

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNIVERSİTETİNİN ELMİ XƏBƏRLƏRİ

AZERBAIJAN STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS SCIENTIFIC REVIEWS

ELMİ, RESENZİYALI, RÜBLÜK/ SCIENTIFIC, REFEREED, QUARTERLY

II: 5, Cild 1, Yanvar - Mart 2017
Year 5, Volume 1, January - March 2017

ISSN 2306-8426

MÜNDƏRİCAT - CONTENTS

İqtisadi şüur və iqtisadiyyat.....	T.Ə. Quliyev, Ş.S. Qaffarov
Reklam bazarının iqtisadi subyektləri və onların əsas fəaliyyət prinsipləri.....	Ş.Ə. Əsgərov
Milli iqtisadi inkişafın loqistik təminatı.....	T.İ. İmanov, T.V. Əhmədova
Aktivlərin uçot və hesabatda təsnifatının nəzəri-praktik məsələləri.....	V.M. Quliyev
Современные подходы к управлению затратами в системе управленческого учета.....	С.А. Аббасова
Azərbaycanda strateji yol xəritələrinin reallaşdırılması şəraitində dünya iqtisadi inkişaf modellərindən istifadənin aktual məsələləri.....	H.A. Cəfəli
Перспективы развития электронной торговли в Азербайджане.....	Л.А. Каппиева
Об одном подходе к оценке финансовой устойчивости банков в условиях неопределенности.....	Х.М. Байрамов, С.Т. Бабаева
Стратегия национальной экономической безопасности Азербайджана в современном периоде.....	Г.И. Гамидов, А.Дж. Эюбов
İnformasiya texnologiyaları bazarının marketing tədqiqatları əsasında inkişaf perspektivləri.....	E.N. Quliyev
Ali təhsil müəssisələrinin brend strategiyasının formalaşması xüsusiyyətləri.....	L.A. Nəcəyeva
Büdcə xərclərində şokların iqtisadi artıma təsiri.....	C. A. Abbasov
Управление туристским сектором экономики азербайджана на основе социально-ориентированной модели.....	И.Р. Рзаева
Əmək ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi: Azərbaycan və xarici ölkələrin təcrübəsi.....	F. Mikayilov, N.R. Nəbizadə
Yerli özünüidarəetmənin inkişafında innovasiya investisiyalının rolu.....	S.N. Musayeva
Практические аспекты управленческого анализа производственных затрат и резервов их снижения.....	А.А. Губадова, Ф.М. Мирзоева
Biznes prosesləri müəssisənin strateji amili kimi.....	H.A. Babayev
Korporativ sosial məsuliyyətin Azərbaycan şirkətlərinin dayanıqlı inkişafında rolu.....	Ş.Ş. Qəhrəmanova
Oil price fall: Pros and cons for development of entrepreneurship in zerbaijan.....	F.M. Mammadov
Aqrar sektor və qiymət mexanizmi.....	E.C. Abdullayeva
Əhalinin maliyyə savadlılığının qiymətləndirilməsi və maliyyə xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi yolları.....	Y. Dəmirov
Təərrüfat subyektlərinin rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsinin logistik şərtləri və onlara təsir edən amillər.....	Z.H. Əhmədov
İşgüzar oyunların tədrişə inteqrasiyası ilə bəzi problemlərin həlli yolları.....	B.İ. İsmayilova
Trilemma fərziyyəsinin Azərbaycan iqtisadiyyatı təmsalında yoxlanılması.....	P. Ağazadə, F. Həsənov, C. Mikayilov, X. Aliyev
Qiymət mexanizminə təsir edən amillərin təhlili və inflyasiyanın tənzimlənməsi.....	F.N. Həmidli

www.asu.edu.az

Elmi, Resenziyalı, Rüblük

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)	
İl 5, Cild 1, yanvar - mart 2017	
www.aseu.edu.az	ISSN 2306-8426
Nəşr edən təşkilat:	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)
Baş redaktor:	i.e.d., prof. Ə.C.Muradov
Redaktor:	i.e.d., prof. Ə.İ.Bayramov
Məsul icraçı:	i.e.n., dos. N.Ö.Hacıyev
Jurnalin adı:	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin (UNEC) Elmi Xəbərləri
Jurnalin növü:	Dövri
Dövrülmüyü və Dili:	Rüblük, azərbaycan, ingilis, rus
Hüquqi ünvanı:	AZ 1001, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC), Bakı, Tel: (+994 12) 4926817; 4926411 Fax: (+994 12) 4925940
Mətbəə:	AZ 1001, Bakı, Azərbaycan Respublikası, İstiqlaliyyət 6, otaq 30, Tel:(+994 12) 4925337; Fax: (+994 12) 4926509
Çap yeri və tarixi:	Bakı, Azərbaycan Respublikası, 03.04. 2017

Redaksiya heyəti	
i.e.d., prof. M.M.Sadıqov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. A.Ş.Şəkəraliyev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. T.Ə.Hüseynov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. Ə.Q.Əlirzayev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. Q.N.Manafov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. Ə.P.Babayev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. S.M.Yaqubov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. M.A.Əhmədov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. S.M.Səbzəliyev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. M.X.Həsənli	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d., prof. F.P.Rəhmanov	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
i.e.d.Y.A.Kəlbəyev	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

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

MÜNDƏRİCAT - CONTENTS	səh./pp.
İqtisadi şüur və iqtisadiyyat.....T.Ə. Quliyev, Ş.S. Qaffarov	4-13
Reklam bazarının iqtisadi subyektləri və onların əsas fəaliyyət prinsipləri.....Ş.Ə. Əsgərov	14-23
Milli iqtisadi inkişafın loqistik təminatı.....T.İ. İmanov, T.V. Əhmədova	24-32
Aktivlərin uçot və hesabatda təsnifatının nəzəri-praktik məsələləri...V.M.Quliyev	33-36
Современные подходы к управлению затратами в системе управленческого учёта.....С.А.Аббасова	37-51
Azərbaycanda strateji yol xəritələrinin reallaşdırılması şəraitində dünya iqtisadi inkişaf modellərindən istifadənin aktual məsələləri.....H.A.Cəfərli	52-62
Перспективы развития электронной торговли в Азербайджане.Л.А.Кашиева	63-71
Об одном подходе к оценке финансовой устойчивости банков в условиях неопределенности.....Х.М.Байрамов, С.Т.Бабаева	72-88
Стратегия национальной экономической безопасности Азербайджана в современном периоде.....Г.И. Гамидов, А.Дж. Эюбов	89-97
İnformasiya texnologiyaları bazarının marketinq tədqiqatları əsasında inkişaf perspektivləri.....E.N. Quliyev	98-110
Ali təhsil müəssisələrinin brend strategiyasının formalaşması xüsusiyyətləri.....L.A. Hacıyeva	111-117
Büdcə xərclərində şokların iqtisadi artıma təsiri.....С. А. Abbasov	118-135
Управление туристским сектором экономики азербайджана на основе социально-ориентированной модели.....И.Р.Рзаева	136-145
Əmək ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi: Azərbaycan və xarici ölkələrin təcrübəsi.....F.Mikayılov, N.R. Nəbizadə	146-157
Yerli özünüidarəetmənin inkişafında innovasiya investisiyalarının rolu.....S.N. Musayeva	158-168
Практические аспекты управленческого анализа производственных затрат и резервов их снижения.....А.А.Губадова,Ф.М. Мирзоева	169-179
Biznes prosesləri müəssisənin strateji amili kimi.....H.A. Babayev	180-190
Korporativ sosial məsuliyyətin Azərbaycan şirkətlərinin dayanıqlı inkişafında rolu.....Ş.Ş.Qəhrəmanova	191-199
Oil price fall: Pros and cons for development of entrepreneurship in Azerbaijan.....F.M.Mammadov	200-207
Aqrar sektor və qiymət mexanizmi.....E.C. Abdullayeva	208-217
Əhalinin maliyyə savadlılığının qiymətləndirilməsi və maliyyə xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi yolları.....Y. Dəmirov	218-226
Təsərrüfat subyektlərinin rəqəbat üstünlüklərinin təmin edilməsinin loqistik şərtləri və onlara təsir edən amillər.....Z.H. Əhmədov	227-236
İşgüzar oyunların tədrisə inteqrasiyası ilə bəzi problemlərin həlli yolları.....B.İ.İsmayılova	237-251
Trilemma fərziyyəsinin Azərbaycan iqtisadiyyatı təmsalında yoxlanılması.....P. Ağazadə, F. Həsənov, C. Mikayılov, X.Aliyev	252-269
Qiymət mexanizminə təsir edən amillərin təhlili və inflyasiyanın tənzimlənməsi.....F.N. Həmidli	270-281

Scientific, Refereed, Quarterly	
Azerbaijan State University of Economics (UNEC)	
Year 5, Volume 1, January – March 2017	
www.aseu.az	ISSN 2306-8426
Publisher:	Azerbaijan State University of Economics (UNEC)
Editor-in-chief:	prof., Dr. A.J.Muradov
Editor:	prof., Dr. A.I.Bayramov
Managing Editor:	associate prof., PhD., N.O.Hajiyev
Title Juornal:	Scientific Reviews in Azerbaijan State University of Economics (UNEC)
Type of Journal:	Periodical
Time Period and Language:	Quarterly, Azerbaijani, English, Russian
Directorial Address:	AZ 1001, Baku, Azerbaijan Republic, Istiglaliyyat st. 6, room 414, Tel:(+994 12) 4926817; 4926411 Fax: (+994) 4 92 59 40
Printing House:	AZ 1001, Baku, Azerbaijan Republic, Istiglaliyyat st. 6, room 30, Tel:(+994 12) 4 92 53 37 Fax: (+994 12) 4 92 65 09
Place and Date of Print:	Baku, Azerbaijan Republic, 03.05. 2017

Editorial Board	
prof., Dr. M.M.Sadigov	Azerbaijan State University of Economics
prof., Dr. A.Sh.Shakaraliyev	Azerbaijan State University of Economics
prof., Dr. T.A.Huseynov	Azerbaijan State University of Economics
prof., Dr. A.G.Alirzayev	Azerbaijan State University of Economics
prof., Dr. G.N.Manafov	Azerbaijan State University of Economics
prof., Dr. A.P. Babayev	Azerbaijan State University of Economics
prof., Dr. S.M.Yagubov	Azerbaijan State University of Economics
prof.,Dr. M.A.Ahmadov	Azerbaijan State University of Economics
prof., Dr. S.M.Sabzaliyev	Azerbaijan State University of Economics
prof., Dr. M.Kh.Hasanli	Azerbaijan State University of Economics
prof., Dr. F.P.Rahmanov	Azerbaijan State University of Economics
Dr.Y.A.Kalbiyev	Azerbaijan State University of Economics

İQTİSADI ŞÜUR VƏ İQTİSADIYYAT

T.Ə. Quliyev

əməkdar elm xadimi, i.e.d., prof., UNEC

Ş.S. Qaffarov

i.e.d., prof., UNEC

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 05 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart 2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 05 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Məqalədə iqtisadi şüur və iqtisadi təfəkkür sosial-iqtisadi tərəqqinin amilləri kimi qiymətləndirilir. Burada iqtisadi proseslər, iqtisadi hadisələr və iqtisadiyyat arasındakı dialektik əlaqələrin öyrənilməsinə geniş yer verilir. Məqalədə iqtisadi şüuru və iqtisadi dünyagörüşü iqtisadi ideologiyaya çevirən bəzi konsepsiyalar, paradigmlər tənqid edilir. Məqalə müəllifləri bunu müasir qlobal dünyada iqtisad elmi ilə iqtisadiyyat arasında zəif əlaqənin mövcud olması ilə əsaslandırırlar. Məqalədə iqtisad elminin struktur-funksional və rəqulyativ rolunun nəzərdən keçirilməsinə geniş yer verilmişdir.

Açar sözlər: iqtisadi şüur, fəal ictimai şüur, iqtisadi fikirlər, iqtisadi təfəkkür, iqtisadi ideologiya.

JEL Classification Codes: A12, A13, A14

THE ECONOMIC CONSCIOUSNESS AND ECONOMY

Abstract

Factors as socio-economic progress are considered in the article of economic consciousness and economic thinking. Much attention is paid to interconnections between economic processes, economic phenomena, and economics in general. The concepts and paradigms of economic schools, which transfer economic consciousness and economic thinking into its ideology, are criticized in the article. Due to this reason authors believe that there is a gap between economics as a science and economic concept in the global world. A lot of consideration is also given to structural, functional, and regulative role of economic cognition and economic science.

Key words: economic consciousness, active public knowledge, economic thought, economic thinking, economic ideology.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ И ЭКОНОМИКА

Резюме

В статье экономическое сознание и экономическое мышление оцениваются как факторы социально-экономического прогресса. Здесь отводится большое место рассмотрению диалектической связи между экономическими процессами, экономическими явлениями и самой экономикой. В статье критикуются те концепции, парадигмы экономических школ, которые превращают экономическое сознание и экономическое мышление в свою идеологию. Авторы считают, что по этой причине ныне в глобальном мире существует разрыв между экономической наукой, экономической концепцией и экономикой. В статье отводится большое место рассмотрению структурно-функциональной и регулятивной роли экономического познания и экономической науки.

Ключевые слова: экономическое сознание, активное общественное познание, экономические мысли, экономическое мышление, экономическая идеология.

Fəal ictimai şüur, o cümlədən iqtisadi şüur və təfəkkür sosial-iqtisadi tərəqqinin əsasını təşkil edir. Lakin ictimai şüurun başlıca forması olan iqtisadi şüurun iqtisadi inkişafdakı rolu hələ də istər nəzəri-metodoloji, istərsə də pragmatik baxımdan bir müstəqil problem kimi kifayət qədər öyrənilməmiş və identifikasiya olunmamışdır. Bu isə bir tərəfdən iqtisadi fikirlərin ictimai şüurun bir forması kimi olmaqla onun qanunauyğunluqlarının kifayət qədər öyrənilməməsinə və burada real iqtisadi proseslərin, hadisələrin adekvat halda öz əksini tapmamasına səbəb olmuşdur. Lakin dünya təcrübəsi göstərir ki, bir çox hallarda mövcud olan, baş verən iqtisadi proses və hadisələr bizim şüurumuzda nəinki ideyal, hətta orta səviyyəli, passiv halda belə öz əksini tapa bilməmişdir. Bu bir tərəfdən iqtisad elminin ideologiyalaşdırılması (istər Qərbdə, istərsə də MDB ölkələrində), digər tərəfdən isə iqtisadi şüurun, iqtisadi fikrin global böhran vəziyyətdə olması ilə əlaqədardır. Əlbəttə hər bir elmi məktəbin özünəməxsus görüşləri, konsepsiyaları və bütövlükdə nəzəriyyələri ola bilər. Lakin bu o demək deyil ki, real iqtisadi münasibətləri, hadisə və prosesləri hər hansı bir iqtisadi məktəbin istəyi ilə subyektiv halda (məqsədli halda) izah etmək lazımdır.

İqtisadi münasibətlər obyektiv halda mövcud olur və bu özünü müəyyən iqtisadi kateqoriyalarda təzahür etdirir. Məsələn, defolt, əməkhaqqı, pul, renta və s. müxtəlif iqtisadi sistemlərdə fərqli qaydada təzahür edir və bu, ayrı-ayrı iqtisadçılar tərəfindən eynimənalı izah edilmir. Ona görə də iqtisadi münasibətlər sistemində iqtisadi fikirlər hər hansı bir iqtisadi problemə yanaşmada bəzən birtərəfli olur, həmin problemin həlli yolları sistemli halda nəzərdən keçirilmir. Beləliklə də iqtisadi dünyagö-

rüşundə, şüurda baş verən kortəbiilik, ən azı anlaşılmazlıq istər-istəməz iqtisadiyyata, iqtisadi siyasətə yanlış halda transformasiya olunur və iqtisadiyyatın elmi səviyyədə idarə olunmasına mənfi təsir göstərir. Beləliklə də iqtisad elmi ilə iqtisadiyyat arasında bir növ uçurum əmələ gəlir.

