır və kreativ rifah hüdud qiymətinə yönəldikdə o da sonsuzluğa yönəlir. Bu o deməkdir ki, fərdin yaradıcılıq potensialı tükənmişdirsə, heç bir əlavə gəlir onun rifahının artımını təmin edə bilməz.

İstehsal−istehlak funksiyasına tərif verilərkən ehtimal olunurdu ki, gəlir əldə olunması fərddən hər hansı vaxt sərfi tələb etmir. Lakin praktikada belə vəziyyətə az-az rast gəlinir. Biz burada ehtimal edək ki, gəlir əldə etmək üçün fərd öz vaxtını yaradıcı əmək deyil, sadə əmək formasında sərf etməyə məcburdur.

*Gəlirin qiyməti* hər bir fərdin bir manat gəlirini təmin edən sadə əməyin müddətidir. Gəlirin qiyməti sadə əməyin ödənilməsi dərəcəsinin tərsi olan kəmiyyətdir. Buna görə də o, pul vahidinə bölünmüş zaman vahidləri ilə ölçülür. Gəlirin dəyəri − *C* gəlirin qiyməti − *q* ilə onun kəmiyyətinin − *I-*nin hasilinə bərabərdir:

### C = q *x* I.

Bu göstərici zaman vahidləri ilə ölçülür.

Nəzərdən keçirdiyimiz və gəlirin mənbəyinin sadə əmək olduğu halda fərdin kreativ rifahı − *Wn* istehsal−istehlak funksiyasının qiyməti − *W* ilə gəlirin dəyəri arasında fərqə bərabərdir:

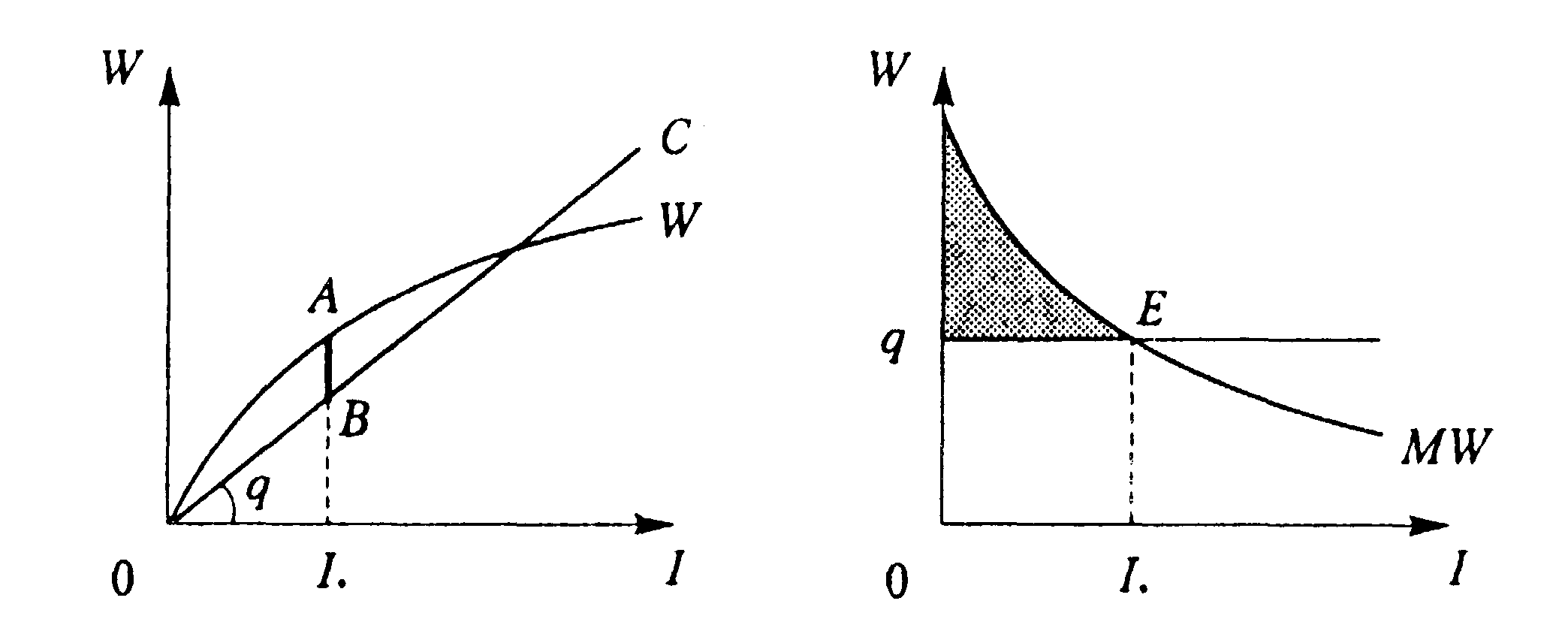
*Wn = W – C.*

*Yaradıcı fərdin tarazlığı* onun kreativ rifahının maksimum olduğu vəziyyətdir. Bu halda tarazlıq şərtini almaq üçün funksiyasının törəməsini sıfıra bərabər edirik və aşağıda göstəriləni alırıq:

*MW = q,*

burada *MW* – gəlirin son məhsuludur. Beləliklə, fərd sadə əməyin elə müddətini seçməlidir ki, gəlirin son məhsulu gəlirin qiymətinə bərabər olsun.

Şəkildə gəlirin dəyər funksiyası *C* şüası ilə təsvir edilmiş, onun absis oxuna əyilmə bucağının tangensi gəlirin qiymətinə bərabərdir. Kreativ rifahın maksimal kəmiyyəti *AB* kəsik xəttinin uzunluğu ilə ifadə olunur, tarazlı gəlir *I* ilə işarə edilir. Şəkildə *E* tarazlıq nöqtəsi gəlirin son məhsulunun azalan əyrisi ilə gəlirin qiymətinə uyğun üfüqi xəttin kəsişməsindən yaranır. Kreativ rifahın maksimal kəmiyyəti ştrixlənmiş əyrixətli üçbucağın sahəsi ilə ifadə olunur.



*а*)

*б*)

**Şəkil 4.** Yaradıcı işçinin tarazlığı

Yaradıcı işçinin tarazlıq şərti formasına və iqtisadi məzmununa görə ənənəvi iqtisadiyyatda istehsalçının və istehlakçının tarazlıq şərtləri ilə oxşardır. Birinci halda o, əməyin son məhsulu ilə əmək haqqı dərəcəsi arasında bərabərliklə, ikinci halda isə son faydalılıq ilə istehlak edilən nemətin qiyməti arasında bərabərliklə ifadə edilir. Cədvəldə informasiya mikroiqtisadiyyatında və ənənəvi mikroiqtisadiyyatda iqtisadi subyektin tarazlığının əsas xarakteristikaları göstərilmişdir.

#### Cədvəl 7. İstehsal−istehlakın informasiya nəzəriyyəsində, ənənəvi istehsal və istehlak nəzəriyyələrində tarazlıq

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Xarakteristika** | **İnformasiya mikroiqtisadiyyatı** | **Ənənəvi mikroiqtisadiyyat** | |
| **istehsal−istehlak nəzəriyyəsi** | **istehsal nəzəriyyəsi** | **istehlak nəzəriyyəsi** |
| 1 | Məqsəd göstəricisi | Kreativ rifah | Mənfəət | İstehlak artıqlığı |
| 2 | Verilmiş qiymət | Gəlirin qiyməti | Əməyin qiyməti | Nemətin qiyməti |
| 3 | Tarazlıq şərti | *MW = q* | *MP = w* | *MU = p* |

**Misal.** Fərdin istehsal−istehlak funksiyası 2−1/(*I*+0,5) düsturu ilə verilmişdir; burada kreativ rifah saat/sutka ilə, gəlir isə tuqrik/sutka ilə ölçülür. Gəlirin qiyməti 0,2 saat/tuqrikə bərabərdir. Fərdin tarazlıq parametrlərini müəyyənləşdirək.

Tarazlıq şərtinə əsasən istehsal−istehlak funksiyasının törəməsini gəlirin qiymətinə bərabərləşdirib aşağıda göstəriləni alırıq:

(*I* + 0,5)-2 = 0,2, buradan *I* = 1,74 (tuqrik/sutka).

İstehsal−istehlak funksiyasının tarazlı qiyməti aşağıdakına bərabərdir:

*W* = 2**−**1/(1,74+0,5) = 1,55 (saat/sutka).

Gəlirin tarazlı dəyəri və ya sadə əməyin sutkalıq tarazlı müddəti aşağıdakına bərabərdir:

*C* = 0,2 x 1,74 = 0,35 (saat/sutka).

Kreativ rifahın tarazlı qiyməti aşağıdakına bərabərdir:

*Wn*=1,55 **−** 0,35 = 1,2 (saat/sutka).

Sonda fərdin yaradıcılıq hüdudunun kəmiyyətini müəyyənləşdirək. Bunun üçün istehsal−istehlak düsturunda gəlirin qiymətini sonsuzluğa yönəldirik. Məlum olur ki, kreativ rifahın maksimum mümkün olan qiyməti 2 saat/sutkaya bərabərdir.

Firma haqqında ənənəvi nəzəriyyədə ehtimal olunur ki, sahibkarın yeganə məqsədi mənfəəti maksimallaşdırmaqdır. Sahibkarın motivlərinin bu cür təfsiri həddən artıq bəsitdir və daxilən ziddiyyətlidir. İş burasındadır ki, adətən, mənfəətin bir hissəsi investisiyalar şəklində istehsala qoyulur, digər hissəsi isə istehlak nemətlərinin əldə edilməsinə yönəldilir. Ona görə də sahibkarın davranışını modelləşdirərkən mənfəətin maksimallaşdırılması problemini nəzərdən keçirməklə kifayətlənmək olmaz, bu mənfəətin istehlak və yığım arasında optimal bölgüsü problemini də tədqiq etmək lazımdır. Sonuncu problem həm firmanın fəaliyyətinin motivasiya cəhətlərini, həm də sırf maliyyə-iqtisadi cəhətlərini əhatə edir. Həqiqətən, istehsalın genişləndirilməsinə yönəldilən mənfəət hissəsi öz iqtisadi mahiyyətinə görə mənfəətə deyil, istehsal məsrəflərinə aiddir. Beləliklə, sahibkarın ənənəvi olaraq mənfəətin maksimizatoru kimi təfsiri daxilən ziddiyyətlidir.

Burada sahibkar yaradıcı fərdlə bağlı xüsusi bir hal kimi nəzərdən keçirilir, onun məqsədi kreativ rifahı və ya istehsal−istehlakın məhsulunu maksimallaşdırmaqdır. Sahibkarın mənfəəti gəlirin spesifik növü olub istehlak və yığım arasında optimal bölüşdürülməlidir.

*İstehlak* − *C* − sahibkarın asudə vaxt sahəsində yaradıcılıq fəaliyyətinin təmin olunmasına yönəldilən mənfəət hissəsidir.

*Əmanətlər* − *S* − sahibkarın biznes sahəsində yaradıcılıq fəaliyyətinin təmin olunmasına yönəldilən mənfəət hissəsidir.

Ehtimal olunur ki, aşağıdakı nisbətin yerinə yetirildiyi halda sahibkarın mənfəətinin kəmiyyəti − *I* verilmişdir:

##### C + S = I.

*Sahibkarın büdcə xətti* koordinat oxlarına 45°-lik bucaq altında meyil edən və onları *uzunluğuna* görə *mənfəətin kəmiyyətinə*  bərabər kəsik xətlərə bölən düz xətt şəklində təsvir edilir.

Yaradıcı sahibkarın *istehsal*−*istehlak funksiyası* iki sərbəst dəyişənin funksiyasıdır:

*W(C; S).*

*İstehlakın son məhsulu* sahibkarın istehlakının 1 manat artdığı şəraitdə kreativ rifahının artımıdır:

|  |  |
| --- | --- |
| *MWC =* | *∆W* |
| *∆C* |

*Yığımın son məhsulu* − *MWS* sahibkarın yığımının 1 manat artdığı şəraitdə kreativ rifahının artımıdır:

|  |  |
| --- | --- |
| *MWS =* | *∆W* |
| *∆S* |

Ehtimal edilir ki, istehlakın və yığımın həcmləri artdıqca müvafiq olaraq istehlakın son məhsulunun və yığımın son məhsulunun qiymətləri azalır.

Yaradıcı sahibkarın *tarazlığı*  mənfəətin verilən kəmiyyəti şəraitində onun maksimum rifah səviyyəsinə çatdığı vəziyyətdir. Tarazlıq haqqında məsələ dəyişənlərinin məhdudlaşdırıldığı şəraitdə istehsal−istehlak funksiyasının maksimallaşmasına gətirib çıxarır. Şərti ekstremuma dair bu məsələni Laqranj metodu ilə həll edib sahibkarın tarazlıq şərtini əldə edirik:

*MWC = MWS* .

Beləliklə, tarazlıq vəziyyətində istehlaka yönəldilən 1 manat yığıma yönəldilən 1 manat ilə eyni miqdarda fərdi rifahın artımına səbəb olur. Tarazlıq şərtindən aşağıdakı iki nəticə də çıxır:

* istehlakın yığımla əvəzlənməsinin son norması (*MRS*) vahidə bərabərdir;
* sahibkarın istehsal−istehlak funksiyasının müəyyən etinasızlıq əyrisi büdcə xəttinə toxunur.

Mənfəət artdıqda sahibkarın tarazlığının dəyişməsini tədqiq edək. Bunun üçün iki tərifdən istifadə edək:

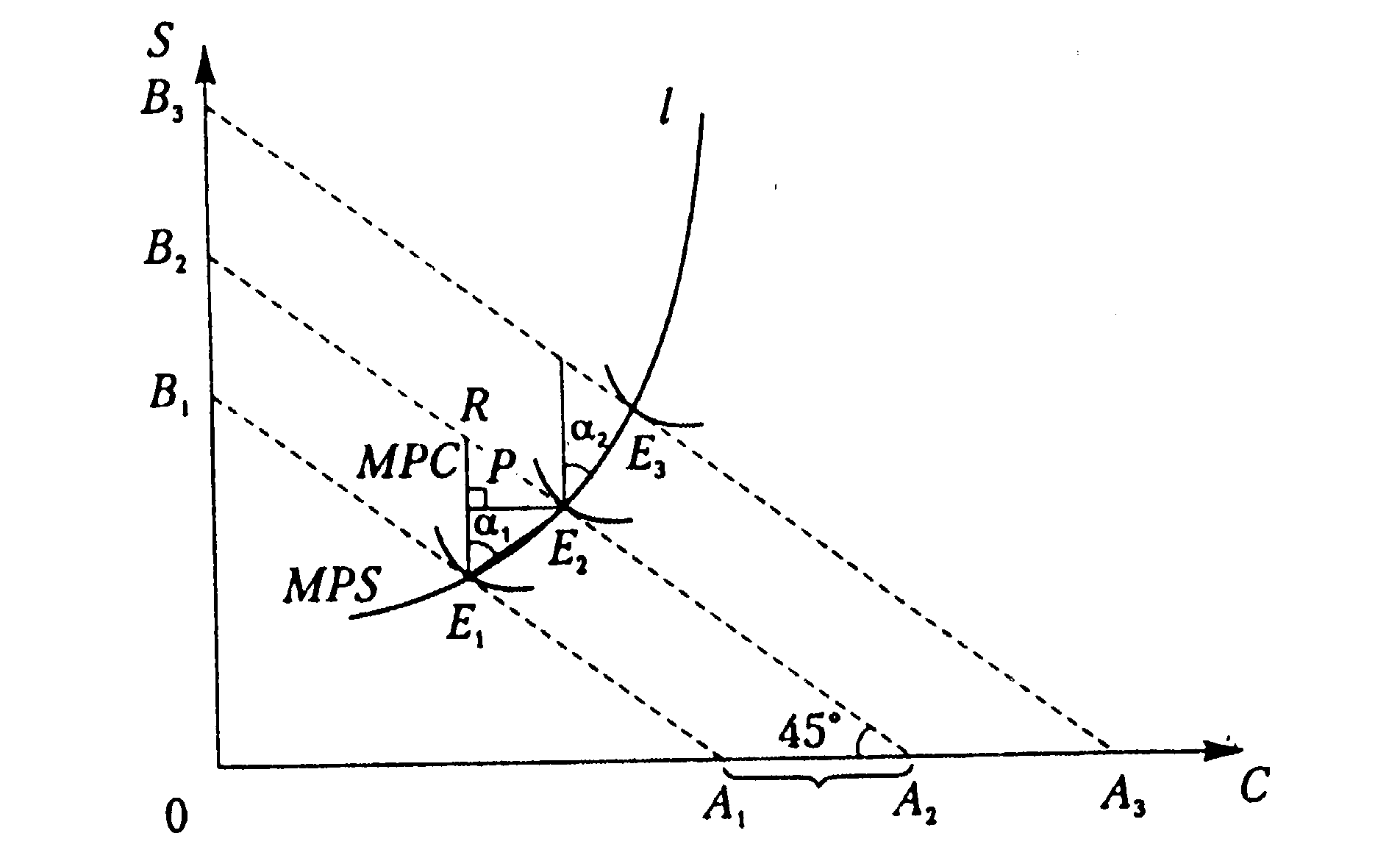
*İstehlaka meyilin son həddi (MPC)* mənfəətin 1 manat artdığı şəraitdə sahibkarın istehlakının tarazlı həcminin artımıdır. Bu göstərici vahiddən böyük deyildir.

*Yığıma meyilin son həddi (MPS)* mənfəətin 1 manat artdığı şəraitdə sahibkarın yığımının tarazlı həcminin artımıdır. Bu göstərici vahiddən böyük deyildir.

Ehtimal edilir ki, mənfəət artdıqca istehlaka meyilin son həddi azalır, yığıma meyilin son həddi isə artır. Başqa sözlə, mənfəət artdıqca asudə vaxt sahəsində yaradıcılıq fəaliyyəti üçün imkanlar biznes sahəsi ilə müqayisədə daha yüksək sürətlə tükənir. Buna görə də sahibkarlıq fəaliyyəti sahibkar üçün onun şəxsiyyətinin inkişafı baxımından ənənəvi nemətlərin işdənkənar vaxtlarda istehlakına nisbətən getdikcə daha böyük əhəmiyyət kəsb etməyə başlayır.

Şəkildə büdcə xəttinin başlanğıc vəziyyəti *A*1*B*1 kəsik xətti ilə üst-üstə düşür. Tarazlığın başlanğıc nöqtəsi *E*1 ilə işarə olunmuşdur. Fərz edək ki, mənfəətin 1 manat artması nəticəsində büdcə xətti *A*2*B*2 vəziyyətinə, tarazlıq isə *E*2 nöqtəsinə keçmişdir. Qeyd edək ki, *B*1*B*2 kəsik xəttinin uzunluğu mənfəətin artımına, bizim halda isə vahidə bərabərdir.

Köhnə və yeni büdcə xətlərini birləşdirən şaquli *E*1*R* kəsik xəttini çəkək. Bu kəsik xəttin uzunluğu vahidə bərabərdir. *E*2 nöqtəsindən onun üzərinə perpendikulyar endirsək, *P* nöqtəsini alarıq. *E*1*P* kəsik xəttinin uzunluğu yığımın həcminin artımına və ya yığıma meyilin son həddinə bərabərdir. *PR* kəsik xəttinin uzunluğu istehlaka meyilin son həddinə bərabərdir. *α*1 bucağının tangensi istehlaka meyilin son həddi ilə yığıma meyilin son həddi arasında nisbətə bərabərdir.



##### Şəkil 5. Mənfəət artdıqca sahibkarın tarazlığının dəyişməsi

İndi fərz edək ki, mənfəət daha bir vahid artmış və nəticədə büdcə xətti *A*3*B*3 vəziyyətinə, tarazlıq isə *E*3 nöqtəsinə keçmişdir. Mənfəət artdıqca istehlaka meyilin son həddinin azalması barədə ehtimalımıza uyğun olaraq, *α*2 bucağı *α*1 bucağından kiçik olacaqdır. Buradan belə nəticə çıxır ki, tarazlıq nöqtələrindən tərtib olunmuş *mənfəətin optimal bölgüsünün əyrisi* **−** (*l*) mənfəət artdıqca absis oxuna əyilmə bucağının artması ilə xarakterizə olunur.

Sahibkarın tarazlığının daha mürəkkəb halını nəzərdən keçirək. Tutaq ki, istehlakdan *t* dərəcəsi üzrə gəlir vergisi tutulur, yığımın həcmindən isə vergi tutulmur.

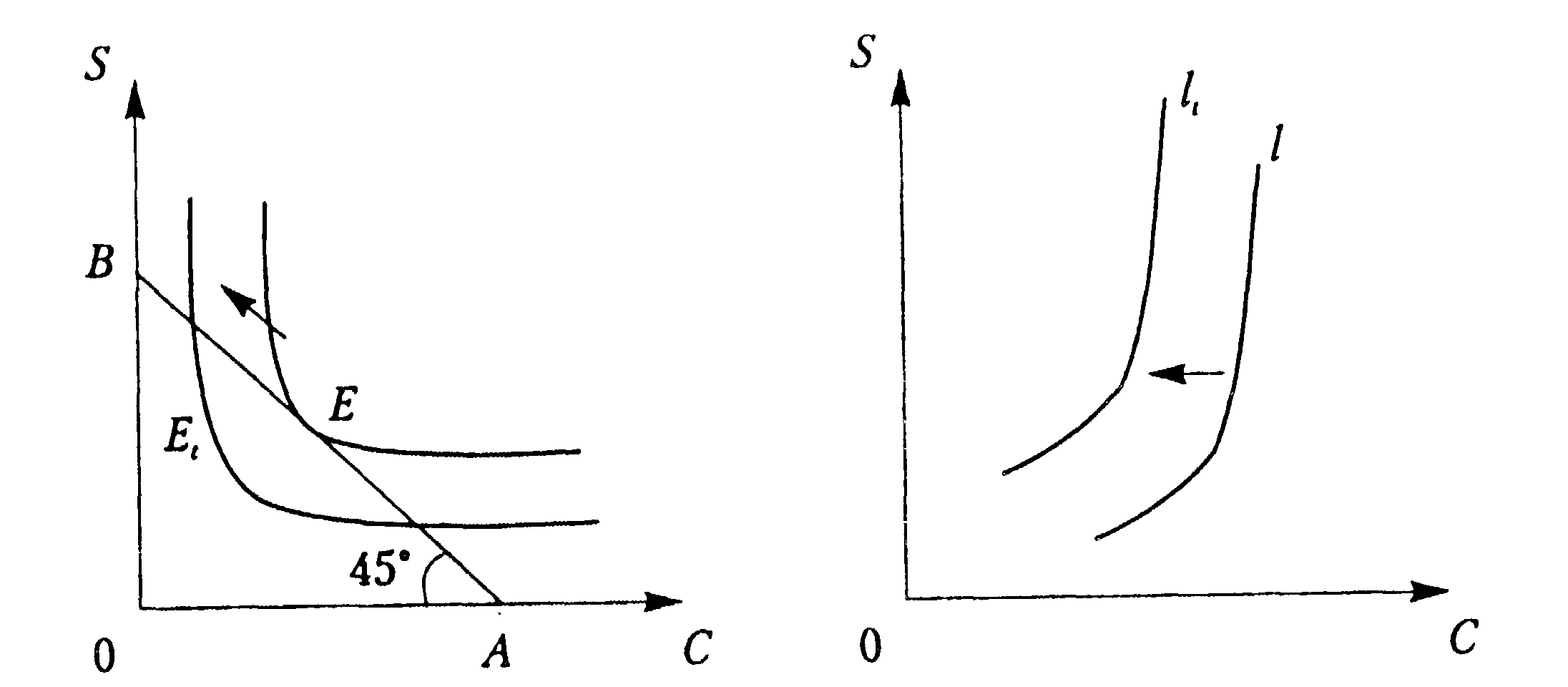
Bu halda gəlir vergisi çıxılanadək istehlakın kəmiyyəti istehlak edilən nemətin həcmi kimi nəzərdən keçirilə bilməz, çünki bu məbləğin bir hissəsindən sahibkar həqiqətən istifadə edir. Ona görə də sahibkarın faydalılıq funksiyasının arqumentləri istehlakın xalis həcmi **−** (1−*t*)*C* və əmanətlərin həcmi − *S* olacaqdır.

Sahibkarın büdcə məhdudiyyəti əvvəlki (4.3) şəklində qalır. Gəlir vergisi tutulduğu halda *tarazlıq şərtini* Laqranj metodu ilə əldə edirik. Həmin şərt aşağıdakı tənliklə ifadə olunur:

*MRC* = 1/(1−*t*).