Məlumdur ki, hər bir elmin öz predmeti, öz məzmunu və öyrəndiyi məsələlərin, problemlərin əhatə dairəsi vardır. Lakin digər elmlərdən fərqli olaraq iqtisad elmi daha çox sosial yönümlü siyasəti, iqtisadi siyasət baxımından, həmin sahələr üzrə müvafiq qərarların qəbul edilməsi baxımından, digər elmlərlə də üzvi şəkildə əlaqədardır. Bu əlaqələr, necə deyirlər, sadəcə terminoloji cəhətdən deyil, daha çox məzmun baxımından mövcuddur.

Məzmun baxımından burada əsas vəzifə bu və ya digər iqtisadi münasibətlər daşıyıcılarının və iqtisadi fəaliyyətin, iqtisadi həyatın psixologiyasının, iqtisadi təfəkkürünün formalaşması qanunauyğunluqlarının, iqtisadi şüurun digər şüur formaları və strukturu ilə qarşılıqlı əlaqəsinin öyrənilməsi və ictimai şüurun iqtisadi formalarının başlıca prioritetlərinin öyrənilməsinə tələb edir. Yalnız belə bir şəraitdə iqtisadi cəmiyyətin bütövlüyünü, vəhdətliyini və habelə bu vəhdətliyin ziddiyyətlərini sistemli təhlil və sintez etmək mümkündür. Həm də nəzərə almaq lazımdır ki, iqtisadi sistemlərin dinamikası və vəhdətliyi yalnız fasiləsiz deyil, həm də fasiləli, yəni tsiklik səciyyə daşıyır. Bundan başqa, tsiklik inkişafda mövcud mərhələlər bir-biri ilə bağlı olsa da, necə deyirlər, bir-birlərinə dayaq olsalar da, bu mərhələlərdə baş verən proseslər haradasa bir-birini inkar edir və yeni qaydalı proseslər formalaşdırır. İqtisadiyyatdakı, bu konkret proseslərdəki dəyişikliklər bir sıra hallarda heç də izomorf (sistemi əmələ gətirən üsürlərin eyniliyi, struktur-funksional əlaqəsi) halında deyil, turbolent halda mövcud olur və nəticədə funksionallıq əlaqəsi pozulur. Bəzən yeni ilə köhnə arasında funksiyaların formalaşması və icrasında keyfiyyətə lazım olmayan əlaqələr formalaşır və bu da sistemin bütövləşməsinə mane olur, sistemdə deformasiya hallarının çoxalmasına gətirib çıxarır.

Bir çox iqtisadçı və sosioloqlar sistemlərdə, o cümlədən iqtisadi sistemlərdə mövcud olan struktur-funksional əlaqələri (sistemin üsürləri arasındakı əlaqələri) bir qayda olaraq subordinasiya prinsipli əlaqələr kimi dərk edir və izah edirlər. Bu prinsip sistem nəzəriyyəsinə ən geniş yayılmış müddəalardan biridir. Bu fikir ilə əsasən razılaşmaq olmaz, nə üçün? Ona görə ki, istər bioloji, istərsə də texniki-texnoloji, istərsə də iqtisadi sistemlərin üsürləri həmin sistemin əmələ gəlməsində özünəməxsus rola malikdir. Hər hansı bir texniki sistemin normal işləməsi üçün onun bütün üsürlərinin normal və davamlı olması zəruridir. Məsələn, biologiya sahəsini götürək. İnsanın hüceyrələri, onun daxili orqanları bütövlükdə insan orqanizmini əmələ gətirir, lakin insan orqanizmi həm də ayrı-ayrı daxili orqandan asılı olur. Çünki bu və digər sistemlər arasında ciddi struktur-funksional əlaqə və asılılıq vardır. Bu asılı-

lıq pozulduğu zaman sistem öz təyinatı üzrə fəaliyyət göstərə bilmir. Əlbəttə hər bir sistemin formalaşmasının özünəməxsus spesifik xüsusiyyətləri də vardır. Ona görə də izomorf qayda ilə sistemlərin, o cümlədən iqtisadi sistemlərin substansional, yəni obyektiv reallıq arasında dialektik vəhdət və əlaqə vardır. Bu əlaqə və vəhdətlik ideal və qeyri-ideal, qaydalı və qaydasız hallarda, variantlarda, vəziyyətdə ola bilər. İdeallıq və qeyri-ideallıq bir qayda olaraq iqtisadi münasibətlərin xarakterindən, insan fəaliyyətinin insan şüurunun determinasiyası amillərindən xeyli dərəcədə asılıdır. Bu amillər insan fəaliyyətini stimullaşdırır da, ölgünləşdirir də bilər. Bu və ya digər amillər yalnız bir-biri ilə əlaqədar olmur, necə deyirlər, öz enerjisini bir-birinə ötürür və həmin ötürülmüş enerji, stimulye və antistimulye vəziyyətdən asılı olaraq davamlı və qeyri-davamlı halda özünü göstərmiş olur. Onların bir-birinə nüfuz etməsi, implikasiyası konkret iqtisadi, sosial situasiyadan və reallıqdan asılı olur. Şəraitdən asılı olaraq bu proses kəskin və yaxud mülayim xarakter ala bilər, xətti və qeyri-xətti məzmunu malik olur.

Entropiya halları çoxaldıqda, nəinki real həyatda ayrı-ayrı subyektlərin, fərdlərin, hətta onların sosial fəaliyyətində, şüurunda müxtəlif daxili ziddiyyətlər meydana çıxır. Subyekt və obyektlər arasında ziddiyyətlər baş verir və bu iqtisadi həyata əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir, hətta belə demək mümkünsə, əks-əlaqə qayıdış formasında iqtisadi reflekslər əmələ gəlir, nəticədə real situasiya, sosial iqtisadi proseslər ilə iqtisadi şüur arasında gərginlik formalaşır. Onlar sanki bir-birinə əks olan funksional yarım sistemlər əmələ gətirir. Bu yarım sistemlər qeyri-pozitiv olsalar da, hər halda, özlərinə real iqtisadi münasibətin təşəkkül tapmasına şərait yaratmış olur. Belə bir şəraitdə iqtisadi şüur, necə deyirlər, yalnız şüur olaraq qalmır. O, əmək kollektivlərində və bütövlükdə cəmiyyətdə formalaşmaqda olan sosial-iqtisadi fəaliyyətə güclü təsir göstərir. Başqa cür desək, bu, maddiləşmiş bir qüvvəyə çevrilir.

Bəzi iqtisadçı və sosioloqlar bu problemə təcrübədə heç də elmi cəhətdən yanaşmırlar. Belə ki, şüur və fəaliyyəti çox zaman psixoloji halda, insan psixologiyası prizmasından izah edirlər. Halbuki, şüur da, əmək fəaliyyətinin və digər fəaliyyətin vəhdətliyi, həm metodoloji, həm də reallıq baxımından özünə sosial-iqtisadi prosesləri, hadisə və əlamətləri daxil edir. Əlbəttə, burada heç də şüura mütləq halda, optoloji baxımdan yanaşmaq da düzgün olmazdı. Bu mənada, şübhəsiz ki, şüur müəyyən fərdlərin və sosial qrup(lar)da insanların emosional vəziyyəti, temperamenti bir sözlə psixoloji durumu ilə də əlaqədardır. Bu mənada reallığın şüur vasitəsilə şüurda əks olunması xeyli dərəcədə insan amilindən də asılıdır. Bu o deməkdir ki, şüurun həm də əks etmə, idrak, konstruktiv və bütövlükdə requlyativ funksiyaları da vardır. Lakin bununla yanaşı, şüurun requlyativ funksiyasının icrası da insanları əhatə edən sosial-iqtisadi mühitdən asılı olur.

Sosial-iqtisadi həyatın requlyativ funksiyası ilk baxışdan insanların və əmək kollektivlərinin requlyativ funksiyası kimi görünsə də, bu, əslində, iqtisadiyyatın və digər sferaların tənzimlənməsi funksiyasıdır. Ona görə də bəzi filosoflar haqlı olaraq bunu requlyativ idarəçilik funksiyası, pozitiv yaradıcılıq və nəzarət prosesi kimi qiymətləndirirlər. Bunu yalnız insan şüurunda, beyinlərdə reallığın əks olunması forması kimi deyil, həm də funksionallaşmış obyektiv şəraiti nəzərə ala bilən bir yarım sistem kimi başa düşmək lazımdır. Doğrudan da, insan şüurunu iqtisadi təfəkkürdən, insanın mövcud fəaliyyətindən, sosial-iqtisadi münasibətlərdən kənarda təsəvvür etmək mümkün deyil. Bu mənada insan şüuru həm də sosial-iqtisadi prosesləri əks etdirən bir funksiya kimi özünü göstərir. Bu baxımdan, fərdi şüurla ictimai şüur arasındakı reallıq, struktur-funksional vəhdətlik mövcud olur və həm də burada insan öz şüuru vasitəsilə bu münasibətlərin daşıyıcısı kimi çıxış edir. Lakin insan bu münasibətlərin fəal daşıyıcısı olduğu halda, həmin münasibətlərin təzyiqinə məruz qaldıqda, onun pozitiv funksional fəaliyyəti, o cümlədən requlyativliyi heçə enmiş olur.

İqtisadi şüur həm də ayrı-ayrı fərdlərin və sosial qrupların ictimai psixologiyası və ideologiyası ilə də təmasda olur və şərtlənir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, hətta bu, bəzi liderlərin, sosial qrupların, necə deyərlər, ideologiyasına çevrilir. Belə şəraitdə iqtisadi şüurla iqtisadi ideologiya qərəzli, məqsədyönlü halda birləşmiş olur, şüurla ideologiya bir-birinə bu və ya digər formada təsir və əks-təsir göstərir. Belə olan halda, qərribə də olsa, şüur deyil, ideologiya və müəyyən mənafeələr insanların, sosial təbəqələrin və dövlətlərin fəaliyyətini istiqamətləndirir və əlaqələndirir, bu prosesi həm də siyasiləşdirir. Əlbəttə, hər bir sosial təbəqənin, ölkənin, dövlətin müəyyən mənafeələri olmalıdır. Lakin bu maneyələr obyektiv və sağlam əsaslar üzərində qurulanda, daha yaxşı olur. Ona görə də əksetmə (idrak prosesi) ilə pozitiv requlyativlik arasında əlaqə təsviri və ideoloji deyil, sağlam məqsədli – proqramlı olmalıdır, sözün əsl mənasında sağlam idraka, təfəkkürə əsaslanmalıdır. Bu mənada nəinki iqtisadi təfəkkür, hətta iqtisadi ideologiyanın özü də deklarativ, ritorik, manipulyasiyalı olur. İqtisadi şüur subyektiv davranışa deyil, iqtisadi sistemlərin dayanıqlı inkişaf mexanizminə, pozitiv şərtlərinə söykənməlidir. Bir sözlə, ictimai şüurun iqtisadi formaları cəmiyyətin davamlı, mütərəqqi inkişafının buxovuna çevrilməməli, əksinə onun inkişafına təkan verməlidir. Lakin dünya təcrübəsi göstərir ki, iqtisadiyyatda gedən böhran və korrupsiya halları özünü neqativ iqtisadi şüurun törəməsi, nəticəsi kimi göstərir və bu hal iqtisadi şüurluluğun antipodu kimi çıxış edir. Əlbəttə, dünya təcrübəsi onu da göstərir ki, cəmiyyətdə baş verən iqtisadi proseslər, hadisələr bütün hallarda mütləq ideallıq halında ola bilmir. Lakin bu yol verilən səviyyədə və mülayim çərçivədə olduqda, daha yaxşı olur.

Cəmiyyətdə, firma və şirkətlərdə baş verən proseslərin ideallığı və qeyri-ideallığı heç də subyektiv meyarlar və amillərlə müəyyən olunmur. İdeallıq və qeyri-ideallıq

ilk növbədə baş verən hadisə və proseslərin öz mahiyyətindən irəli gəlir, çünki istər cəmiyyətin, istərsə də firma və şirkətlərin iqtisadi həyatı obyektiv iqtisadi proseslərlə şərtlənir. Əlbəttə, burada mənəvi amillərin rolunu da inkar etmək olmaz. Bu mənada iqtisadiyyatda ideallıq və qeyri-ideallıqdan söhbət gedəndə, iqtisadi və qeyri-iqtisadi amilləri qarşı-qarşıya qoymaq bu problemə qeyri-elmi, qeyri-sistemli yanaşma olardı.

Ümumiyyətlə tarixən, xüsusilə müasir dövrdə iqtisadi və sosial sistemlər, amillər həmişə vəhdət halında olmuşdur. Bütün cəmiyyətlərdə, ölkələrdə və müəssisələrdə iqtisadi ideallıqla iqtisadi reallıq arasındakı nisbət eyni məzmununda və eyni səviyyədə olmur. Burada eynilik və qeyri-eynilik səviyyəsi istər-istəməz iqtisadi şüura da təsir edir. Bu mənada iqtisadi şüur əvvəlcədən insanların şüurunda özünə yer tapır. Belə yertapma müxtəlif formalarda ilk növbədə həyatın keyfiyyəti, sosial təbəqələrin gəlirlərdəki payı iqtisadi rəqabət və iqtisadi ideologiyada özünü daha çox büruzə verir. Bu təzahür formaları, iqtisadi ideologiya heç də asanlıqla formalaşmır, onun həm iqtisadi, həm də fəlsəfi, hüquqi, siyasi ikili standartlı hegamon dövlətlərin ideyaları ya da idealları çalarları, aspektləri də mövcud olur. Ona görə də iqtisadi ideologiya, ümumiyyətlə ideologiya bütöv bir sistemin özündə birləşir, ehtiva edir.

İqtisadi ideologiyada problemlərə iqtisadi nəzəriyyə, iqtisadi doktrina, siyasi iqtisad və fəlsəfə baxımından düzgün, elmi, sistemli yanaşmanın böyük əhəmiyyəti vardır. Burada iqtisad elmi, iqtisadi fikir aparıcı mövqeyə malikdir. Ona görə də burada iqtisadi həqiqəti, iqtisadi problemləri düzgün olaraq, vaxtında irəli sürmək və əsaslandırmaq son dərəcə zəruridir. Lakin dünya təcrübəsi göstərir ki, bir çox hallarda iqtisad elmi ideologiyalaşdırılır, ideoloji mühakimələrin obyektinə çevrilir, elmi konsepsiyaların özü də bayagılaşdırılır və ayrı-ayrı hakim sosial təbəqələrin mənafeələrinə xidmət edir. Nəticədə iqtisad elminin həqiqi məzmunu, gerçəkliyi səviyyəsi və iqtisadi münasibətlərin özünün əsl mahiyyəti arxa plana keçmiş olur. Bu o deməkdir ki, iqtisad elmi və iqtisadi nəzəriyyə artıq real qanunauyğunluqları özündə əks etdirə bilmək qabiliyyətində olmur, iqtisad elmi, sanki məhdudiyyət içərisində qalır, müəyyən hakim sosial təbəqələrin əsirinə çevrilmiş olur və beləliklə də iqtisadi biliyin, iqtisadi təfəkkürün özü elmi yanaşmalardan, elmi prinsiplərdən uzaqlaşır. Başqa cür desək, iqtisad elminin tələbləri və prinsipləri ilə iqtisadi ideologiya arasında uçurum, uyğunsuzluq baş verir, bu özünün dərin mahiyyətinə nüfuz edə bilmir. Bu mənada iqtisad elmi, sanki, qnoseoloji, şüur sferası ətrafında bir növ fırlanmış olur, obyektiv iqtisadi münasibətləri və obyektiv iqtisadi şüuru özündə lazımi səviyyədə ehtiva edə bilmir, cəmiyyətdə və əmək kollektivində baş verən prosesləri özündə yüksək elmi səviyyədə əks etdirmir.

Əlbəttə iqtisadi şüuru, iqtisadi təfəkkürü iqtisadi siyasətdən ayrı təsəvvür etmək olmaz. Lakin burada nəzərə almaq lazımdır ki, iqtisadi siyasət heç də iqtisadi ideologiya demək deyil. Bununla belə istər iqtisadi şüur, istərsə də iqtisadi siyasət müəyyən rəşional iqtisadi fəaliyyət qaydaları, normaları ilə bağlıdır. Ona görə də iqtisad

elminin və dövlətin rəşional imperativ tələbləri, real iqtisadi münasibətlərin qanunauyğunluqları iqtisadi siyasətdə öz adekvatlığını tapmalıdır. Əks tədqirdə, iqtisadi şüurun deformasiya halında iqtisadi ideologiyanın xeyrinə modifikasiya edilməsi iqtisad elminin və iqtisadiyyatın özünün requlyativ funksiyasının zəifləməsinə gətirib çıxara bilər, iqtisadiyyatın real vəziyyəti və strategiyası haqqında düzgün elmi fikir yürütməyi çətinləşdirər, iqtisadiyyatda gözlənilməz problemlər yarada bilər.

Göründüyü kimi, iqtisadi şüur ictimai şüurun bir başlıca forması kimi son dərəcə mürəkkəb problemlər və onların həlli ilə əlaqədardır. Ona görə də iqtisad elmini istər nəzəri-metodoloji, istərsə də praktiki baxımdan həmin problemlərdən tədris olunmuş halda başa düşmək düzgün olmazdı.

Başqa şüur formalarında olduğu kimi, iqtisadi şüur da müəyyən iqtisadi kateqoriyalar ilə əlaqədardır və onların tətbiqi və istifadəsi şərtləri ilə bağlı olur. Bu mənada iqtisadi şüur və iqtisadi təfəkkür cəmiyyətin iqtisadi sistemləri və yarım sistemləri, bu sistemlərin optimal formalaşması və fəaliyyət göstərməsi ilə rəşional qaydada birləşməli, vəhdət təşkil etməlidir. Bunun üçün ilk növbədə şüur və təfəkkürün özü qondarma, illüziya və yanlış olaraq formalaşmamalı, qurulmamalıdır. Lakin bu o demək deyil ki, iqtisadi şüur və təfəkkür hər hansı bir kateqoriya və yaxud əşya formasında olmalıdır. Sadəcə, burada iqtisadi sistemlərin və fəaliyyətin subyektləri, daşıyıcıları əmtəə-dəyər münasibətlərinin şüurlu, rəşional dərk edilməsini bacarmalıdır. Dərk edilməmiş iqtisadi fəaliyyət ən təhlükəli və ziyanlı fəaliyyət növüdür. Çünkü belə fəaliyyət nəinki iqtisadi hadisə və prosesləri idarə etməyə mane olur, həm də iqtisadi şüur obyektlərinin fetişləşdirilməsinə gətirib çıxarar, iqtisadi münasibət və kateqoriyaların özü haqqında eybəcər illüziyalar əmələ gətirər.

Bu hallarda iqtisadi şüur, sanki, müasir dövrün bir kortəbii missiyasına çevrilmiş olur. Belə bir şəraitdə iqtisadi proseslərin requlyativ tənzimlənməsi zahiri bir metod formasını alır və bazar münasibətləri, bazar sferası, bazar qiymətləri, iqtisadi, istehsal sistemlərinin real iqtisadi fəaliyyətinə əks-istiqlamət almış olur, bazar qiymətlərini istehsal sferasındakı dəyərdən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənməsinə gətirib çıxarır. Belə şəraitdə fetişləşmiş iqtisadi şüur həm də fetişləşmiş iqtisadi ideyalar, paradikmalar, iqtisadi hadisə və proseslərin daxili və xarici əlaqələri haqqında qeyri-sistemli, qeyri-ardıcıl iqtisadi düşüncələr, təsəvvürlər yaratmış olur. Bu mənada müasir dövrdə yüksək elmi səciyyəli iqtisad elmi və ona uyğun gələn iqtisadi paradikmaların formalaşması zərurəti meydana çıxmışdır. Bu meyil iqtisad elminin həqiqətən qeyri-vulqar, qeyri-ideoloji elmə çevrilməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir, əmtəə-pul münasibətlərinin iqtisadi həyatda və cəmiyyətdə mütləq səciyyə kimi qiymətləndirilməsinə son qoyar, iqtisadi şüurun real fəallığını artırır. Əlbəttə, iqtisadi şüurun fəallığının artırılması iqtisadi şüurun obyekt və subyektlərinin, onların qarşılıqlı təsirinin, davranışının səviyyəsindən də çox asılıdır, çünki onların ara-

sındakı əlaqə və qayıdış əlaqəsinin, bu əlaqədən irəli gələn davranış qaydalarından da çox şey asılıdır. Qeyri-elmi iqtisadi şüur, təsəvvür şəraitində şüurla, iqtisadi subyektlə obyektlər arasındakı əlaqə istər-istəməz həqiqi əlaqəni, səmərəli əlaqəni, mühakiməni təmsil edə bilməz. Bu səbəbdən həmin əlaqələr istər-istəməz kortəbii xarakter daşıyır və özünün sosial funksiyasını itirmiş olur. Nəticədə istər şüurda və istərsə də iqtisadi həyatın özündə müəyyən hallarda katastrofik hallar əmələ gətirə bilər, bir-birinə zidd olan, bir-birini inkar edən, hətta belə, yaxşı hallarla pis halların eyniləşməsinə, bu eyniliyin qeyri-elmi identifikasiyasına gətirib çıxara bilər, bir sözlə, iqtisadiyyatda subyektivizm hallarının çoxalmasına və yaxud da güclənməsinə səbəb olub bilər. Başqa cür desək, belə iqtisadi şüur ilə ləyaqətli rəşional iqtisadi münasibətlər əvəzinə qeyri-iqtisadi münasibətlərin, sistemlərin formalaşmasının katalizatoru kimi çıxış edə bilər, cəmiyyətdə nə varsa hamısı əmtəə-pul münasibətlərinin simvoluna çevrilmə formasını ala bilər. Ona görə də iqtisadi şüurun qeyri-elmi qaydada formalaşması haqqında düşünmək lazımdır. Belə bir şüurun formalaşmasının ilkin şərtləri əvvəlcədən müəyyənələşməli və qarşısı alınmalıdır. Əks təqdirdə, həqiqi, elmi iqtisadi şüur deyil, yalançı, kvazi şüur qaydaları sistemləri özünə geniş yol açar bilər. Kvazi şüur yalnız iqtisadi münasibətləri, iqtisadi sistemi deyil, sosial münasibətləri və sosial sistemləri əhatə etdikdə onun nəticələri daha dəhşətli ola bilər. Bu mənada radikal bazar sistemini perspektivli deyil, illüziyalı iqtisadi sistem adlandırmaq olar. Burada iqtisadi fəaliyyət və iqtisadi münasibətlər sisteminin daşıyıcılarının fəaliyyətindən də çox şey asılıdır.

Burada problemlərin pozitiv həlli həmin subyektlərin məqsədlərinin nə dərəcədə sırf iqtisadi və qismən də sosial səciyyəli fəaliyyəti konkret iqtisadi hadisə və proseslərin elmi idarə edilməsi ilə də birbaşa bağlıdır. Ona görə də burada iqtisadi və sosial baxımdan əhəmiyyətli olan problemlərin subyektlər tərəfindən səbəb-nəticə kontekstindən nəzərdən keçirilməsi, iqtisadiyyatda baş verən təsadüfi, qeyri-müəyyən halların, habelə spekulyativ halların aradan qaldırılması və yaxud minimum həddə çatdırılması son dərəcə vacibdir.

İqtisadi şüur ayrı-ayrı subyektlərin, sahibkarların, biznesmenlərin fəaliyyətinin təcrid olunma formasında deyil, ictimai-iqtisadi şüur formasında özünü göstərdikdə, ümumilli mənafe baxımından olması daha önəmli olur, kvazi paradigma, iqtisadi şüur forması almır, ayrı-ayrı adamların bir sıra iqtisadi hadisə və proseslərlə manipulyasiya etməsinə imkan vermir. Ona görə də iqtisadi şüurun idrak, dərk etmə aspektinin belə qaydası mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu, pozitiv ictimai hadisə və proseslərlə impulsasiya, qaydalı determinasiya olunduqda, öz pozitiv təsirini iqtisadi təfəkkürə də göstərmiş, iqtisadi şüurun rəqulyativ yarım sisteminin fəaliyyətinə, subyektlərin aktiv fəaliyyətinə təkan vermiş, kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərinin düzgün əlaqələndirilməsinə səbəb olmuş ola bilər.

İqtisadi şüur iqtisadi təfəkkürlə bağlıdır. İqtisadi təfəkkür isə daha çox iqtisadi düşüncə, düşüncə mədəniyyəti, düşüncə intellektuallığından irəli gəlir. Normal iqtisadi təfəkkür öz növbəsində fəaliyyətin, o cümlədən iqtisadi fəaliyyətin məqsədyönlü qaydada aparılmasını, fəaliyyətin düzgün koordinasiya və inteqrasiya edilməsini ehtiva edir. Burada iqtisadi təfəkkürün iqtisadi mühakimə, iqtisadi təhlil, iqtisadi nəzəriyyə ilə düzgün qovuşması və onların vəhdətinin təmin edilməsi ən vacib və ilkin şərtidir.

İqtisadiyyat elmi iqtisadi problemlərin, proseslərin və hadisələrin geniş diapazonu əhatə edir. Bu və digər səbəblərdən, bütövlükdə iqtisadiyyat və onun ayrı-ayrı problemləri haqqında müxtəlif fikirlər ola bilər. Lakin bu fikirlər aydın, dəqiq və şəffaf olduqda, səhvetmə halları daha az ola bilər, uğurlar isə çoxalır. Bu və digər mənada, iqtisadi təfəkkürü praktik, pragmatik fəaliyyət imkanları və formaları prizmasından keçirmək son dərəcə vacibdir. Lazım gəldikdə isə hər hansı problemlər üzrə (iqtisadi artım, devalvasiya, beynəlxalq bazara çıxış, qiymətli kağızlar bazarı və s.) sistemli təhlil əsasında düzəlişlər etmək, koordinasiya əlaqələri qurmaq lazımdır. Bu iqtisadi təfəkkürün iqtisadi sferalar üzrə tətbiqinin həm nisbi məhdudluğunu (cari dövr üçün), həm də qeyri-məhdudluğunu göstərir, səciyyələndirir (strateji baxımdan).

İqtisadiyyatın qloballaşması, beynəlmilləşməsi və ayrı-ayrı ölkələrin inkişafı təcrübəsi göstərir ki, iqtisadiyyatla (ümumi və konkret iqtisadi problemlərdə) iqtisadi konsepsiyalar, mülahizələr arasında xeyli fərqlər, qeyri-adekvatlıq çalarları mövcuddur. Bu, bəzən əvvəllərdə göstərdiyimiz kimi, iqtisadi ideyaların əsassız olaraq qarşıdurmasına, toqquşmasına gətirib çıxarır. Əlbəttə, iqtisadi təfəkkür, iqtisadi qaydalar, bütövlükdə hər şey öz yerində olanda, sosial-iqtisadi inkişaf da öz normal başlanğıcı və axını ilə gedə bilər.

İqtisadiyyat, iqtisadi sfera heç də estetik həzzalma obyektidir deyil. Əgər burada estetika varsa, o da maddi nemətlərin istehsalı və gəlirlərin düzgün, şəffaf bölüşdürülməsidir. Bu isə cəmiyyət üzvləri, firmalar, əməkdaşlar arasında pozitiv əməkdaşlığa səbəb ola bilər. Cəmiyyətin indi sağlam sosial-iqtisadi təfəkkürə, şüurlu iqtisadi davranış qaydalarına ehtiyacı, tələbatı vardır. Cəmiyyət, dünya, həqiqətən, bu tələbatın azlığından, çatışmamasından əziyyət çəkir.

İndi adamlar, belə demək mümkünsə, daha çox iqtisadi egoist olublar. Hətta dövlətlər, millətlərarası iqtisadi egoizm halları da güclənməyə başlamışdır, insanlar pulu, maddiliyə qarşı daha həssas və ehtiraslı olublar. Bu tərzli, səpgili iqtisadi təfəkkür insanları, ailələləri bir-birindən ayırır, sosial təbəqələrarası antaqonizm meyillərini gücləndirir. Belə olan halda, destruktiv, spontan təbiətli iqtisadi şüur özünə uyğun iqtisadi təfəkkür, iqtisadi düşüncə qaydalarını formalaşdırır, hardasa normal təfəkkür lazımsız, faydasız bir hala çevrilir, ancaq mövcud olan hadisə, proses və faktlara adaptasiya, transformasiya olunmağa meyl edilir. Bu halda, nəzəri idrakın iqtisadi hadisə və proseslərin dərk edilməsinə, buraxılmış səhvlərin düzəlişinə, kor-

reksiya edilməsinə də imkan verə bilmir, pozitiv nəzəri iqtisadi bazanı təşkil edən müddəalar, konsepsiyalar cəmiyyətdə özünə mövqə qazana bilmir. Nəticədə gözlənilən strateji nəticələr bir sıra hallarda özünü doğrultmur. Bir sözlə, iqtisadi şüurun, iqtisadi fikrin böhranı başlayır.

Ədəbiyyat

- [1] Тугаринов В.П. Философия сознания. М., 1971
- [2] Вопросы экономики, 2000, №4
- [3] МЭ и МО, 20012, №6
- [4] МЭ и МО, 2003, №4
- [5] Вопросы философии, 2004, №4
- [6] Вопросы экономики, 2010, №3

REKLAM BAZARININ İQTİSADI SUBYEKTLƏRİ VƏ ONLARIN ƏSAS FƏALİYYƏT PRİNSİPLƏRİ

Ş.Ə. Əsgərov
dos., UNEC

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 15 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 15 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Müasir şəraitdə reklam ictimai istehsalın gedişinə hərtərəfli təsir göstərən mühüm amillərdən biri hesab olunur. İnkişaf səviyyəsindən asılı olmayaraq hər bir ölkə reklama və reklam fəaliyyətinə əlahiddə diqqət yönəldir və sahibkarlıq strategiyasının işlənilib hazırlanması zamanı reklama çəkilən xərclərin yüksək tempə artması halları nəzərə alınmaqla ona xüsusi yer ayrılır. Bununla əlaqədar olaraq iqtisadi sistemin tərkib elementi kimi formalaşmaqda olan reklam bazarı bazar münasibətlərinin tələbləri baxımından aktualıq kəsb edir. Ölkənin iqtisadi həyatında baş verən dəyişikliklər reklam bazarının daxili və xarici mühitinə bilavasitə təsir etməklə bu bazarın həm kəmiyyət, həm də keyfiyyətə dəyişikliklərə uğramasına səbəb olur.

Açar sözlər: reklam bazarı, reklam verənlər, reklam agentlikləri, reklam fəaliyyəti.

JEL Classification Codes: M37

ECONOMIC SUBJECTS OF THE ADVERTISING MARKET AND THE BASIC PRINCIPLES OF THEIR ACTIVITIES

Abstract

In modern conditions, advertising is considered one of the important factors that comprehensively influence the course of social production. Regardless of the level of development, each country pays exclusive attention to advertising and promotional activities, and when devising an entrepreneurial strategy, it pays special attention to it, taking into account the high growth rates of advertising expenditures. In this regard, the advertising market, formed as an integral element of the economic system, acquires relevance from the point of view of the requirements of market relations. Changes in the economic life of the country, directly affecting the internal and external environment of the advertising market, are the cause of both qualitative and quantitative changes taking place in this market.

Keywords: advertising market, advertisers, advertising agencies, advertising activities.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СУБЪЕКТЫ РЕКЛАМНОГО РЫНКА И ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Резюме

В современных условиях реклама считается одним из важных факторов, все-сторонне влияющих на ход общественного производства. Независимо от уровня развития, каждая страна уделяет исключительное внимание рекламе и рекламной деятельности, и при разработке стратегии предпринимательства уделяет ей особое место, с учетом высоких темпов роста расходов на рекламу. В связи с этим, рекламный рынок, формируемый как составной элемент экономической системы, приобретает актуальность с точки зрения требований рыночных отношений. Перемены, происходящие в экономической жизни страны, непосредственно влияя на внутреннюю и внешнюю среду рекламного рынка, становятся причиной как качественных, так и количественных изменений, происходящих на этом рынке.