Bu tənlikdən belə çıxır ki, sahibkarın tarazlıq nöqtəsində istehlakın yığımla əvəzlənməsinin son norması vahiddən böyükdür, yəni faydalılıq funksiyasının müəyyən etinasızlıq əyrisinin büdcə xəttini 45-dən çox olan və 1/(1−*t*) tangensinə malik olan bucaq altında kəsdiyi (toxunduğu deyil!) nöqtədə tarazlıq əldə edilir.

Şəklində sahibkarın gəlir vergisi tətbiq edilənədək tarazlıq nöqtəsi *E* ilə (toxunma halı), *t* dərəcəsi üzrə gəlir vergisi tətbiq edildikdən sonrakı tarazlıq nöqtəsi isə *E*1 ilə (kəsişmə halı) işarə olunmuşdur. Şəkildən göründüyü kimi, gəlir vergisinin dərəcəsi artdıqca istehlakın tarazlı həcmi azalır, yığımın tarazlı həcmi isə artır.



*a)*

*b)*

**Şəkil 6.** Gəlir vergisi tətbiq edildikdə sahibkarın tarazlığının dəyişməsi:

*a*) tarazlıq nöqtəsinin yerdəyişməsi; *b*) mənfəətin optimal bölgüsü əyrisinin yerdəyişməsi

İstehlaka meyilin və yığıma meyilin son göstəricilərinə gəldikdə isə, gəlir vergisi dərəcəsi artdıqca, onlar faydalılıq funksiyasının növündən asılı olaraq həm arta, həm də azala bilər. Bununla birlikdə, mənfəət artdıqca istehlaka son meyil gəlir vergisinin tutulmadığı tarazlıq halında olduğu kimi azalır.

Şəkildən göründüyü kimi, gəlir vergisinin dərəcəsi artdıqca mənfəətin optimal bölgüsü əyrisi sola tərəf yerini dəyişir. Şəkildə gəlir vergisi tətbiq edildikdən sonra optimal artım əyrisi *lt* ilə işarə edilmişdir.

**Misal.** Sahibkarın istehsal−istehlak funksiyası aşağıdakı düsturla verilmişdir:

*W* = 2*C*0,5+4*S*0,5 ,

burada kreativ rifah saat/ay ilə ölçülür. Sahibkarın mənfəəti ayda 100 min manat təşkil edir. Tarazlığın parametrlərini müəyyənləşdirək. Tarazlıq şərtinə əsasən:

*C-*0,5 = 2*S-*0,5, buradan *S* = 4*C*.

Bu xətti funksiya mənfəətin optimal bölgüsü əyrisini müəyyənləşdirir, istehlakın və yığımın optimal həcmlərini mənfəətin kəmiyyəti vasitəsi ilə ifadə etməyə imkan verir. Məhdudiyyətə görə:

*C* = 0,2*I*; *S* = 0,8*I.*

Bu nisbətlərdən belə çıxır ki, istehlaka meyilin son həddi 0,2-yə, yığıma meyilin son həddi isə 0,8-ə bərabərdir. İstehlakın tarazlı həcmi 20, yığımın tarazlı həcmi isə 80-dir. Yuxarıda göstərilən nisbətləri istehsal−istehlak funksiyasına daxil edərək, maksimal kreativ rifahın mənfəət həcmindən asılılığını əldə edirik:

*W* = 4,47*I*0,5 .

Alınmış düsturda mənfəətin verilmiş kəmiyyətini yerinə qoyaraq fərdin 44,7 saat/aya bərabər olan kreativ rifahının tarazlı qiymətini əldə edirik.

**FƏSİL III. Asimmetrik informasiya modelinin qurulması xüsusiyyətləri və informasiya iqtisadiyyatının inkişaf perspektivləri**

**3.1. Asimmetrik informasiya modelinin optimal qurulması məsələləri**

İqtisadiyyatda istehsal olunan nemətlər maddi və informasiya nemətlərinə bölünür. Müvafiq olaraq iqtisadiyyatın sahələri də maddi və informasiya sahələrinə bölünür. Maddi sahələr iqtisadiyyatın maddi sektorunu, informasiya sahələri isə *informasiya sektorunu* təşkil edir. Maddi sektorda maddi predmetlərdən əlavə, həm də maddi obyektlərin bu və ya digər xüsusiyyətlərini dəyişdirmək mahiyyətinə malik olan xidmətlər də istehsal edilir. Məsələn, nəqliyyat xidmətləri yüklərin məkanda yerini dəyişdirir, ona görə də onlar da maddi sektora aid edilir.

İqtisadiyyatın informasiya sektorunda informasiya məhsulları istehsal olunur. İn­formasiya məhsulu yaradıcılıq fəaliyyəti prosesindən ayrılmaz olduğuna görə hesab etmək olar ki, informasiya sektorunun məhsulu *yaradıcı fərdlərin həyat fəa­liyyətinin məcmu vaxtıdır.* Mahiyyət etibarı ilə informasiya sektoru yaradıcı fərdlər «istehsal edir». Bu sektora ənənəvi sahələrin iki növü daxildir. Birincisi, yaradıcı fərdlərin formalaşdığı sahələr − təhsil, səhiyyə və s. İkincisi, fərdlərin yaradıcılıq qabiliyyətinin reallaşdığı sahələr − elm, mədəniyyət, incəsənət və s. Bunlardan başqa, informasiya sektoruna qeyri-ənənəvi bir sahə −  *yaradıcı asudə vaxt* sahəsi də daxildir. Bu sahədə də informasiya məhsulları yaradılır.

Yaradıcı fərdin həyat fəaliyyəti vaxtına onun məcburən ibtidai fəaliyyətlə məşğul olduğu dövrlər də daxildir. İş yerində və ev təsərrüfatında sadə əməyin müddəti, gözləmə müddəti və s. *vaxt itkisinə* aiddir. Həyat fəaliyyətinin məcmu vaxt itkiləri müvafiq olaraq maddi və informasiya sektorlarında vaxt itkilərinin cəmindən yaranır. İtkilərə aid olmayan həyat fəaliyyəti müddəti yaradıcı istehsaldan − informasiya məhsullarının istehlakından ibarətdir. Bu, *yaradıcılıq vaxtı* və ya *asudə vaxtdır*.

İnformasiya məhsulunun yaradılması prosesi çox mürəkkəbdir. Bu proses informasiya sektorunun müxtəlif sahələrinə aid olan mərhələlərə bölünə bilməz. Bu səbəbdən iqtisadiyyatın həmin sektoru formalaşmış modellər çərçivəsində hissələrə ayrıla bilməz. Maddi məhsulların yaradılması prosesi daha sadə­dir, ona görə də iqtisadiyyatın maddi sektoru nisbətən müstəqil sahələrin − sənayenin, tikintinin, nəqliyyatın və i.a. məcmusu kimi təqdim oluna bilər. Aşağıda iki model nəzərdən keçirilir. *İkisektorlu balans modelində* maddi sektor müəyyən ümumi məhsul istehsal edən bölünməz təsərrüfatçılıq obyekti kimi təqdim olunmuşdur. *Çoxsahəli balans modelində* həmin maddi sektor hər biri öz maddi məhsulunu istehsal edən sahələrin məcmusu kimi təqdim olunmuşdur.

**İkisektorlu balans modeli: qurulma**

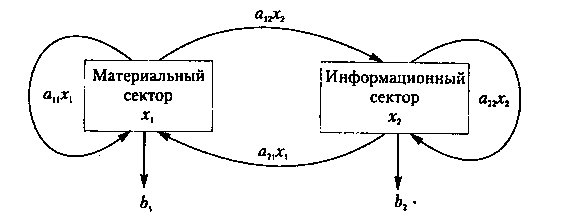
İki sektordan − maddi və informasiya sektorlarından ibarət olan iqtisadiyyat nəzərdən keçirilir. Maddi sektor ümumi məhsul və ya sadəcə, *məhsul* istehsal edir. İnformasiya sektoru yaradıcı fərdlərin həyat fəaliyyətinin məcmu vaxtını istehsal edir.

Modelin ehtimalları aşağıdakılardır:

* İstehsal olunan məhsulun həcmini maddi sektorun *ümumi buraxılışı* adlandıraq və onu *x*1 ilə işarə edək.
* Yaradıcı fərdlərin həyat fəaliyyətinin məcmu vaxtını informasiya sektorunun ümumi buraxılışı adlandıraq və onu *x*2 ilə işarə edək.
* İnformasiya sektorunda resurs kimi istifadə olunan məhsulun həcmi in­formasiya sektorunun ümumi buraxılışına mütənasibdir. Həyat fəaliyyəti vaxtının bir saatının istehsalına çəkilən məhsul məsrəflərini *a*12 ilə işarə edək. Bu göstərici informasiya sektorunda istehsalın *material tutumluğunu* xarakte­rizə edir. İnformasiya sektorunda ümumi məhsul məsrəfləri *a*12*x*2-yə bərabərdir.
* Məhsuldan maddi sektor daxilində resurs kimi istifadə olunur. Məsələn, elektrik enerjisi elektrik stansiyası üçün məhsuldur və eyni zamanda, sənaye istehsalı üçün resursdur. Maddi sektorda resurs kimi istifadə olunan məhsulun həcmi həmin sektorun ümumi buraxılışına mütənasibdir. Məhsul vahidinin istehsalına çəkilən məhsul məsrəflərini *a*11 ilə işarə edək. Bu göstərici maddi sektorda istehsalın *material tutumluğunu* xarakterizə edir və kəmiyyətcə vahiddən böyük olmur. Maddi sektorda ümumi məhsul məsrəfləri *a*11*x*1-ə bərabərdir.
* Məhsulun iqtisadiyyatın maddi və informasiya sektorlarında istifadədən sonra qalan həcmini maddi sektorun *xalis buraxılışı* adlandıraq və onu *b*1 ilə işarə edək. Bu göstərici ev təsərrüfatları tərəfindən məhsulun son istehlakının həcmi mənasını daşıyır və aşağıdakına bərabərdir:

*x*1 − *a*11*x*1 − *a*12*x*2 *= b*1.

* Fərdlərin həyat fəaliyyəti vaxtından maddi sektorda resurs kimi istifadə olunur və burada o, ibtidai fəaliyyət və ya­ fiziki əmək formasını alır. Maddi sektorda istifadə olunan fiziki əmək vaxtı bu sektorun ümumi buraxılışına mütənasibdir. Məhsul vahidinin istehsalına çəkilən əmək məsrəflərini *a*21 ilə işarə edək. Bu göstərici maddi sektorda istehsalın *əmək tutumluğunu* xarakterizə edir. Maddi sektorda həyat fəaliyyəti vaxtının ümumi məsrəfləri *a*21*x*1-ə bərabərdir.
* Həyat fəaliyyəti vaxtından informasiya sektoru daxilində fiziki əmək formasın­da resurs kimi istifadə olunur. İnformasiya sektorunda vaxt itkiləri bu sek­torun ümumi buraxılışına mütənasibdir. Həyat fəaliyyəti vaxtı vahidi­nin istehsalına çəkilən fiziki əmək məsrəflərini *a*22 ilə işarə edək. Bu göstərici in­formasiya sektorunda istehsalın əmək tutumluğunu xarakterizə edir və kəmiyyətcə vahid­dən böyük olmur. İnformasiya sektorunda ümumi vaxt itkiləri *a*22*x*2-yə bərabərdir.



Maddi

sektor

*x*1

İnformasiya sektoru

*x*2

*a*11*x*1

*a*22*x*2

*a*12*x*2

*a*12*x*2

*b*1

*b*2

**Şəkil 7.** İnformasiya sektorlu balans modeli

* Yaradıcı fərdlərin həyat fəaliyyəti vaxtını onun iqtisadiyyatın maddi və informasiya sektorlarındakı itkilərini çıxmaqla informasiya sek­torunun xalis buraxılışı adlandıraq və *b*2 ilə işarə edək. Bu göstərici yara­dıcılıq fəaliyyətinin məcmu müddətinə və ya yaradıcı fərdlər tərəfindən *zamanın son istehlakı* həcminə bərabər olub aşağıdakı düsturla hesablanır:

*x*2 *– a*21 *x*1 − *a*22 *x*2 *= b*2.