Ключевые слова: рекламный рынок, рекламодатели, рекламные агентства, рекламная деятельность.

Giriş. Ölkə iqtisadiyyatının bazar prinsipləri əsasında qurulması, iqtisadiyyatın sabit və dayanıqlı inkişafının təmin edilməsi iqtisad elmi qarşısında həll edilməli vacib hesab edilən bir sıra məsələlər qoymuşdur. Reklam bazarı, onun inkişaf dərəcəsi və inkişaf etmiş bazar infrastrukturunun mövcudluğu milli iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsini və onun dünya təsərrüfat sisteminə inteqrasiyasını xarakterizə edən mühüm indikatorudur.

Əsas hissə. Reklam bazarının fəaliyyət xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək üçün ilk növbədə reklam məhsullarının istehsalı və satışı ilə bilavasitə əlaqədar olan müxtəlif mərhələ və səviyyələrdə bazar iştirakçılarını və bu iştirakçılar arasında qarşılıqlı fəaliyyət mexanizmini öyrənməyə imkan verən elementləri seçib ayırmaq lazım gəlir:

- reklam verənlər - reklam proseslərinin təşəbbüskarları hesab edilən fiziki və hüquqi şəxslər;
- reklam agentlikləri (reklam məhsullarının istehsalçıları-kreativ agentlər);
- reklam vasitəçiləri (mediasellerlər, mediabayerlər və s.).
- reklam verənin sifarişləri ilə məşğul olan fiziki, hüquqi şəxslər və ya reklam məhsullarının işlənilib hazırlanması və kütləvi informasiya vasitələrində bu informasiyaların yerləşdirilməsi ilə bağlı yayım vasitələri.
- tədqiqat agentləri (auditoriya və reklamı);

- reklam edilən məhsul və xidmətlərin istehlakçıları (alıcıları) - reklam məlumatlarının ünvanlandığı və bu informasiyaları qəbul edən fiziki və hüquqi şəxslər.

Hesab edirik ki, reklam bazarının birinci dərəcəli iştirakçıları üzərində dayanmaq daha məqsədəuyğundur.

1. Reklam verənlər - bu reklam agentliyinə sifarişlər verən və bu sifarişlərin dəyərini ödəyən hüquqi və ya fiziki şəxsdir. Reklam verənlər (istehsal və kommersiya firmaları; bank və investisiya şirkətləri, sahibkarlar və s.) məhsul və xidmətlərin reklamını həyata keçirmək üçün reklam agentliyinə müəyyən sifarişlərin verilməsi, onlarla birlikdə reklam büdcəsinin işlənilib hazırlanması, reklam yayım vasitələrinin seçilməsi və s. kimi tədbirlər həyata keçirirlər. Özləri haqqında müsbət informasiyaların yayılmasında maraqlı olan reklam verənlər reklamın istehsalı, yerləşdirilməsi və sonrakı yayımı üçün informasiya mənbəyi hesab olunurlar.

Reklam proseslərində həlledici struktur kimi çıxış edən reklam verənlərin reklam proseslərinə bağlılıq dərəcəsi bir çox parametrlərlə, məsələn firmanın ölçüləri, təşkilati strukturun tərkibində reklam bölməsi və ya reklam menecerinin varlığı, reklam tədbirlərinin həyata keçirilməsi üçün nəzərdə tutulan maliyyə vəsaitlərinin kəmiyyəti ilə ölçülür. Nəzərə almaq lazımdır ki, reklam verənlər bu parametrlərə malik olmadıqda, onlar bir növ reklam istehsalçısına çevrilirlər. Bunun üçün reklam verənlər yer və vaxt almaq məqsədi ilə bilavasitə KİV-lə qarşılıqlı fəaliyyət göstərmək məcburiyyətində qalır və bu tip reklam verənlər reklam agentlikləri və tədqiqat təşkilatlarının xidmətindən istifadəyə bir o qədər meyl göstərmirlər. Reklam verənin təşkilati strukturunda reklam üzrə mütəxəssis olduqda reklam istehsalçısı çıxış edən reklam verənlərin reklam prosesində iştirak dərəcəsi kifayət qədər yüksək olur. Bəzi hallarda sifarişçi firma reklam agentliklərinə etibar etməklə reklam fəaliyyətinin təşkilində iştirak səviyyəsini minimum həddə endirir. Bütün bunlara baxmayaraq istənilən halda reklam agentlikləri reklam məhsulları istehsalı üçün lazım olan bütün informasiyalara malik olan sifarişçilərlə sıx əməkdaşlıq göstərməyə çox maraqlıdırlar. Təbii ki, reklam müəssisələrinə müəyyən məbləğdə pul ödəyən iri reklam verənlər bir neçə reklam agentlikləri ilə əməkdaşlıq edə bilirlər.

Bir qayda olaraq reklam verənlərin icra etdikləri funksiyaların praktiki baxım-dan müəyyənləşdirilməsi aparılan tədqiqat çərçivəsində böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Təbii ki, reklam xidməti şöbəsinin strukturunun işlənilib hazırlanması, ştat vahidlərinin müəyyənləşdirilməsi, şöbə daxilində vəzifə bölgüsünün aparılması, xidmətin fəaliyyətinə rəhbərlik işinin həyata keçirilməsi və reklam agentliklərinin seçilməsi reklam verənlərin inzibati funksiyasını təşkil edir. İnzibati funksiya ilə yanaşı şirkətin marketinq planı və büdcəsinə uyğun gələn məqsəd və vəzifələrin müəyyənləşdirilməsi reklam verənlərin vacib funksiyalarından biridir. Bu funksiyanın yerinə yetirilməsi üçün reklam üzrə menecer şirkətin fəaliyyətinə təsir edən bütün amilləri uçota almalıdır.

Reklam verənlərin digər bir mühüm funksiyası firmanın reklam fəaliyyətinin strateji və taktiki planlaşdırılmasından ibarətdir. Reklam tədbirləri çərçivəsində həyata keçirilən reklam fəaliyyətinin illik planlaşdırılması bazarda mövcud situasiya-ların təsiri altında dəyişən fasiləsiz bir prosesdir. Qeyd edilən funksiyanın icrası zamanı rəqiblərin reklam fəaliyyətinin tədqiqi, məqsəd auditoriyasının öyrənilməsi də həyata keçirilir.

Aydındır ki, reklam üzrə menecer, istehsal, marketinq, maliyyə və digər struktur bölmələr arasında əlaqə yaratmaqla, reklam bazarını, təklif edilən xidmət paketini öyrənmək və tədqiq etmək, həmçinin qərar qəbul etmək üçün reklam prosesinin iştirakçıları arasında qarşılıqlı fəaliyyəti təmin etmək reklam verənlərin digər bir funksiyasını təşkil edir. Reklam büdcəsini işləyib hazırlanmaq və reklam fəaliyyətinə bütövlükdə nəzarət etməklə reklam verənlər özlərinin sonuncu funksiyalarını yerinə yetirmiş olurlar.

Reklam verənlərin reklam strukturu müəssisənin ölçülərindən, tarixi ənənələrindən, tələbatından, maliyyə vəziyyətindən asılı olaraq müxtəlif formada təşkil edilir.

Reklam məhsulları istehlakçıları hərtərəfli təhlil etmək üçün onların təsnif-ləşdirilməsini həyata keçirmək lazımdır. Bu məqsədlə reklam verənlər coğrafi (reklam verənləri satış fəaliyyətinin genişlənməsi nöqteyi-nəzərdən xarakterizə edir) və reklam məhsulları sifarişçilərinin sayına görə təsnif edilir.

Birinci əlamətə görə, reklam xidməti sifarişçilərinin üç tipini (regional, milli və beynəlxalq) bir-birindən fərqləndirirlər. Regional reklam verənlər, bu o istehsalçılardır ki, onların satış fəaliyyəti yalnız bir regionla (rayon, sahə) məhdudlaşır. Buraya bir qayda olaraq əsasən yerli əhalinin tələbatının ödənilməsini təmin edən kiçik pərakəndə ticarətçilər aid edilir.

Reklam verənlər içərisində xüsusi çəkisinə görə böyük paya malik olan milli reklam verənlərdir ki, onlar da kommersiya fəaliyyəti ilə əsasən ölkə hududları daxili-məşğul olurlar. Bu istehsalçıların məhsullarına böyük ticarət şəbəkələrində, nümayiş zallarında, sərgilərdə rast gəlmək mümkündür. Bu istiqamətdə intensiv reklam edilən məhsullar ərzaq məhsulları, alkoqollu və alkoqolsuz içkilər, avtomobillər, dərmanlar və sağlamlıq vasitələri, istehlak xarakterli xidmətlər, tütün və tütün məhsulları hesab olunur.

Nəhayət, kommersiya fəaliyyətləri təkcə istehsalçı ölkədə deyil, bütün dünyaya yayılan beynəlxalq (transmilli) reklam verənlərdir ki, onların da mənfəətlərinin məhz 20%-i xarici ölkələrdə göstərdikləri fəaliyyət nəticəsində əldə olunur [2]. Bu qrupa daxil olan reklam verənlər əsasən kompüter və məişət texnikası, dünya bazarında sayılıbseçilən avtomobil, kosmetika və sağlamlıq-profilaktika vasitələri istehsalı sahəsində ixtisaslaşırlar. Bu istehsalçıların ticarət markaları dünya brendi kimi qəbul edilir və reklama çəkdikləri xərclər 69,95 milyard dollardan (Koka-Kola) 100 milyard dollar (Benetton) arasında tərəddüd edir.

İkinci təsnifat əlamətinə görə, bütün reklam verənləri reklam xidmətinə tələbatları bir-birindən əhəmiyyətli şəkildə fərqlənən iki tipə - fərdi və kollektiv (kommer-

siya və qeyri-kommersiya) reklam verənlərə bölə bilərik. Öz növbəsində reklam məhsullarının kollektiv sifarişçiləri kommersiya və qeyri-kommersiya kimi iki qrupa ayrılır. İstehsal-təsərrüfat fəaliyyəti zamanı başlıca məqsədləri mənfəət əldə etməkdən ibarət olan birinci qrupa yoldaşlıq təsərrüfatları və cəmiyyətləri, istehsal kooperativləri, dövlət bələdiyyə müəssisələri aid edilir.

Mənfəətin əldə edilməsi deyil, spesifik tələbatın ödənilməsi məqsədi ilə yara-dılan və sosial reklam sifarişçiləri kimi çıxış edən xeyriyyə fondları, təhsil müəssisə-ləri, assosiasiyalar və ittifaqlar, dini təşkilatlar, istehlak kooperativləri qeyri-kom-mersiya təşkilatları hesab olunurlar.

Reklam verənləri bu və ya digər reklam vasitələrinə üstünlük vermə dərəcəsinə görə də diferensiaslaşdırmaq mümkündür. Məsələn bir reklam sifarişçisi öz reklam-larını televiziya kanalları vasitəsi ilə, digərləri fərdi reklam verənlər üçün xarakterik olan çap məhsulları formasında, üçüncülər isə dünya informasiya şəbəkəsindən is-tifadə etməklə verilməsini daha məqsədəuyğun hesab edirlər. Praktiki təcrübəyə isti-nadən qeyd etmək orlar ki, reklam verənlər çox nadir hallarda reklam məlumatlarının bir növ yayım vasitəsindən istifadə edirlər.

Reklam agentlikləri. Sənayenin inkişafı ilə əlaqədar müxtəlif məhsullar bazarında münasibətlər sisteminin güclü formada mürəkkəbləşməsi aparılan reklam işlərinin xarakterini əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirdi. Bunun nəticəsi olaraq(.) reklam baza-rında reklam agentlikləri adı altında yeni təşkilatlar təşəkkül tapmağa başladı. Baş-langıç mərhələdə onlar məhsulların reklam edilməsi üzrə bütün işləri həyata keçi-rsələr də inkişafın sonrakı mərhələsində ayrı-ayrı reklam növləri müstəqil fəaliyyət istiqamətinə çevrildiyindən reklam işlərinin (birbaşa göndərmələr, mətbuatda rek-lam, küçə reklamları və s.) ayrı-ayrı istiqamətləri üzrə ixtisaslaşmış reklam agent-likləri formalaşdı və buna paralel olaraq, reklam yayım vasitələrinə malik firmalar meydana çıxdı. Reklam agentlikləri məhz məhsul və xidmətlər bazarında rəqabətin inkişaf etməsi nəticəsində təşəkkül tapmışlar.

Nəzər(ə) almaq lazımdır ki, reklam agentliklərinə xidmət göstərən təşkilatların (məsələn, suvenir məhsulları istehsal edən firmaların, tədqiqat təşkilatlarının) təşək-kül tapması reklam sənayesinin inkişafına əsaslı formada təsir göstərdi [1].

Reklam agentlikləri reklam sənayesinin əsas nümayəndəsi hesab edilir. Reklam sənayesi müstəqil iqtisadi fəaliyyət növünü və ya iqtisadi sahəni özündə birləşdirir. O da məlumdur ki, iqtisadiyyatın sahələri eyni tipli texnologiyalar əsasında spesifik məhsul istehsal edən müəssisələr toplusu ilə xarakterizə olunur. İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə müəssisələrin müasir təsnifləşdirilməsi zamanı məh-sulların eynicinsliyi əsas meyar kimi götürülür. İqtisadi fəaliyyət növü elə bir prosesdir ki, bunun nəticə-sində hazır məhsulun substansiyasını təşkil edən material resursları, material resur-slarına əmtəəlik forması verən avadanlıqlar, işçi qüvvəsi və texnologiya arasında

vahid iş birliyi yaranır və bu vəhdət konkret eynicinsli məhsullar toplusunun yaranmasına gətirib çıxarır. Başqa sözlə, sahənin və ya iqtisadi fəaliyyət növünün fərqli xüsusiyyəti məhsulun və texnologiyanın eyni tipi ilə xarakterizə olunur.

Çoxnövlü olmasına, təşkilatı strukturundakı mövcud müxtəlifliyə, ixtisaslaşma səviyyəsinə baxmayaraq reklam agentliklərini birtipli təşkilat kimi qəbul etmək olar. Reklam agentliklərinin birtipliliyi özünü əsasən bu agentliklərin reklam məhsullarının istehsalı və reklam xidmətlərinin göstərilməsi üzrə ixtisaslaşmasında göstərir. Bütün bunlarla yanaşı hazırda bütün reklam təşkilatlarının hamısını reklam agentliyi hesab etmək də düzgün yanaşma deyil. “Agentlik” anlayışı latın sözü olub “fəaliyyətə olan” deməkdir. Buna görə də ilkin olaraq agentlik adı altında müəssisə, dövlət təşkilatı və ya fiziki şəxslərin tapşırığına əsasən fəaliyyət göstərən firma başa düşülür. Bu anlayış reklam sahəsinə transformasiya olunaraq reklam fəaliyyəti üzrə ixtisaslaşmış təşkilatın adını ifadə edir və ənənəvi yanaşma kontekstindən firmada xili agentliklərə şamil edilir [5]. Beləliklə, reklam agentlikləri rəsmi dildə danışan hüquqi şəxs - təsərrüfat subyekti olub, sifarişçilər üçün reklam istehsalı (mətnlərinin işlənilib hazırlanması) və yayımı (reklam vasitələrində yerləşdirmək) ilə bağlı kompleks xidmətlər göstərən yaradıcı işçilərdən, kommersantlardan ibarət “müstəqil” müəssisə, peşəkar təşkilatdır. Başqa sözlə, reklam agentliyi faktiki materiallara uyğun olaraq öz yaradıcılıq imkanlarından istifadə etməklə reklam verənlərlə birgə reklam layihələri hazırlayır və onun yayılmasını təmin edir. Reklam agentlikləri öz müşəriləri – reklam verənlərin adından və onların hesabına fəaliyyət göstərir. Bir qayda olaraq reklam agentlikləri potensial müştərilərə müxtəlif istiqamətlər (mətnlərin hazırlanması, bədii tərtibat, televiziya və radio prodüseri, reklam vasitələri üzrə mütəxəssis, tədqiqatçı və s.) üzrə geniş xidmətlər təklif edir.