Yuxarıda alınmış nisbətləri birlikdə nəzərdən keçirərək, aşağıdakı *balans bərabərliyini* əldə edirik:

(*E* − *A*) *X* = *B,*

burada *E* − tək matrisdir; *A* − material tutumluğu və əmək tutumluğu göstəricilərindən ibarət olan *birbaşa məsrəflər matrisidir;* *X* − sahələrinin ümumi buraxılışlarının vektorudur; *B* − sahələrin xalis buraxılışlarının vektorudur. Əgər balans bərabərliyi yerinə yetirilirsə, iqtisadiyyatın durumu *balanslaşdırılmış* durum adlandırılır.

**İkisektorlu balans modeli: təhlil**

*A* birbaşa məsrəflər matrisinin və *B* xalis buraxılışlar vektorunun verildiyi vəziyyəti nəzərdən keçirək. İqtisadiyyatın balanslaşdırıldığı şəraitdə ümumi buraxılışların vektorunu müəyyənləşdirmək tələb olunur. Bu halda balans bərabərliyi *X* vektoruna nisbətdə *balans tənliyindən* ibarət olur.

Fərz edək ki, *E* − *A* matrisinin tərsi olan matris vardır. Onu *tam məsrəflər* matrisi adlandıraq və *C* ilə işarə edək. Soldan balans tənliyini bu matrisə vuraraq aşağıdakı tənliyin həllini alırıq:

*X = C × B.*

Beləliklə, iqtisadiyyatın balanslaşdırılmış durumunda ümumi buraxılışlar vek­toru tam məsrəflər matrisi ilə xalis buraxılışlar vektorunun bir-birinə vurulması yolu ilə yaranır.

Tam məsrəflər matrisinin iqtisadi mahiyyətini tədqiq edək. Bundan ötrü yuxarıda aldığımız balans tənliyinin matris həllini iki bərabərlik sistemi şəklində təsəvvür edək:

*x*1 *= C*11*b*1 *+ C*12*b*2 ;

*x*2 *= C*21*b*1 *+ C*22*b*2 .

Bu tənliklər məhsulların son istehlakı həcmlərinin verilmiş dəyişiklikləri şəraitində ümumi buraxılışlarda zəruri olan dəyişiklikləri müəyyənləşdirməyə imkan yaradır. Burada maddi sektorun məhsulunun son istehlakı həcmi bu məhsula olan *bazar tələbatının* həcmi kimi, informasiya sektorunun son istehlakı həcmi isə yaradıcılığa olan *sosial tələbat* kimi nəzərdən keçirilir ki, bu tələbat da ictimai tərəqqinin tələbləri ilə şərtlənir.

Bir sektorun xalis buraxılışının birdəfəlik dəyişikliyə məruz qaldığı, digər sektorun buraxılışının isə dəyişməz qaldığı iki ayrı halı nəzərdən keçirək. Bu zaman yuxarıda verilmiş bərabərliklər sistemindən aşağıdakı nisbət əldə edilir:

,

burada Δ*xi* − *i* sektorunun məhsuluna tələbin dəyişməz qaldığı halda *j* sektorunun məhsuluna tələbin bir vahid artması nəticəsində *i* sektorunun ümumi buraxılışının artımıdır.

*Birinci hal. Maddi sektorun*  məhsulunun son istehlakı həcmi artmışdır, yaradıcılığın son istehlakı həcmi isə dəyişməz qalmışdır. Düsturdan məlum olur ki, tam məsrəflər matrisinin *C*11 elementi maddi sektorun məhsuluna olan tələbin bir va­hid artması halında bu məhsulun ümumi buraxılışının nə qədər artırılmalı olduğunu göstərir. Bu elementin vahiddən böyük olduğunu əsaslandı­raq. Birincisi, o, vahiddən kiçik ola bilməz, çünki istehlakçıları məhsulun əlavə vahidi ilə təmin etmək üçün onun istehsal olunması gərəkdir. Fərz edək ki, tədqiq etdiyimiz element vahidə bərabərdir, yəni maddi sektor istehlakçıların əlavə olaraq tələb etdik­ləri miqdarda əlavə məhsul istehsal etmişdir. Lakin əlavə istehsal edilmiş vahi­din müəyyən hissəsindən maddi sektorda resurs kimi istifadə olunacaqdır. Bundan başqa, maddi sektorda ümumi buraxılışın artması bu sektorda əmək məsrəflərinin də artmasına səbəb olacaqdır. Bu isə informasiya sektorunun re­sursu kimi maddi məhsulun əlavə məsrəflərini tələb edəcəkdir. Deməli, istehsal edilən məhsul vahidi bütünlüklə istehlakçıların sərəncamına ve­rilməyəcəkdir. Beləliklə, istehlakçıları məhsulun hansısa əlavə həcmi ilə təmin etmək üçün bu məhsulun daha böyük həcminin istehsal olunması zəruridir.

Daha sonra, düsturundan belə çıxır ki, tam məsrəflər matrisinin *C*21 elementi məhsula olan ba­zar tələbinin bir vahid artması halında həyat fəaliyyətinin məcmu vaxtının nə qədər artırılmalı olduğunu göstərir. Həyat fəaliyyəti vaxtının artımı material tutumluğu və əmək tutumluğu effektləri ilə şərtləndiyinə görə burada söhbət yaradıcılıq vaxtının deyil, yalnız fiziki əmək vaxtının artırılmasından gedir.

*İkinci hal.* *Yaradıcılığın* məcmu vaxtının həcmi artmış, maddi sektorun məh­sulunun son istehlakı həcmi isə dəyişməz qalmışdır. Düsturdan məlum olur ki, tam məsrəflər matrisinin *C*22 elementi yaradıcılığa olan sosial tələbin bir vahid artması halında həyat fəaliyyətinin məcmu vaxtının nə qədər artırılmalı olduğu­nu göstərir. Bu halda həyat fəaliyyəti vaxtının artımı fiziki əməyin artımı ilə yaradıcılığın artımının cəmindən yaranır və buna görə də həmin element vahiddən bö­yükdür. Fiziki əməyin artımı onunla şərtlənir ki, həyat fəaliyyəti vaxtının art­ması məhsulun əlavə buraxılışını tələb edir, bu isə fiziki əməyin əlavə məsrəflərini tələb edir. Maddi sektordan fərqli olaraq, informasiya sektorunun ümumi buraxılışı qısamüddətli dövrdə artırıla bilməz, çünki həyat fəaliyyətinin məc­mu vaxtının artırılmasının əsas vasitəsi əhalinin sayının artırılmasıdır. Digər vasitə əvvəllər fiziki əməklə və ya yaradıcılıqla *məşğul olmayan* fərdlərin bu sahələrə cəlb edilməsidir.

Daha sonra, düsturdan məlum olur ki, tam məsrəflər matrisinin *C*12 elementi yaradıcılığa olan sosial tələbin bir vahid artması halında maddi sektorun məhsulunun ümumi buraxılışının nə qədər artırılmalı olduğunu göstərir.

İnformasiya sektorunun xalis buraxılışı *ümumi kreativ rifahdır,* yəni ictimai istehsalın məqsəd göstəricisidir. İqtisadiyyatda sərf olunan fiziki əməyin həcmi ictimai istehsalın *sosial məsrəfləridir.* Bu məsrəfləri *SC* ilə işarə edək. Sosial məsrəflərin kreativ rifahın kəmiyyətindən asılılığı sosial məsrəflər funksiyasıdır. Balans tənliyinin həllindən məlum olur ki, sosial məsrəflər aşağıdakı düsturla ifadə olunur:

*SC* = *C*21*b*1 *+ (C*22−1*) × b*2.

Bu düsturdan iki nəticə çıxır:

1. *sabit sosial məsrəflər* maddi sektorun dəyişməz hesab edilən xalis buraxılışına mütənasıbdir;
2. sosial məsrəflər funksiyası xəttidir, *son sosial məsrəflər* sabitdir və *C*22 − 1-ə bərabərdir. Bu göstərici yaradıcılıq fəaliyyətinin məcmu vaxtının bir vahid artması nəticəsində fiziki əmək məsrəflərinin artımına bərabərdir.

**İkisektorlu balans modeli: ədədli misal**

İki sektordan − maddi və informasiya sektorlarından ibarət iqtisadiyyat nəzərdən keçirilir. Tam məsrəflər matrisi və sektorların xalis buraxılış həcmləri 5.1-ci cədvəldə verilmişdir.

Cədvəl 8. İkisektorlu balans modeli: ədədli misal

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sektor** | **Birbaşa məsrəflər matrisi** − **A** | | **Xalis buraxılış** − **B** |
| Maddi | 0,3 | 0,6 | 5 |
| İnformasiya | 0,1 | 0,2 | 10 |

*E* − *A* matrisini yazaq və onun təyinedicisini tapaq:

*d* = 0,7 × 0,8 − (− 0,1) × (− 0,6) = 0,5.

Matrisin çevrilməsi düsturlarından istifadə edərək tam məsrəflər matrisinin elementlərini hesablayaq:

*C*11 = (1 − *a*22)/*d* = (1 − 0,2)/0,5 = 1,6;

*C*12 = *a*12/*d* = 0,6/0,5 = 1,2;

*C*21 = *a*21/*d* = 0,1/0,5 = 0,2;

*C*22 = (1 − *a*11)/*d* = 0,7/0,5 = 1,4.

Tam məsrəflər matrisini xalis buraxılışlar vektoruna vurmaqla ümumi buraxılışlar vektorunu alırıq: maddi sektorda ümumi buraxılış 20-yə, informasiya sektorunda ümumi buraxılış isə 15-ə bərabərdir.

İqtisadiyyatda fiziki əmək məsrəfləri 15 − 10 = 5-dir. Maddi sektorda fiziki əməyin 0,1 × 20 = 2 vahidi, informasiya sektorunda isə 3 vahidi sərf edilir.

Sabit sosial məsrəflər 0,2 × 5 = 1-dir, son sosial məsrəflər isə 1,4 − 1 = 0,4-dür. Maddi sektorun ümumi buraxılışının dəyişməz olduğu şəraitdə sosial məsrəflər funksiyası aşağıdakı kimi yazılır:

*SC* = 1 + 0,4*b*2 *,*

burada *b*2 − kreativ rifahın kəmiyyətidir.

**Çoxsahəli balans modeli**

Maddi istehsalın iki sahəsindən və burada bizim informasiya sahəsi adlandırdığımız informasiya sektorundan ibarət iqtisadiyyat nəzərdən keçirilir. Beləliklə, iqtisadiyyat üç sahədən ibarətdir. Modelin ehtimalları aşağıdakılardır:

* maddi istehsalın hər sahəsində bir məhsul yaradılır. Birinci sahənin ümumi buraxılışı *x*1 ilə, ikinci sahənin ümumi buraxılışı *x*2 ilə işarələnmişdir;
* cəmiyyət üzvlərinin həyat fəaliyyətinin məcmu vaxtı və ya informasiya səhəsinin ümumi buraxılışı *x*3 ilə işarələnmişdir;
* *j* sahəsinin məhsul vahidinin istehsalı zamanı *i* sahəsinin məhsul məsrəfləri *aij* ilə işarələnmişdir. Bu ədədlərdən qurulmuş matris birbaşa məsrəflər matrisidir;
* birbaşa məsrəflər matrisinin ilk iki sətiri ilə ilk iki sütununun kəsişməsindən yaranan matris texnoloji əmsallar matrisidir. Belə ki, *a*12 elementi ikinci sahənin maddi məhsulunun bir vahidinin istehsalı zamanı birinci sahənin maddi məhsul məsrəflərini göstərir;
* birbaşa məsrəflər matrisinin sonuncu sətrinin sonuncu elementindən başqa hər bir elementi müvafiq sahənin məhsul vahidinin istehsalı zamanı fiziki əmək məsrəflərini göstərir. Belə ki, *a*31 elementi birinci sahədə istehsalın əmək tutumluğunu xarakterizə edir;
* birbaşa məsrəflər matrisinin sonuncu sütununun sonuncu elementindən başqa hər bir ele­menti həyat fəaliyyəti vaxtı vahidinin istehsalı zamanı müvafiq sahənin maddi məhsul məsrəflərini göstərir. Bu göstərici insanın yara­dıcı fərd kimi təkrar istehsalı üçün zəruri olan həmin maddi məhsulun istehlakının minimal həcmini xarakterizə edir. Başqa sözlə, birbaşa məsrəflər matrisinin sonuncu sütununa yaradıcı fərdin minimal *istehlak səbəti* daxildir;
* birbaşa məsrəflər matrisinin *a*33 elementi informasiya sahəsində istehsalın əmək tutumluğunu xarakterizə edir və həyat fəaliyyətinin bir saatının istehsalı üçün zəruri olan fiziki əmək məsrəflərinə bərabərdir;
* sahənin xalis buraxılışı anlayışı eynilə ikisektorlu balans modelindəki iqtisadi mənanı daşıyır.

Bu ehtimallar qəbul edildikdə ikisektorlu model çərçivəsində əldə olunan əsas nisbətlər, balans tənliyi və onun həlli düsturu yerinə yetirilir. Bununla birlikdə, həmin modeldə tam məsrəflər matrisinin elementləri daha çoxdur və onlar iqtisadi təfsir tələb edir. Belə ki, tam məsrəflər matrisinin sonuncu sü­tununun sonuncu elementindən başqa hər bir elementi kreativ rifahın bir vahid art­ırılması halında müvafiq sahənin məhsulunun ümumi buraxılışının nə qədər artırıl­malı olduğunu göstərir. Bu göstərici nə qədər böyükdürsə, kreativ rifahın yüksəlməsində maddi istehsal sahəsinin rolu da bir o qədər çox olur. Cəmiyyət inki­şaf etdikcə kənd təsərrüfatı və nəqliyyat kimi ənənəvi sahələrin rolu azalır, kommunikasiya vasitələri istehsal edən elm tutumlu sahələrin rolu isə artır.

Çoxsahəli balans modelində sosial məsrəflər aşağıdakı düsturla ifadə olunur:

*SC = FC + (C*33−1*) × b*3 *,*

burada *FC* − maddi istehsalın bütün sahələrinin xalis buraxılış həcmlərindən asılı olan sabit sosial məsrəflərdir; *C*33− 1 − son sosial məsrəflərdir; *b*3− kreativ rifahın kəmiyyətidir.

Keynsçilik makroiqtisadi nəzəriyyəsi iqtisad elminin neoklassik cərəyanına aid­dir, ona görə də bu nəzəriyyədə ümumi rifah ev təsərrüfatlarının məcmu pul gəliri və ya sadəcə, gəlirlə eyniləşdirilir. Keynsçilik multiplikator modelində bir sahənin işçilərinin gəlirinə birdəfəlik təsir nəticəsində məcmu gəlirin dəyişməsi prosesi tədqiq olunur. Bu təsiri, habelə onun kəmiyyətini *impuls* adlandırırlar. Bütün sahələr qarşılıqlı surətdə bağlı olduğundan ilkin impuls bütün digər sahələrin işçilərinin gəlirlərinin dəyişməsinə gətirib çıxarır. Nəticədə məcmu gəlirin artımı ilkin impulsun kəmiyyətindən çox olur. *Gəlir multiplikatoru* məcmu gəlirin artımı ilə ona səbəb olmuş ilkin impulsun kəmiyyətinin nisbətidir. Kəmiyyətcə bu göstərici vahiddən böyükdür. Gəlirin multiplikasiyası ilkin impulsun təsirinə məruz qalmayan iqtisadiyyat sahələrində gəlirin artması prosesidir.

Bir-birinin ardınca gələn iki bərabər dövr nəzərdən keçirilir. İqtisadiy­ya­t sahələrinin sayı sonsuz çox hesab edilir, bütün dövrlər və bütün sahələr na­tural ədədlərlə nömrələnmişdir. Birinci dövrdə işçilərin gəliri yalnız impulsun təsirinə məruz qalmış birinci sahədə dəyişir. İkinci dövrdə ikinci sahənin işçilərinin, üçüncü dövrdə isə üçüncü sahənin işçilərinin gə­liri dəyişmişdir və i.a. sonsuzluğa qədər. Beləliklə, sahələrin işçilərinin gəlirinin dəyişməsi *ardıcıl* baş verir. Birinci sahədə gəlirin artımı *I* impulsunun kəmiyyətinə bərabərdir.

İşçilərin gəlirinin artımı istehlakdan və yığımdan ibarətdir. Hər sahənin işçiləri yalnız sıraca sonra gələn sahənin məhsullarını istehlak edirlər. İstehlak gəlirin artımının bütün sahələr üçün eyni olan sabit hissəsini təşkil edir. Bu hissəni *istehlaka son meyil* adlandırırlar və *MRS* ilə işarə edirlər, burada izahın sadəliyi üçün onu *a* ilə işarələmişik. Birinci sahədən başqa hər bir sahənin gəlirinin artımı əvvəlki sahənin işçilərinin gəlirinin artımı ilə istehlaka son meyilin hasilinə bərabərdir. İkinci sahədə gəlirin artımı *Ia*-ya, üçüncü sahədə *Ia*2-a və i.a. bərabərdir. Beləliklə, sahələr üzrə gə­li­rin artımları birinci üzvü *I* və məxrəci *a*olan sonsuz azalan həndəsi silsilə təşkil edir. İqtisadiyyatda gəlirin məcmu artımı bu silsilənin cəminə bərabərdir:

Δ*y = I + Ia + Ia*2 *+ …= I/(1* − *a).*

Bu düsturdan məlum olur ki, keynsçilik modelində gəlir multiplikatoru aşağıdakına bərabərdir:

.

5.5-ci şəkildə keynsçilik modelində gəlirin multiplikasiyasının sxemi verilmişdir.

1-ci sahə

2-ci sahə 2

3-cü sahə

*I*

*Ia*

*Ia*2

*Ia*3

Şəkil 8. Keynsçilik modelində gəlirin multiplikasiyası

İnformasiya makroiqtisadiyyatında ümumi rifah məcmu kreativ rifahla eyniləşdirilir, o, kəmiyyətсə cəmiyyət üzvlərinin yaradıcılıq fəaliyyətinin məcmu müddətinə bərabərdir, yəni dəyər vahidləri ilə (keynsçilik nəzəriyyəsində olduğu kimi) deyil, za­man vahidləri ilə ölçülür. Tədqiqatın elementar obyekti kimi sahə deyil, yaradıcı fərd götürülür. Ümumi rifah cəmiyyətin bütün üzvlərinin fərdi rifah qiymətlərinin cəminə bərabərdir, ona görə də kreativ nəzəriyyədə ümumi rifah funksiyası additiv olur. Bu o demək deyildir ki, hər hansı fərdin rifa­hının müəyyən miqdarda artması ümumi rifahın da həmin miqdarda artmasına səbəb olacaqdır. Fərdlər bir-birinə təsir göstərirlər və onlardan birinin rifahının dəyiş­məsi digərinin rifahının dəyişməsinə səbəb ola bilər. Məsələn, ananın asudə vaxtının artması ona öz oğlu ilə daha çox vaxt keçirməyə imkan verir və oğulun həyatı daha məzmunlu olur, yəni ananın rifahının artması oğulun rifa­hı­nın artmasına səbəb olur. Oğul da anaya təsir göstərir və oğulun rifahının induksiyalaşmış artımı ananın rifahının müəyyən artımına səbəb olacaq­dır və i.a. sonsuzluğa qədər. Fərdlərin rifah qiymətlərinin ardıcıl dəyişməsi prosesi və onunla yanaşı, ümumi rifahın dəyişməsi *kreativ rifahın multiplikasiyası* prosesini təşkil edir. Multiplikasiya effekti ondan ibarətdir ki, bir fərdin rifahının birdəfəlik artması nəticəsində və ya *əlverişli impuls* nəticəsində ümumi rifahın sonsuz zaman ərzində əldə olunmuş məcmu artımı bu impulsun kəmiyyətindən çox olur. Fərdin ümumi rifahının multiplikatoru həmin fərdin ümumi rifahının artımının onun rifahının birdəfəlik artımı kəmiyyətinə olan nisbətinə bərabərdir.

Ümumi rifahın multiplikatoru modeli gəlir multiplikatorunun keynsçilik mode­lindən onunla fərqlənir ki, birinci halda cəmiyyətin hər bir üzvünün ayrıca multiplikatoru vardır və bu multiplikator onun ictimai əhəmiy­yətini xarakterizə edir. Keynsin modelində isə multiplikator yeganədir və makroiqtisadi göstərici kimi çıxış edir. Kreativ nəzə­riyyədə əlverişli impuls fərdin həyat şəraitində qısamüddətli dəyişiklik kimi təfsir edilir, elə dəyişiklik ki, onun həyatının yaradıcı dolğunluğunun kəskin şəkildə artmasına səbəb olur. Əlverişli impulsa misal kimi intensiv tədris kursunu, dünyagörüşünü artıran səyahəti, başqa insanla yaradıcı ünsiyyəti və s. göstərmək olar. İmpulsun kəmiyyəti nəzərdən keçirilən qısa dövrdə ali fəaliyyət vaxtının eyni uzunluqda olan əvvəlki dövrə nisbətən artımı ilə ölçülür.

Ümumi rifahın multiplikasiyalı artımı cəmiyyətin bütün üzvlərinin fərdi rifahlarının multiplikasiyalı artımlarının cəmləşməsi yolu ilə yaranır. Fərdi rifahın multi­plikasiyalı artımı bir-birinin ardınca gələn bərabər ölçülü qısa dövrlərə aid edilən artımların sonsuz azalan ardıcıllığının cəmi kimi hesablanır. İzahın sadəliyi üçün biz bu qısa dövrü bir ay kimi qəbul edirik. Nəzərdən keçirilən fərdin əlverişli impulsa məruz qaldığı ay sıfırıncı ay sayılır.

Ümumi rifahın multiplikasiyası modelində mərkəzi yeri *A* *təsirlər matrisi* tutur, onun *aij* elementi *i* fərdinin cari ayda rifahının bir vahid artması nəticəsində *j* fərdinin növbəti ayda rifahının artımına bərabərdir. Təsir matrisinin bu elementini biz *i* fərdinin *j* fərdinə *təsirinin son norması* adlandırırıq, həmin element bir fərdin digərinə təsir göstərmək qabiliyyətini xarakterizə edir. Məsələn, tanınmış müğənni üçün təsirin son normasının bir çox qiymətləri qəti olaraq müsbətdir, çünki onun kreativ rifahının artması yaradıcılıq fəaliyyətinin nəticələrinə müsbət təsir göstərir və buna görə də çoxsaylı pərəstişkarların həyatının dolğunluğu artır. Cəmiyyətin «adi**»**  üzvü üçün təsirin son normasının sıfıra bərabər olmayan qiymətlərinin sayı çox deyildir və onun ailə üzvlərinin, dostlarının, həmkarlarının və s. sayına uyğun gəlir. Təsirin son normasının qiymətləri, bir qayda olaraq, mənfi deyildir. Lakin cəmiyyətə zidd davranışı istisna etmək olmaz ki, bunun da nəticəsində bir fərdin rifahının artması digər fərdin rifahının azalmasına səbəb olur. Bu halda təsirin son norması mənfidir.

Ümumi rifahın multiplikasiyası modelində təsirlər matrisinin rolu V.Leontyevin xətti balans modelindəki *birbaşa məsrəflər* matrisinin rolu ilə eynidir. Hər iki matris qısa dövrdə iqtisadi subyektlərin birbaşa qarşılıqlı əlaqələri sistemini təsvir edir, birinci modeldə yaradıcı fərd, ikinci modeldə isə eyni bir məhsulu istehsal edən sahə subyektdir. Hər iki matrisin diaqonal elementləri vahiddən böyük olmur.

Fərz edək ki, sıfırıncı ayda birinci fərd *I* ölçülü əlverişli impulsa məruz qalmışdır. Bu halda sıfırıncı ayda fərdi rifahların artımlarının Δ*U*0 vektorunun, birincidən başqa, bütün koordinatları sıfıra bərabər olacaqdır. Birinci ayda o fərdlərin rifahı artacaqdır ki, birinci fərdin onlara təsirinin son norması qəti olaraq müsbətdir.

8-ci şəkildə kreativ rifahın multiplikasiyası sxemi verilmişdir. Cəmiyyətdə fərdlərin ümumi sayı üçə bərabərdir. Birinci fərd sıfırıncı dövrdə ilkin əlverişli impulsa məruz qalmışdır ki, bu da sxemdə şaquli ox işarəsi ilə təsvir olunmuşdur. Birinci ayda birinci fərdin ikinci və üçüncü fərdlərə göstərdiyi təsirlər bütöv maili oxlarla təsvir olunmuşdur. Sonrakı aylarda reallaşmış fərdlərarası təsirlər punktirli ox işarələri ilə təsvir olunmuşdur.