Reklam agentlikləri reklam tədbirlərinin taktika və strategiyasının işlənilib hazırlanması, reklam məhsullarının yaradılması və onların reklam yayım vasitələrində yerləşdirilməsi ilə məşğul olur.

İnnovativ inkişaf modelinə keçid şəraitində əmtəə münasibətlərinin mövcudluğunu və inkişafını reklam biznesi, onun mühüm həlledici vəsiləsi hesab olunan reklam agentlikləri olmadan təsəvvür etmək qeyri-mümkündür. Başqa sözlə, xüsusi və güclü reklam xidmətinə malik olan iri firmalar – reklam verənlər reklam agentlikləri olmadan öz bizneslərini tələb olunan səviyyədə qura bilmirlər. Hazırda reklam biznesinin təşkili prosesləri istehsalçıların etibar etdikləri reklam agentliklərinin vahid marka adı altında inteqrasiyası yolu ilə gedir [4].

Deməli, müasir dövrdə əksər firmalar öz reklam tədbirlərinin həyata keçirilməsini reklam agentliklərinə etibar edirlər. Bu əsasən aşağıdakı səbəblərlə əlaqələndirilir:

1. Reklam agentlikləri gündəlik fəaliyyətlərində geniş spektrli marketinq situasiyaları ilə qarşılaşırlar. Marketinq situasiyaları reklam agentliklərinə imkan yaradır

ki, onlar məqsəd auditoriyasının ehtiyac və arzularını, bu auditoriyanın malik olduğu vərdiş və səlahiyyətləri, eləcə də yüksəkkeyfiyyətli reklam tədbirlərini və onların səmərəlilik dərəcəsini müəyyənləşdirə bilsinlər.

2. Reklam agentlikləri müstəqildirlər. Onlar bir neçə müştərilərlə - reklam sifarişçiləri ilə birlikdə çalışır və onların qarşısında konkret məsuliyyət daşıyırlar. Reklam sifarişçilərinə keyfiyyətli xidmət göstərməyə çalışan reklam agentlikləri hər zaman öz müstəqilliklərini saxlayır və effektiv reklamın hazırlamasında agentliyin öz prinsiplərinə əməl edirlər. Müstəqil təşkilat kimi fəaliyyət göstərən reklam agentlikləri reklam verənlərin problemlərinə daha obyektiv və operativ yanaşırlar.

3. Uzun illər ərzində müxtəlif sifarişçilərlə birgə iş fəaliyyəti nəticəsində agentlik əməkdaşları geniş bilik və təcrübəyə malikdirlər. Bir çox hallarda bir fəaliyyət sahəsində toplanmış bilik və təcrübə digər fəaliyyətlə məşğul olan reklam sifarişçisi ilə əməkdaşlıq zamanı yararlı olur.

4. Reklam agentlikləri peşəkar reklam işçilərindən ibarətdir. Hətta böyük firmalarda reklam fəaliyyətinə görə cavabdeh olan heyətin peşəkarlıq səviyyəsi reklam agentliklərinin işçilərinə nisbətən peşəkarlığı daha aşağı olur. Lakin heç də bütün firmalar reklam fəaliyyəti ilə məşğul olan ixtisaslaşmış işçi heyəti saxlamaq imkanına malik olmurlar. Ona görə də həmin şirkətlər belə kreativ insanları öz ətrafına toplamış reklam agentlikləri ilə işləməyə məcburdurlar.

5. Reklam tədbirlərini həyata keçirən müəssisə reklam şöbəsi forma-laşdırmaqla əldə etdiyi iqtisadi qənaət, bir qayda olaraq müstəqil reklam agentliyi ilə əməkdaşlıqdan imtina etməklə özünün məhrum etdiyi yüksəkkeyfiyyətli xidmətin ümumi dəyərindən aşağı olur. Bununla yanaşı bu qənaət adətən illüziya yəni xəyali xarakter daşıyır. Hətta, reklam büdcəsinə 10-15% qənaət edərkən belə reklam verən şirkət reklam şöbəsində işləyən heyətin əməkhaqlarının ödənməsi, onun tutduğu sahənin icarə haqqı, onların istifadə etdiyi avadanlıqların amortizasiya xərcləri, eləcə də, reklam şöbəsinin əməkdaşlarının fəaliyyətinə sərf olunan digər məsrəflər kimi inzibati xərclər daşıyır.

Deməli, reklam agentlikləri ilə əməkdaşlıq reklam verənlərə qarşılaşdıqları problemləri operativ həll etməyə, vəsaitlərə və vaxta qənaət olunmasına köməklik göstərir.

6. Bir çox hallarda reklam agentlikləri ilə əməkdaşlıq sifarişçinin vəsaitlərinə qənaət etməsinə səbəb olur. Reklam sahələrini və reklam vaxtlarını böyük həcmdə alan reklam agentlikləri ikiqat güzəştlər sistemindən, reklam vasitələri tariflərinin 10-15%-ni təşkil edən komisiyon mükafatdan və çoxsaylı reklam yerləşdirilməsinə görə verilən endirimdən (reklam vasitələrinin 15%-i həcmi qədər ola bilər) istifadə edirlər. Bir-birilə rəqabət apararaq reklam agentlikləri sifarişçilərə kütləvi informasiya vasitələrində reklam yerləşdirilməsinin daha sərfəli şərtlərini təklif etməyə çalışırlar.

7. Effektiv reklamın hazırlanması üçün tələb olunan kreativ işlərin həcmi nəzərə alsaq, onun müəssisənin öz gücü hesabına həyata keçirilməsi reklam agentliyinə sifariş verməkdən daha baha başa gələ bilər. Digər bir müsbət cəhət isə reklam agentliyinə müvəqqəti olaraq reklam tədbirlərinin həyata keçirilən müddətdə müraciət edilməsinin mümkünlüyüdür.

8. Reklam agentliklərinin (xüsusi ilə kompleks reklam xidmətlərinin göstərilməsini təmin edən) xidmətindən istifadə olunması reklama sistemli yanaşmanı təmin edir və əhəmiyyətli dərəcədə onun səmərəliliyini artırır.

Beləliklə, reklam agentliyi birincisi, ona görə bazarda həlledici fiqur hesab olunur ki, reklam agentlikləri olmadan bazarda reklam məhsulları adı altında mövcud olan heç bir məhsuldan söhbət belə gedə bilməz, ikincisi, reklam sənayesi ilə əlaqədar yaranan bütün, o cümlədən, məsələn rəqiblərin öyrənilməsi, qoyulan marketing məqsədi çərçivəsində reklam tədbirlərinin işlənilib hazırlanması, reklam yayım kanalları ilə iş birliyinin yaradılması kimi məsələlər bilavasitə reklam agentliklərinin köməyi ilə həll edilir.

Reklam agentliklərinin fəaliyyət sxemi olduqca çox sadədir. Belə ki, agentlik istehsalçılardan məhsulları haqqında ətraflı məlumatlar alır və həmin məhsulların digər məhsullardan üstün və fərqli cəhətlərini müəyyən edir və müxtəlif yaradıcılıq formalarından istifadə etməklə bu cəhətləri istehlakçının yaddaşında qala bilən formaya transformasiya edir, reklam məhsulunu yaradır və onu potensial istehlakçılar arasında yayır. Reklam agentlikləri belə bir sxemin fasiləsiz fəaliyyət göstərməsi və istehlakçıların yaradılmış reklamı görmələri və qiymətləndirmələri üçün kifayət qədər yaradıcı və təşkilati xarakterli işlər həyata keçirir.

Agentlik reklam məhsulunu yaratmaqla istehlakçılara məhsulların dəyərini nümayiş etdirməklə istehsalçılara kömək edir, bir məhsulun analoji məhsuldan fərqli cəhətlərinə diqqət yönəldir, məhsulun istehlak xüsusiyyətləri haqqında fikir formalaşdırır.

Reklam agentlikləri geniş yayılmış xüsusi texnologiyaların mənimsənilməsi sahəsində əlahiddə üstünlüklərə malikdirlər. Hətta iri poliqrafiya və nəşriyyat təşkilatları məzmununa və rəngarəngliyinə görə seçilən, eləcə də istehlakçı psixologiyasını hərtərəfli nəzərə alan reklam məhsullarını reklam agentlikləri qədər keyfiyyətli hazırlaya bilmirlər. Lakin bu o demək deyil ki, onların malik olduqları potensial analoji nəticələrə nail olmağa imkan vermir. Yox əslə. Sadəcə, onlar iqtisadi cəhətdən məqsədəuyğun olmasa da (onların əsas fəaliyyət növünə mənfəət təsir göstərə bilər) reklam fəaliyyətinin spesifik cəhətlərinin müfəssəl öyrənilməsinə xüsusi diqqət yönəltməlidirlər. Təcrübə göstərir ki, reklam məhsullarının istehsalı və yayılması üzrə xüsusi texnologiyalara malik olmaq reklam verənlərlə müqayisədə reklam agentliklərinə bu texnologiyaları müxtəlif məhsullara çevik tətbiq edə bilmək imkanı yaradır.

Reklam agentlikləri yüksək səviyyəli reklam proseslərinin informasiya təminatı üçün geniş imkanlara malikdir. Belə ki, onlar xüsusi metodikadan istifadə etməklə reklam bazarının tədqiqini aparır, məqsəd auditoriyasına təqdim edilən reklam məhsullarının üstünlükləri və çatışmazlıqlarını müəyyənləşdirir, reklam festivalları və müsabiqələri təşkil edir, işlənilən hazırlanan reklam məhsullarının keyfiyyətinə müsbət təsir göstərən və istehlakçı maraqlarını dərinlən başa düşmə-yə şərait yaradan istehlakçı davranışlarını öyrənirlər.

Nəzərə almaq lazımdır ki, bir təsərrüfat subyekti kimi reklam agentliklərinin iqtisadi müstəqilliyi, reklam verənlərdən asılı olmaması yaradılan reklam məhsullarının keyfiyyətini obyektiv qiymətləndirməyə, mənfəəti hesab edilən subyektiv amillərin (ayrı-ayrı rəhbər işçilərin zövqü, gözlənilməyən istehlakçı reaksiyaları və s.) təsirlərindən yayınmağa imkan verir. Öz imiclərinin mütəmadi olaraq qorunub saxlanılmasına səy göstərən reklam agentlikləri reklam verənlərdən fərqli mövqedə dayanaraq qısamüddət üçün əlverişli hesab edilən bazar payından imtina edərək keyfiyyətli reklam məhsulları istehsalına üstünlük verməklə təkcə sifarişçilərdən deyil, eyni zamanda digər reklam verənlər və reklam agentlikləri tərəfindən yüksək qiymət alırlar. Bütün bunlar isə reklamda yüksək peşəkarlığın formalaşmasına bilavasitə təsir göstərir və əhəlidə xoşəgəlməz təəssürat yaradan əlverişsiz reklam məhsullarının bazara çıxmasına maneəçilik törədir.

Reklam agentliklərinin digər bir mühüm üstünlüyü ondan ibarətdir ki, onlar reklam prosesinin digər iştirakçıları, xüsusilə reklam verənlərlə qarşılıqlı münasibətlərin işlək sistemini yarada bilirlər. Bu isə öz növbəsində reklam məhsullarının işlənilən hazırlanması və yayılmasına sərf edilən vaxtın azaldılmasını təmin edir. Belə ki, agentlik reklam məhsulları istehsalçıları, eləcə də kütləvi informasiya vasitələri ilə qurulmuş qarşılıqlı münasibətlər hesabına özünə lazım olan icraçıların tez axtarılıb tapılmasını həyata keçirir, standart sənədlərdən, o cümlədən müqavilə formalarından istifadə edir, müxtəlif iş və xidmətlərin qiymət və tarifləri üzrə normativ bazaya yaxşı orientasiya oluna bilir və s.

2. Reklam vasitəçiləri (mediasellər, mediabayerlər və s.). İstehsal (kreativ) funksiyasını yerinə yetirən reklam bazarı vasitəçilərinin əsas fəaliyyət konsepsiyası “al-yarat-sat” modelinə əsaslanır.

Fikrimcə cədvəldə verilən hər iki vasitəçinin fenomenliyini müəyyənləşdirən əsas arqument ondan ibarətdir ki, bir vasitəçinin köməkliyi ilə həm reklamvericilərini, həm də reklam tədbirləri ilə bağlı işləri eyni vaxtda həyata keçirmək mümkün olmur. Odur ki, bu sahədə əməyin ixtisaslaşması və bölgüsü prinsipi mütləq nəzərə alınmalıdır.

Cədvəl 1. Reklam proseslərində vasitəçilərin iştirak etməsinin xarakterik cəhətləri (3)

Vasitəçi	Fəaliyyətin növü		
	Alır	Yaradır	Satır
Media-bayer	Mediasellərdən reklam sahəsini və reklamın özünü	- Mediaplanı - Reklam xidmətini - Reklamın yerləşdirilməsinə nəzarət üzrə xidməti - Post-təhlil xidmətini	- Mediaplanı - Reklam xidmətini - Reklamın yerləşdirilməsinə nəzarət üzrə xidməti - Post-təhlil xidmətini
Media-sellər	Bəzi hallarda müqavilə əsasında reklam yerləri əldə edir	- Texnologiya kimi reklamın satış sistemini - Reklam üzrə texniki standartlar yığımını - Reklam tədbirlərinin planlaşdırılmasını - Marketing tədqiqatlarını	Öz müştərilərinin reklam imkanlarını

Nəticə. Reklam prosesinin təşkilində başlıca rol reklam verənlərə və reklam agentliklərinə məxsusdur. Reklam fəaliyyətinin təşkili zamanı reklam bazarının iştirakçıları arasında qarşılıqlı fəaliyyətin (reklam verənlərdən reklam istehlakçılarına qədər hazır reklam məhsullarının formalaşması prosesinin texnoloji) təhlili reklam proseslərinin funksional modelini qurmağa imkan yaradır.

Ədəbiyyat

- [1] Восколович Н.А. Влияние рекламы на формирование доступности товаров и услуг населению в условиях экономической нестабильности // Аудит и финансовый анализ №2, 2015г.
- [2] Гольман И.А. Рекламная деятельность: планирование, технологии, организация. М.: Гелла-принт, 2004 г.
- [3] Девятова Е.С. Трансформация роли деловых услуг рекламы в современном обществе //Глобальный научный потенциал» научно-практический журнал. - СПб.: Издательский дом «ТМБпринт», №1(22) 2013 г.
- [4] Кошелев А.А. Реклама и социально-экономические отношения: особенности взаимодействия в условиях трансформации современного российского общества. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2012 г.
- [5] Скопин А.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: Учебно-методическое пособие. - Ярославль, «Ремдер», 2009г.

MİLLİ İQTİSADI İNKİŞAFIN LOQİSTİK TƏMİNATI

T.İ. İmanov

i.e.d., prof., UNEC

T.V Əhmədova

UNEC

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 10 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart 2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 10 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Logistika milli iqtisadiyyatın bütün istiqamətlər üzrə inkişafında əsas rol oynamaqla, əlavə dəyərin və yeni iş yerlərinin yaradılmasında və bununla da ölkənin ÜDM-in artırılmasında mühüm rol oynayır. Ölkəmizdə kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərinin yüksəldilməsi perspektivlərini hədəf seçən logistika regional və qlobal zəncirlərinə integrasiya, dünyanın ən qabaqcıl təcrübələrinə əsaslanaraq tranzit ticarətindən ən yüksək gəlir əldə etmək məqsədi ilə əlavə dəyər yaradan xidmətləri təmin edir.

Açar sözlər: logistika, əlavə dəyər zənciri, yüklərin daşınması loqistikası, tranzit yüklər, tranzit daşımlar.

JEL Classification Codes: R40

LOGISTICS SUPPORT OF NATIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT

Abstract

Playing the main role in the development of the national economy in all directions, logistics plays an important role in creating surplus value and new jobs, and thereby increasing the country's GDP. Choosing the goal of increasing quantitative and qualitative indicators in our country, logistics, in order to integrate into regional and global chains of obtaining the highest profits from transit trade on the basis of the most advanced world experience, provides services that create surplus value.