1-ci fər

3-cü fərd

2-ci fərd

rd

*I*

*a*12*I*

*a*13*I*

**Şəkil 9.** Kreativ rifahın multiplikasiyası

Fərdi rifahların birinci aydakı artımlarının vektoru Δ*U*0 vektoru ilə *A* təsirlər mat­ri­sinin hasilinə bərabərdir. Bu fikri ümumiləşdirərək müəyyən edirik ki, fərdi rifahların *k*ayındakı artımlarının vektoru fərdi rifahların sıfırıncı aydakı artımları vektoru ilə təsirlər matrisinin sağdan (*k* −*1*)-ci dərəcəsinin hasilinə bərabərdir. Fərdi rifahların sonsuz dövr ərzindəki artımlarının vektoru aylıq artımlar vektorlarının sonsuz ardıcıllığının cəminə bərabərdir:

Δ*U=* Δ*U*0*(E+A+A*2*+…).*

Fərz edək ki, alınmış tənliyin sağ hissəsindəki sonsuz matris ardıcıllığının cəmi mövcuddur. Bu halda sonsuz dövr ərzində rifahın fərdi artımlarının tamamlayıcı vektorunun düsturu aşağıdakı kimi yazılacaqdır:

Δ*U=* Δ*U*0*×M,*

burada *M* matrisi  *E* − *A* matrisinin tərsi olan matrisdir:

*M=(E* − *A)*-1 .

Bu matris özəl multiplikatorlar matrisi adlanır, çünki onun elementləri təsirlərin özəl multiplikatorlarıdır. *i* fərdinin *j* fərdinə *təsirlərinin özəl multiplikatoru* − *mij i* fərdinin birdəfəlik əlverişli impulsu nəticəsində *j* fərdinin fərdi rifahının sonsuz dövr ərzindəki məcmu artımıdır.

Məcmu gəlirin müəyyən dövrdə bölgüsü o halda *optimal* sayılır ki, bu bölgü uzunmüddətli perspektivdə ümumi kreativ rifahın maksimal artımını təmin etsin. Bu tərif *kreativ ədalət* meyarını ifadə edir.

Cəmiyyətdə cəmi iki fərdin olduğu halı nəzərdən keçirək. Məcmu gəlirin *I* sabit kəmiyyəti verilmişdir. Həmin gəlir sıfırıncı ayda bu fərdlər arasında bölüşdürülməlidir:

*I*1*+ I*2*= I,*

burada*Ii* − *i* fərdinin sıfırıncı aydakı gəliridir.

Hər bir fərdin sıfırıncı ayda kreativ rifahı onun aylıq gəlirinin artan funksiyasından ibarətdir. Ehtimal olunur ki, bu funksiyalar üst-üstə düşür, yəni bir-birindən ayrılıqda nəzərdən keçirilən fərdlər bərabər yaradıcılıq imkanlarına malikdirlər. *Gəlirin son kreativ faydalılığı* sıfırıncı ayda fərdin gəlirinin bir vahid artması nəticəsində fərdi rifahın artımına bərabərdir. Birinci fərd üçün gəlirin son kreativ faydalılığı aşağıdaki kimi yazılacaqdır:

,

burada *U*1− birinci fərdin sıfırıncı aydakı kreativ rifahıdır. İkinci fərdin gəlirinin son kreativ faydalılığı düsturu da oxşar şəkildə yazılır. Ehtimal olunur ki, fərdin gəliri artdıqca gəlirin son kreativ faydalılığı azalır.

Uzunmüddətli perspektivdə ümumi rifah fərdi rifahın sıfırıncı aydakı qiymətlərindən asılıdır. Fərdi rifahın qiymətləri fərdlərin sıfırıncı aydakı müvafiq gəlirlərindən asılı olduğuna görə ümumi rifah fərdi gəlirlərin mürəkkəb funksiyasından ibarətdir:

*W(U*1*(I*1*); U*2*(I*2*)).*

*i* fərdinin *ictimai əhəmiyyəti* onun fərdi rifahının sıfırıncı ayda bir vahid artması nəticəsində ümumi rifahının uzunmüddətli perspektivdə artmasıdır. Başqa sözlə, fərdin ictimai əhəmiyyəti onun ümumi rifahının multiplikatoru − *Mi* ilə üst-üstə düşür. Tərifə uyğun olaraq, bu göstərici ümumi rifah funksiyasının müvafiq arqument üzrə xüsusi törəməsinə bərabərdir. Belə ki, birinci fərd üçün o, aşağıdakına bərabərdir:

.

*Gəlirin optimal bölüşdürülməsi* haqqında məsələ fərdlərin gəlirlərinin miqdarı üzərində qoyulmuş məhdudiyyət şəraitində bu funksiyanın maksimallaşmasından ibarət olur. Şərti ekstremuma dair bu məsələni Laqranj metodu ilə həll edərək, kreativ ədalət şərtini əldə edirik:

.

Alınmış nisbətdən belə çıxır ki, daha böyük ictimai əhəmiyyəti olan fərdə gəlirin kreativ faydalılığının daha kiçik qiyməti uyğun gəlir. Gəlir artdıqca onun son kreativ faydalılığı azaldığına və fərdlərin rifah funksiyaları üst-üstə düşdüyünə görə daha böyük ictimai əhəmiyyətə malik fərdin ictimai optimal gəlirinin qiyməti daha böyük olacaqdır. Bu nəticə məşhur yaradıcı şəxslərin − musiqiçilərin, rəssamların, yazıçıların və s. nisbətən yüksək gəlirə malik olmasına iqtisadi və etik əsas verir.

3.2. Asimmetrik informasiyanın modelləşdirilməsinin inkişaf perspektivləri

Ənənəvi mikroiqtisadiyyatda ehtimal olunur ki, informasiya alıcılar və satıcılar arasında simmetrik paylanmışdır. *İnformasiyanın asimmetriyası* elə bir vəziyyətdir ki, əqdin ayrı-ayrı iştirakçıları lazımi informasiyaya yetərli dərəcədə malikdirlər, eyni zamanda, əqddə iştirak edən digər şəxslər bu informasiyaya malik deyildirlər. Təsərrüfatçılıq praktikasında informasiyanın asimmetriyası geniş yayılmışdır, çünki satıcılar, bəzi hallarda isə alıcılar müəyyən üstünlüklər əldə etmək üçün əqd obyektinə dair həqiqi biliklərini gizlətməyə çalışırlar. Çox vaxt istehlakçı əldə etdiyi malın keyfiyyətini alış məqamında müəyyənləşdirə bilmir, çünki malın keyfiyyəti haqqında yalnız bir tərəf − satıcı məlumatlıdır. Başqa sözlə, istehlakçı nə aldığını bilmir, malın keyfiyyəti isə onun istismarı prosesində aydınlaşır. Belə vəziyyətdə satıcı əlverişsiz seçim edilməsi − ən yaxşı deyil, ən pis malların əldə edilməsinə zəmin yaradan informasiya üstünlüyünə malik olur. Əlverişsiz seçim o halda yaranır ki, alıcılar müxtəlif keyfiyyətli malları təklif edən satıcıları diferensiallaşdırmağa qadir olmurlar.

Asimmetrik informasiyalı bazarda tarazlığın necə formalaşdığını anlamaq üçün «limon» bazarını − C.Akerlofun təklif etdiyi modeli nəzərdən keçirək. Amerika slenqində yararsız şeyləri «limon» adlandırırlar.

Bu model köhnə avtomobillər bazarının fəaliyyətini təsvir edir. Həmin bazarın xüsusiyyəti bundan ibarətdir ki, satıcılar informasiyaya malik olmaqda alıcılardan üstündürlər. Nəticədə əlverişsiz seçim baş verir − alıcılar yaxşı avtomobil satıcısını qane edəcək qiymətlə «limon» (pis keyfiyyətli avtomobil) satıcısını qane edəcək qiymətin arasında yerləşən qiyməti ödəyirlər. Çox vaxt bu, yaxşı maşınların satıcılarının bazardan çıxması və «natamam» bazarın formalaşması ilə nəticələnir.

Fərz edək ki, bir bazarda iki növ − keyfiyyətli və keyfiyyətsiz avtomobillər satılır. Bu cür bazarda *tələb əyrisini* tədqiq edək. Keyfiyyətli avtomobillərə olan tələbi *D*1-lə işarə edək. Əgər keyfiyyətli avtomobillərin ayrıca bazarı olsaydı, bazar tələbinin əyrisi məhz bu cür olardı. Aşağı keyfiyyətli avtomobillərə olan tələbi *D*0-la işarə edək (0 indeksi belə bazarda keyfiyyətli avtomobillərin payının sıfıra bərabər olduğunu göstərir). Aydın məsələdir ki, hər bir qiymətdə yaxşı avtomobillərə olan tələb pis avtomobillərə olan tələbdən yüksəkdir, yəni *D*1 əyrisi *D*0 əyrisindən sağda yerləşmiş­dir. Praktikada yaxşı və köhnə pis maşınların ayrıca bazarları olmur, bazarda bütün kateqoriyalı maşınlar − həm yaxşı keyfiyyətli avtomobillər, həm də «limonlar» üçün vahid tələb əyrisi və vahid qiymət müəyyənləşir.

Bazarda asimmetrik informasiya halında alıcılar avtomobilin key­fiyyətini alış məqamında qiymətləndirə bilmədiklərinə görə bazarda yaxşı avtomobillərin payı haqqında statistik informasiya əsasında seçim edirlər. Bu pay nə qədər yüksəkdirsə, bazar tələbi bir o qədər böyükdür, tələb əyrisi bir o qədər sağda yerləşmişdir və keyfiyyətli avtomobillərə olan tələb əyrisinə bir o qədər yaxındır.

Bazarda keyfiyyətli avtomobillərin payını *a* ilə işarə edək. Belə olduqda bazar tələbinin həcmi müxtəlif keyfiyyətli maşınlara olan tələbin müxtəlif kateqoriyalı maşınların satış paylarına əsasən ölçülmüş orta kəmiyyətinə bərabərdir:

.

Əgər bazarda keyfiyyətli avtomobillər yoxdursa (*a = 0),* onda bazar tələbi minimaldır və *D*0-la üst-üstə düşür. Əgər yalnız keyfiyyətli avtomobillər vardırsa *(a = 1),* onda bazar tələbi maksimaldır və *D*1-lə üst-üstə düşür.

*D*0 və *D*1 əyriləri, habelə bazarda avtomobillərin 70%-nin keyfiyyətli, digərlərinin isə keyfiyyətsiz olduğu vəziyyətə uyğun gələn *D*0,7 bazar tələbi əyrisi təsvir edilmişdir. Aydın məsələdir ki, *D*0,8 tələb əyrisi həmin əyri ilə *D*1 əyrisi arasında yerləşəcəkdir və i.a.

İndi isə asimmetrik informasiyalı bazarda *təklif əyrisi*ni tədqiq edək. Fərz edək ki, cəmi iki satıcı vardır: birinci satıcı keyfiyyətli, ikinci satıcı isə keyfiyyətsiz avtomobillər satır. Avtomobilin hər bir qiymətində birinci satıcının təklifinin həcmi daha kiçikdir, çünki avtomobilin təmiri və yaxşılaşdırılması üçün onun çəkdiyi məsrəflər vicdanlı olmayan rəqibinə nisbətən daha çoxdur. Bazar təklifinin əyrisi adətən satıcıların fərdi təklifləri əyrilərinin cəmləşməsi yolu ilə əmələ gəlir.



*p*

0 *Q*

*D*1

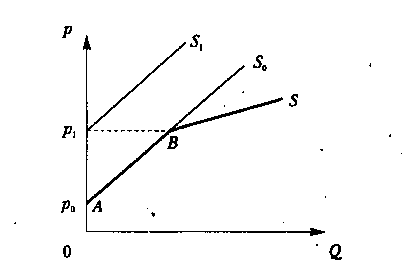
*D*0,7

*D*0

**Şəkil 10.** Asimmetrik informasiyalı bazarda tələb

Şəkildə keyfiyyətli avtomobillər satıcısının təklifinin əyrisi *S*1 ilə, keyfiyyətsiz avtomobillər satıcısının təklifinin əyrisi *S*0-la, bazar təklifinin əyrisi *S* ilə işarə edilmişdir (qalın xətlə göstərilmişdir). Keyfiyyətli avtomobillər satıcısının təklifinin minimal qiyməti *p*1 ilə, keyfiyyətsiz avtomobillər satıcısının təklifinin minimal qiyməti isə *p*0-la işarə edilmişdir. Qiymət aşağı (*p*0-dan *p*1-dək) olduqda bazarda yalnız keyfiyyətsiz avtomobillər təklif edilir, yəni *a* = 0. Qiymət *p1*-dən çox olduqda bazarda təklif edilən keyfiyyətli avtomobillərin payı aşağıdakı düsturla hesablanır:

.