Keywords: logistics, value chain, logistics of cargo transportation, transit cargoes, transit transport.

ЛОГИСТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Резюме

Играя основную роль в развитии национальной экономики по всем направлениям, логистика играет важную роль в создании прибавочной стоимости и новых рабочих мест, и тем самым увеличении ВВП страны. Избравшая своей целью перспективы повышения количественных и качественных показателей в нашей стране, логистика, в целях интеграции в региональные и глобальные цепи получения самых высоких прибылей от транзитной торговли на основе самого передового мирового опыта, обеспечивает услуги, создающие прибавочную стоимость.

Ключевые слова: логистика, цепочка добавленной стоимости, логистика перевозки грузов, транзитные грузы, транзитные перевозки.

Giriş. Son 10 ildə Azərbaycan Respublikası dünyada iqtisadi artım tempinə görə qabaqcıl ölkələr sırasında qərarlaşmışdır. Uğurla həyata keçirilən neft strategiyası əsasında əldə olunmuş gəlirlər əmtəə və xidmətlər bazarının infrastrukturunun modernləşdirilməsinə, qeyri-neft sektorunun inkişafına, dövlətin balansında olan aktivlərin artmasına, ÜDM-in həcmi üstələyə bilən səviyyədə strateji valyuta ehtiyatlarının yaradılmasına səbəb olmuşdur. 2014-cü ildən başlayaraq, dünya bazarlarında neftin qiymətinin kəskin azalması (iqtisadi əhəmiyyətinə baxmayaraq, neft-qaz sektoru əvvəlki il ərzində ümumi məşğulluğun bir faizindən artıq olmayıb) və ticarət tərəfdaşı ölkələrində müşahidə olunan iqtisadi böhran nəticəsində ölkəmizdə iqtisadi artım sürəti bir qədər səngimiş (2010-2014-cü illərdə iqtisadi artım sürəti, institusional və struktur çağırışlar, tədiyyə balansı və qeyri-neft büdcə kəsiri), son dövrlərdə maliyyə-bank sektorunda baş verən iqtisadi proseslər fonunda, ölkədə milli iqtisadi inkişafı təmin edən bu və ya digər iqtisadi platformalara, yeni iqtisadi yanaşmalara böyük ehtiyac yaranmışdır.

Dayanıqlı və davamlı iqtisadi inkişaf təmin edə bilən aparıcı sahələrə üstünlük verilməsi, ticarət və emal sahələrinin, özəl sahibkarlığın, yüksək texnologiyalara əsaslanan və böyük həcmdə dəyər yaradan sektorların inkişaf etdirilməsinə diqqətin yönəldilməsi xüsusi ilə böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Milli iqtisadiyyatın struktur baxımdan yenilənməsi, biznes mühitinin yaxşılaşdırılması, ortamüddətli xərc strategiyası çərçivəsində yeni siyasətin həyata keçirilməsi, maliyyə-bank sektorunun yaxşılaşdırılması və monetar siyasətin təkmilləşdirilməsi, eləcə də xarici bazarlara çıxış imkanlarının genişləndirilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İ. Əliyevin "Milli iqtisadiyyat və

iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin əsas istiqqa-mətləri və bundan irəli gələn məsələlər haqqında” 2016-cı il 16 mart 1897 sayılı Sərəncamına müvafiq olaraq milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın 11 sektoru üzrə ümumilikdə 12 strateji yol xəritəsi hazırlanmışdır.

Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələri Azərbaycanda davamlı iqtisadi inkişaf əsasında iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyət-liliyi, inklüzivliyi və sosial rifahın daha da yaxşılaşdırılması, real və maliyyə sektoru arasında tarazlığın təmin edilməsini strateji hədəf kimi müəyyənləşdirmişdir.

“Azərbaycan Respublikasında logistika və ticarətin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi” rəqabətli, şaxələndirilmiş, inklüziv, dayanıqlı iqtisadiyyatın qurulması təşəbbüslərinin tərkib hissəsi kimi hazırlanmışdır. Bu xəritə logistika və ticarət sahəsində iqtisadi inkişaf üzrə Azərbaycan Respublikasının 2025-ci ilədək və ondan sonrakı dövr üçün qısa, orta və uzunmüddətli perspektivlərini müəyyənləşdirir.

Təbiidir ki, ölkəmizin coğrafi mövqeyi logistikanın yaratdığı üstünlüklərdən istifadə olunmasına imkanlar yaradır. Coğrafi baxımdan, Azərbaycan ümumi əhalisi 300 milyon nəfərdən çox olan və ÜDM-i 3 trilyon ABŞ dollarına çatan üç iri dövlətin - İran, Rusiya və Türkiyənin əhatəsində yerləşir. Daha geniş miqyasda ölkəmiz cəmi ÜDM-i 30 trilyon ABŞ dollarına çatan Avropa Birliyi, Çin və Körfəz ölkələri bazarlarının yaratdığı mərkəzində durur. Məsələn, Azərbaycanla dünyada iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş Çin arasında yalnız Qazaxstan; Azərbaycanla Körfəz ölkələri arasında İran və Avropa Birliyinə daxil olan ölkələr arasında yalnız Gürcüstan yerləşir. Bu isə onu deməyə əsas verir ki, istər qısa, istərsə iri radiuslu dairədə ölkəmizin böyük bazarlara çıxış imkanları genişdir.

İqtisadi artımda azalmalar müşahidə olunur, iqtisadi cəhətdən dünyada ikinci hesab edilən Çini iqtisadi regionlarla birləşdirəcək “Böyük İpək yolu” marşrutunun, eyni zamanda Avropa, Rusiya, İran, Hindistan və Mərkəzi Asiyanı birləşdirəcək Şimal-Cənub dəhlizinin də bir xətti Azərbaycan ərazisindən keçir. Aydınır ki, ölkənin coğrafi mövqeyinin verdiyi potensial üstünlüklər ölkə ərazisindən keçən tranzit yüklərinin həcmi artırmaqla marşrut boyu istehsal və nəqliyyat-logistika xidmətləri üçün imkan yaradır. Nəzərə almaq lazımdır ki, təkə tranzit ölkəsi deyil, həmçinin öz ərazisindən keçən logistik yüklər üzərində əlavə dəyər yaratmaq imkanına malik olan Azərbaycan məhz nəqliyyat dəhlizləri (Şimal-Cənub, Şərq-Qərb) hesabına global dəyər zəncirində ölkənin mövqeyini möhkəmlədə bilər. Təbiidir ki, bu amil ölkənin logistik aktivliyinin daim inkişaf etdirilməsi onun regional və beynəlxalq ticarətdə rolunun artmasına təkan verir.

Nəzəri və praktiki elm sahəsi hesab edilən logistikanın yaratdığı üstünlüklərdən ölkə iqtisadiyyatında istifadə etmək üçün hər şeydən əvvəl logistikadan istifadəni şərtləndirən amillərin müəyyənləşdirilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Bazar münasibətləri sisteminin mürəkkəbliyi, özünün dinamikliyi ilə seçilən bazar iqtisadiyyatı şəraitində təsərrüfat subyektlərinin hər dəfə dəyişən iqtisadi və-ziyətdən çıxış yolları axtarmaları və bu tip problemləri həll etmələri məhz iqtisadiyyatın logistləşdirilməsinə zəruriyyət yaradır. Təkcə onu qeyd etmək lazımdır ki, 2012-ci ildə dünya üzrə logistikanın yaratdığı ümumi dəyər Dünya Bankı tərəfindən müxtəlif altsektorlar üzrə 2,3 trilyon dollar həcmində qiymətləndirilmişdir [1]. Ümumi yanaşma kontekstindən istifadə etməklə iqtisadiyyatın logistləşdirilməsinin obyektiv zəruriliyi əsasən aşağıdakı amillərə görə müəyyənləşir:

- istehsal strategiyasında və məhsul yeridilisi sitemində əhəmiyyətli dəyişikliklərlə müşahidə olunan satıcı bazarından alıcı bazarına keçid;

- bölüşdürmə proseslərinin keyfiyyətinə tələbatın artması ilə bağlı satış problemlərinin çətinləşməsi;

- ölkədaxili və dünya təsərrüfat əlaqələrinin yenilənməsi mübadilə sferasında tədavi xərclərinin artmasına gətirib çıxardığından, təsərrüfat subyektlərinin əsas diqqəti bazar fəaliyyətinin optimallaşdırılması üçün yeni formaların axtarılıb tapılması və bu sferada xərclərin azaldılması;

- müasir şəraitdə ağırlıq mərkəzi məhsul və xidmətlərin istehsalı sferasından bölgü və mübadilə sferasına keçməsi (Nəzərə alınmalıdır ki, material axınlarının ilkin xammal mənbəyindən son istehlakçıya qədər ümumi vaxtının 93%-i məhsulların müxtəlif bölgü və satış kanallarında saxlanılmasına, 2%-i xüsusi istehsala, 5%-i məhsulların nəql edilməsinə sərf edilir);

- orta təbəqənin güclənməsi hesabına ölkələrarası əmtəə ticarəti dövriyyəsi həcmi artması. Son 20 il ərzində açıq bazarlara və liberal ticarətə əsaslanan iqtisadi inkişaf modelinin baza kimi götürüldüyünü nəzərə alsaq, görürük ki, əmtəə ticarəti dövriyyəsinin artım tempi qlobal ÜDM-in artım tempini sürətlə üstələyir. Dünya Bankının milli iqtisadiyyata dair məlumatlarına, İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının hesablamalarına görə, məhsul və xidmət ixracının qlobal ÜDM-də xüsusi çəkisi 1975-ci ildə 16,5%; 1995-ci ildə 22% (5,5% artım) və 2015-ci ildə isə 25,5% (3.5 % artım) təşkil etmişdir.

- sektorlar və təsərrüfat subyektləri səviyyəsində coğrafi seqmentləşdirmənin aparılması, beynəlxalq əməliyyatların genişləndirilməsi. Bu, ilk növbədə yeni və inkişaf etməkdə olan bazarların yaratdığı imkanlardan faydalanmaq üçün fəaliyyətin yeni coğrafi məkanlara transformasiyasını nəzərdə tutur;

- diqqəti əsas sahəyə yönəltməklə aralıq və bəzi hazır məhsulların kənardan tədarük edilməsi təcrübəsindən yararlanmaqla minimum xərclərə əsaslanan istehsal əməliyyatlarının genişləndirilməsi;

- qlobal dəyər zəncirinin yaradılmasında İKT-nın, nəqliyyat sisteminin texniki imkanlarından və yeni maliyyələşmə alətlərinin üstünlüklərindən istifadə edilməsi və s.

Qeyd edilən amillərin hər birisi logistik baxımdan geniş tədqiqat tələb edir. Lakin “Azərbaycan Respublikasında logistika və ticarətin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndən irəli gələn strateji hədəflərə çatmaq üçün ilk növbədə respublikamızda logistik infrastrukturun mövcud vəziyyətini analitik qiymətləndirmək lazım gəlir. Bunun üçün ilk növbədə istər ölkədaxili, istərsə də beynəlxalq yükdaşımalarda müstəsna rola malik nəqliyyat parkının cari vəziyyəti, eləcə də idxal və ixrac yükdaşımlarının strukturu təhlil olunmalıdır.

Beynəlxalq Ticarət Mərkəzinin apardığı hesablamalara əsasən ümumi xidmət ixracatında yükdaşıma xidmətlərinin payında ölkəmizdə son illərdə təxminən 10% artım olduğu halda, oxşar ölkələrdə (Qazaxstan, İran, Rusiya, Bolqarıstan, Türkiyə, Rumıniya, Gürcüstan nəzərdə tutulur) bu rəqəm 8-52% arasında dəyişir. Bu daşımalarda idxal və ixrac əməliyyatlarının həcmi yüksək, yüklərin son təyinat məntəqəsinə çatdırılmazdan əvvəl aralıq məntəqəyə daşındığı tranzit yükdaşımlarının həcmi isə nisbətən aşağıdır.

Logistik sistem daxilində səmərəli nəqliyyat növünün seçilməsi və müqayisəli qiymətləndirmənin aparılması üçün hər bir nəqliyyat növünün faktiki texniki-istismar və iqtisadi göstəriciləri nəzərə alınmaqla onu qeyd edə bilərik ki, dəmiryol və dəniz nəqliyyatı ilə yükdaşımalarda tranzit daşımlarının xüsusi çəkisi müvafiq olaraq 23% və 59% təşkil etmişdir. Tranzit yükdaşımlar cəlb edilən məhsullar əsasən kənd təsərrüfatı və emal edilmiş neft məhsulları, kömür və koks, mineral məhsullar, xam neft şəklində olan maye yüklərdən ibarətdir (cədvəl 1).

Müqayisə üçün qeyd etmək lazımdır ki, həmin dövrdə Gürcüstanda dəmiryol ilə daşınan yüklərin 71%-ni tranzit yüklər təşkil etmişdir [2].

Cədvəl 1. 2015-ci ildə Azərbaycan Respublikasının nəqliyyat sisteminin texniki-istismar və iqtisadi göstəriciləri

Nəqliyyatın növü	Daşınan yüklər, im /ton	Bir ton yükün orta daşınma məsafəsi, km	Yük dövriyyəsi, mlyn. t/km	Yükdaşımalara çəkilən xərc-lər, min/mana-t	Yükdaşımalardan əldə olunan gəlirlər, min/mana-t	Nəqliyyata yönəldilmiş investisiyalar, mlyn/mana-t	Ümumi yük dövriyyəsin-də xüsusi çəkisi, %-lə
Dəmir yolu	21.795	338.2	7.371	1.990.343	236.303	416.2	7.9
Avtomobil	128.603	112.9	14.516	415.678	1.020.030	358.2	15.51
Dəniz	9.934	415.1	4.124	119.029	102.339	142.6	4.4
Hava	125.0	3.848	481.0	770.221	837.820	82.2	0.5
Cəmi	244.837	398.6	93.531	1.990.343	3.678.120	2.432.4	

Cədvəldə göründüyü kimi, qeyd edilən nəqliyyat növlərini xarakterizə edən hər bir göstəricinin dəyər formasında ifadə olunmamasına baxmayaraq, cədvəldə göstərilən göstəricilər üzrə təhlilin aparılması idarəetmə qərarlarının qəbulu zamanı bütün müsbət

və mənfi aspektlərin nəzərə alınmasını tələb edir. Belə ki, cədvəl məlumatlarının müqayisə edilməsi material axınlarının idarə edilməsi funksiyasını yerinə yetirən logistik menecerlərə imkan verir ki, bazar rəqabətinin formalaşdığı bir şəraitdə texniki-istismar və iqtisadi xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla bu və ya digər nəqliyyat növü üçün əvvəlcədən məhsul yeridilişi kanallarının seçilməsi problemini operativ həll edə bilsin. Təbii ki, bu tipli problemin həlli təsərrüfat suybektlərinə imkan verir ki, onlar ayrı-ayrı maddələr üzrə logistik xərclərə qənaət imkanı əldə etsinlər (cədvəl 2).

Cədvəl 2. Logistik xərclər üzrə məsrəflərin strukturu, %-lə [45]

Xərc maddələri	Minimal hədd	Maksimal hədd	Orta hədd
Məhsulların daşınması	22.7	64.5	54.0
Ehtiyatların saxlanması	27.0	70.7	37.5
Yükləmə-boşaltma işləri	4.4	17.1	8.5

Təbii ki, təsərrüfat rəhbərləri və logistik menecerlər yük tarifləri ilə yanaşı, eyni zamanda məhsul daşımalara çəkilən bütün məsrəflərin də uçota alınmasını həmişə diqqət mərkəzində saxlamalıdırlar, çünki ekspert qiymətləndirmələrinə görə, logistik metodların tətbiqi ehtiyatların səviyyəsinin 30-50%, nəqləmə müddətinin isə 25-45% azaldılmasına imkan verir.

Nəzəri baxımdan Azərbaycanın Şimal-Cənub və Şərq-Qərb dəhlizindən istifadə etməklə əldə edilə biləcəyi əlavə ticarətin həcmi quru və maye yük, konteyner daşımaları ilə birlikdə 230 milyon tondur [3]. Ən gəlirli marşrutların əksəriyyətinə rəqabətin güclü olduğu Çinlə ticarət daxildir ki, Azərbaycanın da bir ölkə kimi bu marşrutda iştirakı logistik yük dövriyyəsinin artırılması baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir (cədvəl 3).

Cədvəl 3. Quru və maye yük, konteyner daşımalarının həcmi (milyon ton)

	Çindən Avropaya	Avropadan Çinə	Çindən Qara dəniz və Şimalı Afrikaya	Qara dəniz və Şimalı Afrikadan Çinə	Cəmi
Konteynerlər	52.0	30.0	9.0	9.0	100
Quru yük	8.0	10.0	8.0	30.0	56.0
Maye yük	35.0	0.1	6.0	1.0	42.0

Bütün bunlar onu deməyə əsas verir ki, güclü cəhətlərinə və mövcud imkanlara əsaslanaraq Azərbaycan perspektiv dövrdə logistika sahəsində başlıca hədəfi başqa ölkələrlə tərəfdaşlıq münasibətlərini gücləndirməklə səmərəli fəaliyyət göstərən regional əhəmiyyətli logistik mərkəzə çevrilməkdən ibarətdir.

Mühüm regional əhəmiyyətli logistik qovşağa çevrilmək və əsas nəqliyyat dəhlizlərinin üstünlüklərindən bəhrələnmək üçün logistik yüklərin nəqləmə müddətinin nəzərə

alınması olduqca əhəmiyyətlidir, çünki məhsulların nəql edilməsinə sərf edilən vaxt müddəti nə qədər böyük olarsa, bütün bərabər şərtlər daxilində məhsulların mübadilə sferasında qalması müddəti artır, daha doğrusu, maddi istehsalə cəlb edilməsi üçün gözləmə vaxtı uzanır. Məsafənin və daşınan məhsul həcmnin artması yolda olan və ya nəql edilməsini gözləyən məhsul partiyasının həcmnin artmasına, nəqləmə sürətinin artması isə bu kəmiyyətin azalmasına səbəb olur. Məhsulların nəqləmə müddətinin artması eyni zamanda məcmu ehtiyatların həcmi artırır, qeyri-müəyyənlik faktorunun təsir sahəsini genişləndirir, istehlakçıların material resursları ilə təmin edilməsi etibarlılığını azaldır. Bunun nəticəsində material resurslarının çatışmaması ilə əlaqədar yaranan mümkün sosial-iqtisadi itki ehtimalı yüksəlir (cədvəl 4).

Cədvəl 4. Vaqon, konteyner və kiçik göndərmələr üçün normativ nəqləmə müddəti

Yüklərin daşınma məsafəsi, km	Vaqon göndərmələri üçün normativ nəqləmə müddəti, km /gün	Konteyner və kiçik gönlərmələr üçün normativ nəqləmə müddəti, km /gün
100-ə qədər	110	-
200-599	160	75
600-999	240	100
1000-1999	310	140
2000-2999	330	180
3000-4999	380	230
5000-6999	400	270
7000 və daha artıq	420	300

Faktiki məlumatlara əsasən qeyd edə bilərik ki, ən az nəqləmə müddətinə gün ərzində böyük sürətlə 550-660 km məsafə qət edən yüklər, bundan bir qədər az marşrut (550 km/gün), sonra vaqon (420 km/gün) və nəhayət, kiçik məhsul göndərmələr (330 km/gün) malikdir. Məhsul göndərmələrin ton/gün hesabı ilə uçota alınması göstərir ki, ölkəmizdə dəmiryol nəqliyyatında orta nəqləmə müddəti 2015-ci ildə 230 km/gün və ya 9,6 km/saat təşkil etmişdir. Daha doğrusu, nəqləmənin kommersiya sürəti mövcud 10 km/saatı keçməmişdir. Bu isə öz növbəsində vaqonların dövriyyə müddətinin mövcud strukturu ilə izah edilir: dövriyyə vaxtının təqribən 31%-i vaqonların yüklənməsi və boşaldılmasına, 21% marşrut üzrə hərəkətlərə, vaxtın qalan 48%-i isə vaqonların hərəkət yolu boyu dəmiryol qovşaqlarında, stansiyalarındakı dayanacaqlarda qalmasına sərf edilir [4].

Daşınan tranzit yüklərinin Azərbaycanda qalma müddəti 106-118 saat (5gün) təşkil edir ki, bunun da dəmiryol vaqonları üzrə 6-8 saatı, konteynerlər üzrə isə 9-11 saatı limanda yükləmə-boşaltma əməliyyatlarına sərf edilir. Deməli, təchizat zəncirində tarazlaşdırılmış inkişafın daha çox səmərə verməsi üçün infrastruktur və xidmətlər bərabər şəkildə inkişaf etdirilməlidir. Təbiidir ki, infraqstruktura həddin-

dən çox diqqətin yönəldilməsi logistik xidmətlərin təminatı sahəsində çatışmazlıqların təşəkkül tapmasına səbəb olmaqla, iqtisadi inkişafa maneələr yarada bilər.

Deməli, milli iqtisadi inkişafın logistik təminatı üçün strateji baxımdan aşağıda göstərilənlərin reallaşdırılmasını məqsəduyğun hesab edirik:

- respublikanın müxtəlif yerlərində regional əhəmiyyətli logistik mərkəzlərin üstünlükləri müəyyən edilməli və yaradılmalıdır. Dövlətin nəzarəti ilə təchizat zəncirinə daxil olan komponentlərin, o cümlədən gömrük və birbaşa xarici investisiyalar bazasının formalaşması logistik sistemlərin yaradılması və inkişafına bilavasitə təsir edir. İldə iki min tona yaxın yükləri aşırma gücünə qadir olan logistik mərkəzlər gün ərzində eyni zamanda 3 gəmi, 150-ə yaxın vaqon və 100 avtomaşın qəbul edib, yükaşırama işləri apara bilir.

- əlavə dəyər imkanları qiymətləndirilərək ölkənin cəlbediciliyi artırılmalıdır;

- “miqyas effektinin” yaradılması və qiymətlərin azaldılması baxımından logistik əməliyyatlar təkmilləşdirilməli, nəqliyyat vasitələrinin yükləmə qabiliyyətini artırmaq məqsədi ilə multimodal nəqliyyat əməliyyatları prioritetlik kəsb etməlidir;

- Şərq-Qərb (bu dəhliz üzrə Azərbaycanın payı kiçik olsa da, yük dövriyyəsi 2015-ci ildə 150 milyon ton təşkil etmişdir) və Şimal-Cənub (Rusiya-İran, İran-Qara dəniz) nəqliyyat dəhlizində Azərbaycanın rəqabət qabiliyyətliliyini təmin etmək üçün idxal-ixrac əməliyyatlarına və tranzit yüklərinin daşınmasına sərf olunan vaxt və xərclər optimallaşdırılmalıdır;

- dəniz ticarətinin (Azərbaycan gəmiləri Volqa-Don kanalından başqa, Volqa-Baltik və Baltik-Ağ dəniz kanalları vasitəsi ilə dünya okeanlarına çıxış imkanları əldə edə bilər. Bu baxımdan, Azərbaycanın su nəqliyyatında Azərbaycan Dövlət Xəzər Dəniz Gəmiçiliyi və Bakı Dəniz Ticarət limanı xüsusi rol oynayır) imkanlarından yararlanmaq və qovşaqların rəqabət qabiliyyətliliyini artırmaq məqsədi ilə, liman işlərinin təşkili ən qabaqcıl təcrübəyə uyğunlaşdırılmalıdır. Aparılan hesablamalar göstərir ki, Bakı Liman kompleksinin tikintisi tamamlandıqdan sonra ümumi illik yük aşırımlarının həcmi 25 milyon ton və 1milyon TEU (20 futluq konteynerlər) təşkil edəcəkdir (5);

- liman ərazilərində sənaye klasterlərinin yaradılması yolu ilə “Sinergetik effektivliyə” nail olmağa imkan verən limanlararası əlaqələr (məsələn, “Benç-marka” çevrilmiş dünyanın iri dəniz limanları: Səbəl Əli, Hamburq, Sinqapur, Antverpen, Rotterdam, Monreal) möhkəmləndirilməlidir;

- ölkə ərazisində daha çox tranzit daşımalarının həyata keçirilməsi məqsədi ilə oxa düşən kütlə parametrləri üzrə hədəflər artırılmalı və nəqliyyat vasitələrinin çəkisi ilə bağlı normativ tələblər yüngülləşdirilməlidir. Türkiyə-Gürcüstan-Rusiya-Qazaxstan marşrutu üzrə yük maşınları 44 ton yük götürə bildiyi halda, Azərbaycan-

da yüklər üçün tətbiq edilən 38 ton məhdudiyyətinə görə maşınlar Türkiyə-Gürcüstan-Azərbaycan-Qazaxstan marşrutu üzrə 38 ton yük daşıya bilər.

- Azərbaycanla müqayisə edilə bilən ölkələrin əksəriyyətində hava və dəmir-yolları, eləcə də limanlarda daxil olmaqla logistik komponentlər üzrə liberallaşdırma proseslərinə start verildiyindən, logistika sahəsində özəl sektorun iştirak səviyyəsi yüksəldilməlidir.

Nəticə. Qeyri-neft sektorunun inkişaf üzrə prioritet sahələrdən biri kimi logistika iqtisadiyyatın bütün digər sektorlarının üzvi əlaqələndirilməsində mühüm faktor kimi çıxış edərək bu sektorların inkişaf etdirilməsində təkanverici rol oynayır. Ümumi iqtisadi tərəqqi baxımından logistika sektorunun gücləndirilməsinin labüdlüyü və mövcud potensialı nəzərə alınaraq, bu sahədə mühüm hədəflərə nail olmaq qarşıda məqsəd kimi durur.

Bu baxımdan, ölkənin strateji mövqeyindən səmərəli istifadə edilməklə tranzit yüklər ölkə ərazisindən keçən nəqliyyat dəhlizlərinə cəlb edilməli, logistik mərkəzlər yaradılmalı, yeni biznes, məşğulluq və əlavə dəyər imkanları qiymətləndirilərək ölkənin cəlbediciliyi artırılmalıdır.

Ədəbiyyat

- [1] Beynəlxalq Ticarət Mərkəzinin məlumatları
- [2] Gürcüstan Dəmiryollarının hesabatı.
- [3] Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin göstəriciləri.
- [4] İHS, malların ticarətinə dair BMT-nin məlumat bazası (2015-ci il üzrə məlumatlar).
- [5] Beynəlxalq Nəqliyyat Forumu və müstəqil ekspertlərin hesablamaları.

AKTİVLƏRİN UÇOT VƏ HESABATDA TƏSNİFATININ NƏZƏRİ-PRAKTİK MƏSƏLƏLƏRİ

V.M. Quliyev

i.e.n., dos., UNEC

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 10 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart 2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 10 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Məqalədə aktivlərin təsnifatının mahiyyəti açılır, onun funksiyaları göstərilir, nəzəri-praktiki aspektləri nəzərdən keçirilir. Təsnifatın nəzəri və metodoloji aspektlərə rəğmən yeri və rolu araşdırılır. Tədqiqatın yekünü kimi konkret nəticələr formullaşdırılır.

Açar sözlər: aktivlər, resurslar, iqtisadi fayda, elementlər, nəzəri- metodoloji.

JEL Classification Codes: H83, M41

THEORETIC AND PRACTICAL ISSUES OF ASSETS CLASSIFICATION IN ACCOUNTING AND REPORTING

Abstract

The article reveals the essence of asset classification, shows its functions, examines its theoretical and practical aspects. The study examines the place and role of classification, both theoretically and methodologically. As a result of the study, specific results are formulated.

Key words: assets, resources, economic benefits, elements, theoretical and methodological.

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ КЛАССИФИКАЦИИ АКТИВОВ В УЧЕТЕ И ОТЧЕТНОСТИ

Резюме

В статье раскрывается суть классификации активов, показывается ее функции, рассматриваются ее теоретико-практические аспекты. В исследовании рассматривается место и роль классификации, в теоретическом и методологическом аспекте. Как результат исследования формулируются конкретные результаты.

Ключевые слова: активы, ресурсы, экономическая выгода, элементы, теоретико-методологическая.

Azərbaycanda uçot və hesabat sisteminin bazar iqtisadiyyatının tələblərinə uyğun yenidən qurulması və inkişaf etdirilməsinin əsası ümummilli lider Heydər Əliyev tərəfindən qoyulmuşdur. 1995-ci ildə “Mühasibat uçotu haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 1 yanvar 1996-cı ildən isə yeni Hesablar Planı qüvvəyə minmiş və tətbiq olunmağa başlamışdır. İlham Əliyevin prezidentliyi dövründə ölkənin beynəlxalq integrasiyaya və qloballaşma proseslərinə yaxından qoşulması uçot-hesabat sisteminin dünya praktikasına və beynəlxalq standartlara tam uyğunlaşdırılması zəruriliyini yaratdı. Bu məqsədlə AR Prezidentinin Fərmanı ilə 29 iyun 2004-cü ildə “Mühasibat uçotu haqqında” yeni qanun qüvvəyə mindi, həmin qanunun icrası kimi AR Nazirlər Kabineti 18 iyun 2005-ci ildə “2005-2008-ci illərdə Milli Mühasibat Uçotu Standartlarının tətbiqi üzrə Proqram” qəbul etdi. Proqrama uyğun olaraq ölkənin kommersiya təşkilatlarında tətbiq olunmaq üçün 37 Milli Mühasibat Uçotu Standartı (MMUS) işlənib hazırlandı və artıq onlar praktikada tətbiq olunur.

MMUS-lər kommersiya təşkilatlarında baş verən biznes əməliyyatlarının uçotunun aparılması, maliyyə informasiyasının formalaşdırılması üçün zəruri olan nəzəri, metodoloji və praktiki müddəaları və təsbitləri özündə əks etdirir. Ancaq araşdırmalar göstərir ki, iqtisadiyyatda baş verən dinamik dəyişikliklər fonunda uçot və hesabatın bir sıra nəzəri-metodoloji aspektlərinə yenidən baxmaq, onları real praktikaya uyğunlaşdırmaq vacibdir. Belə aspektlərdən biri aktivlərin uçot və hesabatda təsnifatıdır.

Məsələnin öyrənilməsi deməyə əsas verir ki, maliyyə uçotu və hesabatı üzrə ədəbiyyatlarda, həmçinin normativ sənədlərdə aktivlərin və maliyyə hesabatının digər elementlərinin təsnifatının nəzəri, praktiki aspektləri kifayət qədər tədqiqat predmeti deyildir. Bir çox müəlliflər təsnifatın nəzəri məsələ olduğunu qəbul etmir, onun sırf praktiki xarakterli məsələ olduğunu vurğulayırlar. Bundan başqa, təsnifatın hansı kriterilər əsasında aparıldığı yaxud aparılmalı olduğu da demək olar ki, diqqətdən kənarda qalmışdır. Ümumiyyətlə uçot üzrə ədəbiyyatlarda, eləcə də beynəlxalq və milli standartlarda təsnifatın nə olduğu, hansı məqsədlər üçün tətbiq edildiyi, funksiyaları, onun prinsipləri və s. xüsusi olaraq araşdırıl-mamışdır. Təsnifatın nəzəri yaxud metodoloji xarakterə malik olduğu barədə yazılara rast gəlinmir. Halbuki təsnifatın mahiyyətini və məqsədlərini düzgün müəyyən etmədən aktivlər və digər elementlər barədə münasib informasiya formalaşdırmaq mümkün deyil.