*p*

*p1*

*p0*

*S1*

*B*

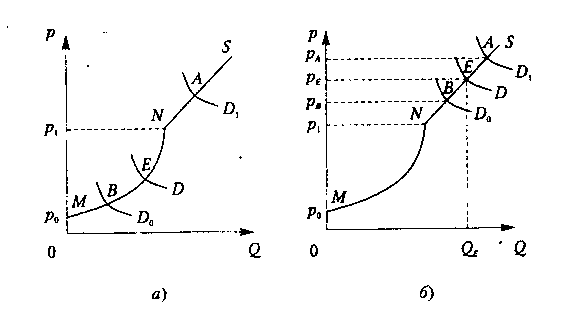
*S0*

*S*

0 *Q*

**Şəkil 11.** Asimmetrik informasiyalı bazarda təklif əyrisi

Bazar tələbinin əyrisi bazarda keyfiyyətli malların payından, bu pay isə satıcıların fərdi təklifləri əyrilərindən asılı olduğuna görə belə nəticəyə gəlirik ki, *asimmetrik informasiyalı bazarlarda bazar tələbinin əyrisi bazar təklifinin struk­turundan asılıdır.* Aşağıda göstərildiyi kimi, keyfiyyətli mal bazardan o halda sıxışdırılıb çıxarılır ki, bazar təklifi əyrisinin keyfiyyətsiz mal satıcısının fərdi təklif əyrisi ilə üst-üstə düşən hissəsi keyfiyyətsiz mala olan tələbin əyrisi ilə kəsişir.



*a*) *b*)

**Şəkil 12.** Asimmetrik informasiyalı bazarda tarazlıq:

1. keyfiyyətli mal sıxışdırılıb çıxarılmışdır; *b)* malın hər iki tipi satılır

Nəzərdən keçirilən köhnə avtomobillər bazarında tarazlığın xarakteri bu tarazlığa bazar təklifi əyrisinin hansı hissəsində nail olunmasından asılıdır. Əgər tələb və təklif əyriləri *MN* hissəsində yerləşən nöqtədə kəsişirlərsə, onda keyfiyyətli avtomobillər heç satılmayacaqdır. Bu halda deyirlər ki, onları keyfiyyətsiz avtomobillər «sıxışdırıb çıxarmışdır». Tələb və təklif əyrilərinin başqa nöqtələrdə kəsişdiyi hallarda bazarda həm keyfiyyətsiz, həm də keyfiyyətli mallar satılır.

Şəkildə tarazlı vəziyyətdə hər iki kateqoriyadan olan malların satıldığı hal təsvir edilmişdir. Vahid tarazlı qiymət *pE*  ilə, satılan bütün mal vahidlərinin keyfiy­yətli olduğu halda qiymət *pA*  ilə, satılan bütün mal vahidlərinin keyfiyyətsiz olduğu halda qiymət *pB* ilə işarələnmişdir. Şəkildən görünür ki, asimmetrik informasiyalı bazarda keyfiyyətli mal satıcıları onu keyfiyyətli mal bazarında bərqərar ola biləcək tarazlı qiymətdən aşağı qiymətə satmağa məcburdurlar (*pE* < *pA)*. Eyni zamanda, keyfiyyətsiz mal satıcıları özlərinin malı üçün alıcıların tam məlumatlı olduğu şəraitə nisbətən daha böyük qiymət əldə edirlər (*pE* > *pB)*. Belə­liklə, bazar informasiyasının asimmetrikliyi səbəbindən keyfiyyətli mal satıcıları geri düşür, keyfiyyətsiz mal satıcıları isə irəli düşürlər.

Asimmetrik informasiyalı bazarda tarazlığın tapılması problemini konkret ədədli bir misalın həlli timsalında nəzərdən keçirək. Fərz edək ki, keyfiyyətli və keyfiyyətsiz mala olan tələb müvafiq surətdə aşağıdakı düsturlarla verilir:

*D*1*=* 22 − *p,*

*D*0 *=* 16 − *p.*

Keyfiyyətli məhsulun təklifi aşağıdakı şəkildədir:

*S*1 *= p* − 16.

Keyfiyyətsiz məhsulun təklifi aşağıdakı şəkildədir:

*S*0 *= p* − 2.

Birinci satıcı üçün təklifin minimal qiyməti 6-ya, ikinci satıcı üçün isə 2-yə bərabərdir. Deməli, qiymət 6-dan böyük olduqda bazar təklifinin əyrisi verilmiş fərdi təklif funksiyalarının cəmləşməsi yolu ilə əmələ gəlir:

*S =* 2*p* − *8.*

Daha sonra qiymətin 6-dan böyük olduğu hallarda bazar tarazlığının mümkün olub-olmadığını aydınlaşdıraq. Bu zaman bazarda keyfiyyətli mallar təklifinin payı aşağıdakına bərabər olacaqdır:

*a = (p* −6*)/(*2*p* − 8*).*

Onda bazar tələbinin əyrisi sadə çevrilmələrdən sonra aşağıdakı şəklə düşəcəkdir:

*D = (*46*p* −164 −2*p²)/(*2*p* − 8*).*

Əldə edilən tələb funksiyasını bazar təklifi funksiyasına bərabərləşdirərək və sadə çevrilmələr apararaq, tarazlı qiyməti hesablamaq üçün kvadrat tənlik alırıq:

6*p²* −78*p +* 228 = 0.

Bu tənliyin 4,44-ə bərabər olan birinci kökü 6-dan kiçikdir, yəni o, tədqiq etdiyimiz qiymət dəyişiklikləri aralığına aid deyildir. Başqa sözlə, tənliyin bu kökü kənarda qalır. Tənliyin 8,56-ya bərabər olan ikinci kökü 6-dan böyükdür, həm də yoxlama göstərir ki, qiymət bu cür olduqda tələbin həcmi təklifin həcminə bərabərdir, yəni bazar tarazlığı əldə edilir. İndi isə qiymətin 6-dan kiçik olduğu hallarda tarazlığın mümkün olub-olmadığını aydınlaş­dıraq. Bu zaman bazar təklifi keyfiyyətsiz mal satıcısının fərdi təklifi ilə üst-üstə düşür, bazar tələbi isə minimaldır. Müvafiq funksiyaları bərabərləşdirərək aşağıdakını alırıq:

*P* − 2 *=* 16 − *p,*buradan *p=* 9.

Hesablanmış qiymət 6-dan böyük olduğundan, o, tədqiq edilən qiymət dəyişiklikləri aralığında yerləşmir və bu qiymətin əsasında tarazlığın yaranması mümkün deyildir. Beləliklə, bu misalda tarazlıq halı yeganədir və qiymət 8,56 olduqda əldə edilir. Bu zaman keyfiyyətli malın payı 0,31-ə bərabərdir, bazar tələbinin əyrisi isə aşağıdakı düsturla verilir:

*D =* 17,86 − *p.*

Daha sonra biz bazarda tarazlı vəziyyətə yaxınlaşma mexanizmini nəzərdən keçirəcəyik.

«Limon» bazarında tarazlığın *dinamik modelini* əvvəlki bənddə həll edilmiş məsələnin təhlili timsalında təsvir edək. Bundan ötrü iki əlavə fərziyyə irəli sürək:

* alıcılar cari günün bazar tələbi əyrisini keyfiyyətli malın əvvəlki gündəki satış payına dair informasiyanı nəzərə alaraq formalaşdırırlar;
* birinci gün alıcılar bazar tələbi əyrisini bazarda satılan malın hamısının keyfiyyətli olması ehtimalına əsaslanaraq formalaşdırırlar, yəni birinci gün tələb əyrisi *D*1 ilə üst-üstə düşür.

Birinci gün üçün bazar tarazlığının parametrlərini tapaq. Bundan ötrü təklifin dəyişməz funksiyası ilə tələbin maksimal funksiyasını bərabərləşdiririk:

2*p* −8 *=* 22 − *p***,** buradan*p =* 10.

Qiymət 10 olduqda keyfiyyətli mal satıcısının təklifi 4-ə, keyfiyyətsiz mal satıcısının təklifi 8-ə, bazar təklifi 12-yə, bazarda keyfiyyətli malın payı 0,33-ə bərabərdir.

Ertəsi gün bazar tələbi azalacaqdır, çünki alıcılar bazarda keyfiyyətli malların 100% deyil, yalnız 33% olmasına əsaslanacaqlar. Bazar tələbinin yeni əyrisi belə yazılacaqdır:

*D =* 0,33(22 − *p)+* 0,67(16 − *p) =* 18 *– p.*

Nəzərdən keçirilən misalda keyfiyyətli mal *bazarda qalır,* çünki bazar təklifi əyrisinin keyfiyyətsiz mal satıcısının fərdi təklifi əyrisi ilə üst-üstə düşən hissəsi keyfiyyətli mala olan tələb əyrisi ilə kəsişmir. Həqiqətən, müvafiq funksiyaları bərabərləşdirərək aşağıdakını alırıq:

*P* −2 *=* 16 − *p,*buradan*p =* 9.

Alınmış qiymət bazar təklifi əyrisinin yuxarıda göstərilən hissəsinin uyğun gəldiyi 0-dan 6-dək olan aralıqda deyildir, ona görə də  əyrisi bazar təklifi əyrisini onun hər iki fərdi təklif əyrisinin cəmləşməsi yolu ilə əmələ gələn hissəsində kəsir.

Keyfiyyətli malın bazardan *tamamilə sıxışdırılıb çıxarılması* halını nəzərdən keçirək. Fərz edək ki, əvvəlki nümunənin bütün şərtləri dəyişməz olaraq qalmışdır, lakin keyfiyyətsiz mala olan tələb azalmışdır və indi bu düsturla verilir:

*D0 =* 8 *– p.*

Qiymət 0-dan 6-dək olan hüdudlarda yerləşdikdə yeni *D0* əyrisinin bazar təklifi əyrisini kəsdiyinə əmin olaq:

*P* – 2 *=* 8 – *p,* buradan *p =* 5 .

Beləliklə, bu halda «limon» bazarında tarazlı qiymət 5-ə bərabərdir.

Bu halda bazarın tarazlığa meyilini tədqiq edərkən yadda saxlamaq lazımdır ki, tələb əyrisi özünün  ilkin vəziyyətindən sol tərəfə hərəkət edərkən təklif əyrisinin müxtəlif düsturlarla verilən hər iki hissəsini ardıcıl olaraq kəsir.

Alıcıların bütün malı keyfiyyətli hesab etdikləri birinci gün bazarın parametrləri əvvəlki nümunədə olduğu kimidir. Lakin ikinci gün bazar tələbi əvvəlki haldakına nisbətən az olacaqdır, çünki indi  əyrisi əvvəlkindən solda yerləşmişdir:

*D =* 0,33 (22 − *p*) + 0,67 (8 − *p*) = 12,62 − *p.*

Alınmış tələb funksiyası ilə bazar təklifi funksiyasını bərabərləşdirərək, ikinci gün üçün bazar qiymətini alırıq:

2*p* − 8 *=* 12,62 − *p,* buradan *p =* 6,87.

İkinci gün üçün tarazlığın digər parametrlərini hesablayaq, üçüncü gün üçün tələb əyrisini müəyyənləşdirək və üçüncü gün üçün bazar qiymətini hesablayaq. Bu qiymət 6,05-ə bərabərdir. Həmin qiymət bazar təklifi əyrisinin «sınma» nöqtəsinə uyğun olduğundan, növbəti (dördüncü) gün üçün bazar tələbi əyrisi bazar təklifi əyrisini onun keyfiyyətsiz mal satıcısının fərdi təklifi əyrisi ilə üst-üstə düşən hissəsində kəsəcəkdir. Beləliklə, tarazlıq şərtinə indi təklifin yeni düsturunu daxil etmək lazımdır:

*P –* 2 *=* 8,14 − *p*, buradan *p =* 5,07.

Dördüncü gün keyfiyyətli mal daha satılmadığından *a* parametri 0-*a* bərabərdir, ona görə də bazar tələbi əyrisi beşinci gün və sonrakı günlərdə öz vəziyyətini dəyişmir və keyfiyyətsiz mala olan tələbin əyrisi ilə üst-üstə düşür. «Limon» bazarında dinamik tarazlıq statik tarazlıqla əvəz olunur. Qeyd edək ki, «qarışıq» tarazlığın mövcud olduğu əvvəlki halda bazar qiyməti uzunmüddətli tarazlı kəmiyyətinə meyillənərək sonsuz dəyişirdi.

Cədvəldə ilk beş gün və perspektiv üçün tələb funksiyaları tarazlı qiymətlər və bazar tarazlığının digər xarakteristikaları göstərilmişdir.

**Cədvəl 9. «Limon» bazarında tarazlığa meyil: keyfiyyətli mal sıxışdırılıb çıxarılır**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Gün** | ***D*** | ***P*** | ***S1*** | ***S0*** | ***S*** | ***a*** |
| 1 | 22−*p* | 10 | 4 | 8 | 12 | 0,33 |
| 2 | 12,62−*p* | 6,87 | 0,87 | 4,87 | 5,74 | 0,15 |
| 3 | 10,10−*p* | 6,05 | 0,05 | 4,05 | 5,10 | 0,01 |
| 4 | 8,14−*p*  8−*p* | 5,07  5 | 0  0 | 3,07  3 | 3,07  3 | 0  0 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 100 | 8−*p* | 5 | 0 | 3 | 3 | 0 |

**NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR**

Qloballaşma əsrində informasiya və kommunikasiya texnologiyaları, mütərəqqi yenilikləri özündə ehtiva edən çoxşaxəli innovasiya sistemləri hər bir dövlətin ümumi inkişaf səviyyəsindən və potensialından xəbər verən, sosial-iqtisadi, mədəni-intellektual yüksəlişi təmin edən vacib meyarlardan birinə çevrilmişdir. İqtisadi tərəqqi, demokratikləşmə və insan hüquqlarının etibarlı təminatı baxımından özünün yüksək inkişaf mərhələsinə çatmış dövlətlərin bu nailiyyətləri eyni zamanda informasiya iqtisadiyyatına əsaslanan mütərəqqi biliklər nəticəsində əldə etdiyi danılmaz həqiqətdir. Təcrübə göstərir ki, iqtisadi inkişaf strategiyasını elmi-texniki əsaslar üzərində qurmaqla innovasiya inkişafını dövlət quruculuğu prosesinin mühüm təminatı sayan, hər zaman proqressiv ənənələrə istinad edən dövlətlər milli tərəqqiyə olur, dünya arenasında özünəlayiq yer tuturlar.

Bütövlükdə iqtisadi dinamikanın inkişafı yuxarıda qeyd olunduğu kimi uzunmüddətli xarakterli meyllər əsasında formalaşan artım nəzəriyyələri ilə izah olunur. Lakin iqtisadi inkişafın artım nəzəriyyəsi ilə yanaşı iqtisadi fəallığın rəqslərinin xarakterini əsas götürülən «inkişafın dövrülüyü» nəzəriyyələri daha çox istifadə olunur.

İqtisadi inkişafın dövrülüyü nəzəriyyələri iqtisadiyyatın tarazlıq inkişafını xarakterizə edən göstəricilər toplusunun vəziyyəti ilə «iqtisadi konyukturanı» qiymətləndirməyə imkan verir.

İqtisadi inkişafın dövrülüyünün fiziki proseslərlə izah edən nəzəriyyələrini bəziləri onun institutsional xarakterindən tam imtina etmir. Bu tipli nəzəriyyələrin ən mühümlərindən biri Verner Zombartın nəzəriyyəsidir. Bu nəzəriyyəyə görə üzvü və qeyri-üzvü xammalı emal edən sənaye sahələrinin dinamikası fərqli ritmlərə malikdir. Məsələn, polad sənayesi və pambıq mahlıcı sənayesinin inkişafında müxtəlif dövrlər ola bilir. Zombart nəzəriyyəsinin əsas nəticəsi ondadır ki, iqtisadi böhranlar fiziki və iqtisadi proseslərin uyğunsuzluğu ilə bağlıdır.

İqtisadi islahatların ardıcıl və sistemli şəkildə aparılmasının tərəfdarı kimi çıxış edən Azərbaycan yeni mərhələdə, ilk növbədə, dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsi vacibliyini önə çəkmiş, bu proses keçid dövrünün bəzi xırda çatışmazlıqlarına rəğmən uğurla başa çatdırılmışdır. Azərbaycan yaxşı başa düşürdü ki, dövlət mülkiyyətinin xalqın mənafeyinə uyğun formada özəlləşdirilməsi sərbəst bazar rəqabəti prinsiplərinin, xüsusi mülkiyyətçiliyin bərqərar olması, habelə milli iqtisadiyyatın dünya iqtisadi sisteminə inteqrasiyası, insanların şüurunda, həyat tərzində əsaslı dəyişiklik deməkdir. Ölkədə həyata keçirilmiş özəlləşdirmə prosesinin məqsədi də məhz hər bir vətəndaşın iqtisadi islahatlarda şəxsi marağını təmin etmək, əhalinin həyat səviyyəsini yaxşılaşdırmaq, sağlam rəqabətə əsaslanan istehsal üçün şərait yaratmaq olmuşdur. İqtisadiyatın bütün sahələrini əhatə edən özəlləşdirmə prosesi müstəqil respublikamızda bazar iqtisadiyatı meyarlarının sürətlə formalaşmasına, ölkənin xarici iqtisadi əlaqələrinin yüksəlməsinə ciddi zəmin yaratmışlar.

*İqtisadi inkişaf* - ümumi rifahın zaman üzrə artması prosesidir. Müəyyən zaman kəsiyi üçün iqtisadi inkişaf tempi - həmin dövr ərzində ümumi rifahın faizlə ifadə olunmuş nisbi artımıdır. İqtisadi inkişafın əsas amilləri qismində aşağıdakılar çıxış edir:

* insanların həyatının, yaradıcı məzmunluluğunun artması. Bu proses əhalinin *təhsil* səviyyəsinin artması ilə birbaşa bağlıdır;
* əhalinin *sağlamlığının* artması. Bu proses orta ömür müddətinin artmasıyla birbaşa bağlıdır.

Müəyyən fiksə edilmiş zaman kəsiyində ictimai rifahın ölçüsünün dəyişməsi nəzərdən keçirilir. Aşağıdakı fərziyyələr nəzərdən keçirilir:

* dövrün başlanğıcında əhalinin təhsil səviyyəsi *E*0-a bərabərdir, əhalinin sağlamlıq səviyyəsi isə *H*0-a bərabərdir. Bu göstəricilərin hasilinə bərabər olan ümumi rifahın başlanğıc ölçüsü *W*0 ilə işarə olunmuşdur;
* dövrün sonundakı təhsil səviyyəsi *E* təhsilə yönələn investisiyaların ölçüsündən *y*1 asılıdır, özü də bu asılılıq xəttidir:

*E=E*0*+ey*1

İki ardıcıl zaman müddətindən ibarət vaxt ərzində baş verən iqtisadi inkişafı tədqiq edək. Fərz edək ki:

* başlanğıc zamanda əhalinin təhsil səviyyəsi 40-a, əhalinin sağlamlıq səviyyəsi isə 54-ə bərabərdir. Bu zaman ümumi rifahın başlanğıc ölçüsü 2160-a bərabərdir;
* təhsilə yönələn investisiyaların marjinal nəticəsi dəyişməz olaraq 2-yə bərabərdir, səhiyyəyə yönələn investisiyaların marjinal nəticəsi isə dəyişməz olaraq 3-ə bərabərdir;
* 2 zaman dövrünün hər biri üçün 2,2 həcmində inkişaf fondu ayrılmışdır.

**ƏDƏBİYYAT SİYAHISI**

1. Abbasov Ə.M., Bayramov Z.Z., Quliyev H.X. «İqtisadi informasiyanın işlənməsinin kompüter texnologiyası». Dərs vəsaiti, Bakı, 2002.
2. B.V.Korneyçuk “İnformasiya iqtisadiyyatı”, dərs vəsaiti, tərcümə, Bakı, 2010.
3. Аббасов А. М.  Мамедова М. Г.  Методы организации баз знаний с нечеткой реляционной структурой .   Баку: "Элм". 1997. -  256 c.
4. Quliyev H.X., Balayev R.Ə. «İqtisadi informatika və hesablama texnikası». Dərs vəsaiti, Bakı, 1998;
5. Kərimov Ş.Q. «İnformasiya sistemləri və verilənlər bazaları». Bakı, Elm, 1999;
6. Кərimоv S.Q., Həbibullаyеv S.B., İbrаhimzаdə T.İ. «İnfоrmаtiка». Dərsliк, Bакı, 2002;
7. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. Анализ, синтез и планирование решений в экономике. М.: Финансы и статистика, 2000.-368 с.

8. [Орлов А. И. Теория принятия решений: учебник. — М.: Экзамен, 2006. — 576 с](http://orlovs.pp.ru/stat.php#k5);

9. Орлов А. И. Принятие решений. Теория и методы разработки управленческих решений. Учебное пособие. — М.: Март, 2005. — 496 с;

10. Сараев А.Д., Щербина О.А. Системный анализ и современные информационные технологии //Труды Крымской Академии наук. - Симферополь: СОНАТ, 2006. - С. 47-59;

11. Друкер Питер Ф. « Практика Менеджмента » Пер. с англ. : Уч. пос. - М.: Издательский дом «Вильямс» - 398 с. Москва 2000;

12. В.М.Попов, С.И.Ляпунов, В.В.Филиппов, Г.В.Медведев. «Ситуа-ционный анализ бизнеса и практика принятия решений » Уч. пос. для ВУЗов. – М.: КноРус, Москва 2001. – 384 с;

13. Герберт А. Саймон. “Теория принятия решения в экономической теории и науке о поведении”. *Источник: Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. Т.1. Под ред. В.М.Гальперина.- СПб.: Экономическая школа. 1999.*

14. Дзюбенко А.Л. « Информационные системы в экономике » Москва 2007;

15. Ханенко В.Н. « Информационные системы » Л.: Машиностроение. 1988, 127 с;

16. Чуйкин А.М « Разработка управленческих решений » Уч. пос. Калининград 2000, 150 с;

17. Лепа Р.Н. « Информационные технологии в финансовом Менеджменте » Донецк 2001, 86 с;

18. Барановская Т.П. и др. « Информационные системы и технологии в экономике » Учебник. Москва 2006, 416 с;

19. Петров В. Н. “Информационные системы” , СПб.: Питер, 2003. — 688 с.

20. İnternet resursları.

**РЕЗЮМЕ**

İKT-nin dünya üzrə dinamik və stabil inkişafı nəticəsində bu gün insan sivilizasiyası əsas elementləri informasiya və bilik iqtisadiyyatı olan yeni cəmiyyət qurur.

Бяшяриййятин ХХЫ ясря гядям гойдуьу дювр инсан жямиййятинин фяалиййятинин бцтцн сфераларына йени информасийа технолоэийаларынын вя информасийа системляринин даща дяриндян нцфуз етмяси, идаряетмя вя информасийанын ишлянмяси просесляриндя компцтер васитяляриндян эениш истифадя олунмасы, щямин просеслярин принсипляри вя методларынын йенидян нязярдян кечирилмясини, тякмилляшдирилмясини, онун компцтер васитяляринин имканларына уйьунлашдырылмасыны тяляб едир.

Hal-hazırda informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı nəticəsində yaranan informasiya iqtisadiyyatı dünya ölkələrində ənənəvi iqtisadiyyatı üstələmiş və onun imkanları daha da genişlənir. Informasiya iqtisadiyyatında asimmetrik informasiya modellərinin qurulması aktual bir məsələyə çevrilmişdir.

Təqdim edilən magistr dissertasiya işində informasiya iqtisadiyyatının nəzəri əsasları araşdırılmış, asimmetrik informasiya modellərinin qurulmasına təsir edən amillər təhlil edilmiş və asimmetrik informasiya modelinin qurulması xüsusiyyətləri və informasiya iqtisadiyyatının inkişaf perspektivləri öyrənilmişdir.

**ABSTRACT**

At the moment people formating information economy and knowledge economy on the result of stabil development of information and communication technologies.

In the 21 century countries by using, complimenting and influencing information and communication technologies in the several sector of economy want to reconsider this technologies in its lives.

At this time in the result of development of information and communication technologies applying information and asymmetric economy in the country economy increased. For this regard formating asymmetric economy and models is essential issue in the country.

At this master dissertation theritic basics of information economy has investigated and factors that effect on the formating in asimmetric information model was analised and characteristics of the forming models of asymmetric information and perspectives of development information economy has studied.