Zənnimizcə, təsnifat nəzəri-metodoloji deyil, nəzəri-praktik xarakter daşıyır. Təsnifatın nəzəri xarakteri ondan irəli gəlir ki, o, elementlərin tərifinə əsaslanır, başqa sözlə, elementlərə verilmiş təriflər, həmin elementlərin təsnifatının substansiasını təşkil edir. Aydındır ki, aktivlərə və digər elementlərə verilən təriflər öz-özlüyündə onlar haqqında heç bir kəmiyyət yaxud informasiya formalaşdırmır. Nəzəri cəhətdən formalaşdırılmış tərif elementin mahiyyətini açıqlayır, onun məqsədini və funksiyalarını müəyyən edir. Bununla belə, uçot-hesabat obyektləri haqqında informa-

siya almaq üçün onlar Maliyyə hesabatının hazırlanması və tərtib edilməsi Prinsiplərində, həmçinin Milli Mühəsibat Uçotu Standartlarının Konseptual Əsaslarında beş element (aktivlər, kapital, öhdəliklər, gəlirlər və xərclər) üzrə təsnifləşdirilmişdir. Elementlərin beş qrup üzrə bölgüsü yaxud təsnifatı onlara təriflər verilməmişdən əvvəl aparılmışdır. Ancaq buna baxmayaraq, tərif mahiyyət və məzmun kontekstində təsnifata rəğmən ilkindir, müəyyənədidir.

Deyilənləri daha aydın başa düşmək üçün Prinsiplərdə aktivlərə verilmiş tərifə nəzər salaq. Aktivlər keçmiş dövrlərin hadisələri nəticəsində şirkət tərəfindən nəsarət olunan resurslardır, hansılardan ki, şirkət gələcəkdə iqtisadi fayda gözləyir. Göründüyü kimi, tərif aktivlərin nəzəri və mücərrəd şəkildə mahiyyətini və funksiyasını açıqlayır. Tərifə əsasən nə aktivlərin /resursların, nə də iqtisadi faydanın kəmiyyətini müəyyən etmək mümkün olmur. Tərif aktivləri/resursları və iqtisadi faydanı tərkib-struktur baxımından da xarakterizə etmir. Aktivləri/resursları və iqtisadi faydanı kəmiyyət, həmçinin tərkib-struktur baxımından müəyyən etmək üçün onları sistemləşdirmək lazımdır. Bu sistemləşdirmə məhz təsnifatın funksiyası yaxud vəzifəsidir. Məsələn bundadır ki, tərifdə istifadə olunan “aktivlər/resurslar” və “iqtisadi fayda” anlayışları ümumidir. Onların kəmiyyətinin, tərkib və strukturunun müəyyən edilməsi, ümumidən xüsusiyyə keçməyi tələb edir. Bu “keçid” təsnifatın köməyi ilə aparıla bilər. Digər tərəfdən, təsnifat aparılmadan aktivlərin/resursların, nə də iqtisadi faydanın kəmiyyətinin müəyyən edilməsi üçün müvafiq metodologiyayı, informasiya formalaşdırma metodlarını işləyib hazırlamaq və tətbiq etmək mümkün deyil. Məsələn, əgər aktivlər müxtəlif əlamətlərə görə təsnifləşdirilməzsə, onda onları qiymətləndirmək və yenidən qiymətləndirmək mümkün olmaz, çünki, müxtəlif növ aktivlərin qiymətləndirilməsi və yenidən qiymətləndirilməsi üçün fərqli metodlardan və modellərdən istifadə etmək zəruriliyi yaranır. Həm də təsnifat ilkin və sonrakı qiymətləndirmədən əvvəl aparılmalıdır.

Təsnifatın aparılması və onun praktiki tətbiqi yalnız aktivlərə verilən nəzəri tərifə əsaslanmır, onun nəzər və praktik cəhətdən reallaşması həm də uçotun məqsədlərindən irəli gəlir. Məqsəd isə fəaliyyətdən, mövcud aktivlərdən (resurslardan) əldə olunacaq mənfəəti, iqtisadi faydanı hesablamaqdır. Aktivlər üzrə idarəetmə və maliyyə qərarlarının qəbul edilməsi üçün zəruri olan hesablar planının formalaşması da təsnifat əsasında həyata keçirilir. Müxtəlif məqçədlər üçün ilkin məlumatları müxtəlif təsnifat kriteriyaları əsasında informasiyaya çevirmək lazım gəlir. Aktivlər barədə sintetikinformasiyanın formalaşmasının əsasında duran hesablar planı aktivlərin və maliyyə hesabatının digər elementlərinin sistemləşdirilmiş təsnifatından başqa bir şey deyil. Hesablar planının mövcud məzmunu və quruluşunu təsnifatın praktik realizasiyası kimi qəbul etmək olar. Əgər aktivlərin hər hansı qrupu, növü haqqında hesablar planı lazımi informasiya formalaşdırma bilmirsə, onda bunun başlıca səbəbini hesablar

planının düzgün tərtib edilməsində deyil, təsnifatın düzgün aparılmamasında axtarmaq lazımdır. Aparılmış tədqiqat aşağıdakı nəticələr çıxarmaya imkan vermişdir:

1. Aktivlərin uçot və hesabatına rəğmən təsnif, onlar barədə informasiyanın müxtəlif məqsədlər üçün qruplaşdırılması və sistemləşdirilməsi mexanizmi yaxud üsuludur;

2. Təsnifat metodoloji deyil, nəzəri-praktik xarakter daşıyır. Təsnifləşdirmə özlüyündə obyektin kəmiyyəti barədə informasiya formalaşdırmır, həmin obyekt barədə informasiyanı müəyyən məqsədlər üzrə sistemləşdirir;

3. İnformasiya formalaşdırmağın metodları aktivlərin tərifinə və təsnifatına uyğun seçilməlidir;

4. Hesablar Planının strukturu aktivlərin və digər elementlərin təsnifatına uyğun qurulmalıdır, ərs halda münasib informasiya formalaşdırmaq və obyektiv iqtisadi qərarlar qəbul etmək mümkün deyil.

Ədəbiyyat

- [1] “Mühasibat uçotu haqqında” AR Qanunu, 2004.
- [2] Международные стандарты финансовой отчетности 1999; издание на русском языке. М.: Аскери-АССА, 1999.
- [3] Международные стандарты финансовой отчетности 2011; издание на русском языке. М.: Аскери-АССА, 2011.
- [4] Kommersiya təşkilatları üçün Milli Mühasibat Uçotu Standartlarının Konseptual əsasları. Bakı, 2010.
- [5] Хендриксен Э.С., Ван Бреда М.Ф. Теория бухгалтерского учета: Пер. с англ./Под ред. проф. Соколова Я.В.- М.: Финансы и статистика, 1997.-576 с.
- [6] Нидлз Б. и др. Принципы бухгалтерского учета / Нидлз Б., Андерсон Х., Колдуэлл Д.: Пер. с англ. / Под ред. проф. Соколова Я.В. – 2-е изд., стереотип.- М.: Финансы и статистика, 1997.- 496 с.
- [7] Бухгалтерский учет: учеб. / Бочкарева И. И., Быков В. А. и др./ Под ред. Соколова Я.В. – 2-е изд., перераб. и доп.- М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. -776 с.
- [8] Кондраков Н. П. Бухгалтерский учет: учеб. пособие.- 5-е изд., перераб. и доп.- М.: ИНФРА-М, 2007. - 717 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЗАТРАТАМИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА

С. А. Аббасова

к. э. н., доцент, UNEC

E-mail: sevinj.abbasova@yandex.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 06 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 06 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Резюме

Цель исследования состоит в научной аргументации тезиса о целесообразности использования учётно-аналитического и экономического подхода к управлению затратами экономического субъекта в системе управленческого учёта. В результате проведенного исследования, на основе обзора существующих концепций и инструментов управления производственными затратами, с описанием их недостатков и преимуществ, обоснована необходимость комплексного подхода, способствующего эффективному управлению затратами в системе управленческого учёта. Методологией исследования явились системный, комплексный подход, детализация, логическое обобщение, способы индукции и дедукции. Сделан вывод, что все имеющиеся к настоящему времени методы управления затратами можно разделить по содержанию на построенные на учётно-контрольных характеристиках затрат, и, основанные на экономическом подходе методы, исследующие затраты в качестве объектов управления. Это предопределяет важность изучения учётно-аналитического и экономического аспектов управления затратами в бизнесе. В то же время сложность, неоднородность, разнонаправленность управления затратами обуславливают необходимость дальнейших исследований в этой области. Практическая значимость представленной статьи состоит в том, что она вносит определённый вклад в совершенствование теории управления производственными затратами в части развития методологии их учета.

Ключевые слова: концепция учета затрат, концепция нормирования затрат, концепция планирования затрат, концепция стратегического управления затратами, учётно-аналитический и экономический аспекты управления затратами.

JEL Classification Codes: M41, M42

İDARƏETMƏ UÇOTU SİSTEMİNDƏ XƏRCLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİNƏ MÜASİR YANAŞMALAR

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi idarəetmə uçotu sistemində xərclərin idarə edilməsinə uçot-analitik və iqtisadi yanaşmaların məqsədəuyğunluğu barəsində tezis elmi argumentləşdirilməsindən ibarətdir. Tədqiqat prosesində xərclərin idarə edilməsi üzrə mövcud konsepsiyaların və idarəetmə alətlərinin icmal, onların üstünlükləri və nöqsanlarının təsviri nəticəsində idarəetmə uçotu sistemində xərclərin idarə edilməsinin səmərəliliyini şərtləndirən kompleks yanaşmanın zəruriliyi əsaslandırılıb. Tədqiqat sistemli, kompleks yanaşma, detallaşdırma, məntiqi ümumiləşdirmə, induksiya və deduksiya metodlarının tətbiqi vasitəsilə aparılıb. Aparılan araşdırmalar göstərir ki, hazırda xərclərin idarə edilməsi üzrə mövcud olan bütün metodları iki qrup - uçot-analitik xarakteristikası üzərində qurulan və tədqiq olunan xərcləri idarəetmə obyekt kimi araşdıran iqtisadi yanaşmaya əsaslanmış - metodlara bölmək olar. Metodların ikitərəfliliyi biznesdə istehsal məsrəflərinin idarə edilməsinin həm uçot-analitik, həm də iqtisadi aspektlərinin tədqiqinin vacibliyini şərtləndirir. Eyni zamanda xərclərin idarə edilməsinin mürəkkəbliyi, müxtəlifliyini nəzərə almaqla təsərrüfat subyektinin idarəetmə uçotu sistemində xərclərin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi və inkişafı sahəsində gələcək tədqiqatların zəruriliyi xüsusi vurğulanıb. Təqdim olunan məqalənin praktiki əhəmiyyəti xərclərin uçotu metodologiyasının inkişafı sahəsində onların idarə edilməsi nəzəriyyəsinin təkmilləşdirilməsinə müəyyən töhfə verməsindən ibarətdir.

Açar sözlər: xərclərin uçotu konsepsiyası, xərclərin normalaşdırılması konsepsiyası, xərclərin planlaşdırılması konsepsiyası, xərclərin strateji idarə edilməsi konsepsiyası, xərclərin idarə edilməsinin uçot-analitik və iqtisadi aspektləri.

MODERN APPROACHES TO COST MANAGEMENT SYSTEM AND MANAGEMENT ACCOUNTING

Abstract

The purpose of the study in a scientific argumentation is about the feasibility of using accounting-analytical and economic approach to the economic entity for managing costs in a system of management accounting. The study is based on a review of existing concepts and tools of manufacturing cost management, describing their advantages and disadvantages, the necessity of a comprehensive approach contributing to effective cost management in the system of management accounting. Methodology of the study was a systematic, integrated approach, detailed, logical

synthesis, methods of induction and deduction. It was concluded that all currently available methods of cost management can be split according to the content built on accounting and cost control characteristics, and based on the economic approach, methods, exploring the costs as facilities management. This determines the importance of studying Accounting and analytical and economic aspects of cost management in the business. At the same time, the complexity, heterogeneity, different directions of cost management necessitates further research in the field of development and improvement of cost management in the system of management accounting. The practical significance of the thesis is that it adds value to the further improvement to the theory of managing manufacturing costs and the development of the relevant methodology.

Keywords: cost accounting concept, the concept of cost valuation, cost planning concept, concept of strategic cost management, analytical and economic aspects of cost management.

Введение. В современных условиях эффективное управление затратами, являясь важной подсистемой управленческого учета, а также менеджмента предприятия, требует поиска путей совершенствования методов формирования, планирования, прогнозирования, учета, анализа и контроля затрат и себестоимости продукции (работ, услуг).

При командно-административной (централизованной) экономике ценообразованием, основанным на включение в себестоимость продукции всего объема понесенных на ее производство и реализацию затрат (затратный подход), занимались соответствующие министерства и ведомства. Но такое положение дел не способствовало проявлению интереса к процессу управления производственными затратами, поскольку у руководства предприятий отсутствовала реальная мотивация для их снижения, и фактически, управление затратами сводилось к предотвращению необоснованных затрат и непроизводительных потерь на производство и реализацию продукции (работ, услуг).

Сегодня, как известно, ценообразование на продукцию основывается на законе спроса и предложения, с учетом конкретных условий хозяйствования. В этой связи, для осуществления эффективной производственной деятельности, необходимым является систематический учет и контроль за уровнем производственных затрат и реализация возможности их снижения, что, в свою очередь, связано с организацией рационального управления всеми затратами на производство продукции (работ, услуг).

В результате проведенного исследования можно констатировать, что существующие у нас системы управления затратами основаны на использовании лишь

традиционных бухгалтерских данных, на сравнении фактических результатов с плановыми, на анализе обнаруженных отклонений в целях их соответствия сметным данным, что не позволяет организациям успешно функционировать в условиях рыночной экономики по причине недостаточной информационной поддержки принимаемых управленческих решений. В современных условиях, если предприятие не будет исследовать факторы ближней и дальней среды окружения, результаты проведенных маркетинговых исследований и пр., оно не сможет достоверно оценить свое положение на рынке и реально спрогнозировать дальнейшую деятельность.

Следовательно, система управления затратами на предприятии будет эффективной только при её нацеленности на долгосрочную перспективу. В этой связи возникновение современных инструментов управления затратами связано с неизбежностью трансформации анализа фактических затрат в стратегическое управление затратами. Процесс стратегического управления производственными затратами предприятия должен осуществляться в контексте единого стратегического управления предприятием, быть «встроенным» в общий процесс управления. Подобный подход предполагает согласованность учётно-аналитического, контрольного и экономического аспектов и взаимосочетания различных методов и инструментов управления затратами, которые в совокупности способствуют обеспечению обоснованности принимаемых решений. Такое положение дел обуславливает необходимость и важность учитывать двойственное содержание методов управления затратами, т.е. как учётно-аналитическую, контрольную, так и экономическую составляющие, что определяет актуальность темы данной статьи.

Обзор основных концепций управления производственными затратами. Рассмотрим сначала основные концепции управления производственными затратами. Предпосылками формирования концепции управления производственными затратами предприятия следует считать реальную вероятность и средства приобретения совершенно новых знаний, которые помогают развитию существующей теории. С учётом эволюционных этапов совершенствования процесса управления текущими затратами предприятия и применения более совершенных способов и методов управления, такие знания способствуют возникновению значительно высокого уровня управления. При этом надо учитывать, что каждая отдельно взятая концепция управления производственными затратами основана на реализации определенного методологического подхода.



Рис.1 Предпосылки формирования концепций управления производственными затратами

Обзор соответствующей литературы [1,2,3], где показаны имеющиеся сегодня концепции управления производственными затратами предприятия, свидетельствует что они созданы на основе:

- ✓ состава затрат (концепция альтернативности затрат, концепция транзакционных издержек);
- ✓ факторов, образующих затраты (концепция затратообразующих факторов);
- ✓ объектов, формирующих затраты (концепция добавленной стоимости, концепция цепочки ценностей, концепция ABC, концепция стратегического позиционирования) (см. рис.1).

Основные концепции управления затратами предприятия представлены ниже:

- концепция учета производственных затрат и калькулирования себестоимости продукции;
- концепция нормирования производственных затрат;
- концепция планирования производственных затрат;
- концепция стратегического управления производственными затратами.

Наиболее удобной при практическом использовании является *концепция учета производственных затрат и калькулирования себестоимости продукции*. Она основана на расчёте объёма затрат, которые структурированы по элементам и статьям калькуляции, местам возникновения затрат и центрам их ответственности, посредством чего можно управлять затратами.

В рамках указанной концепции, затраченные в бизнесе ресурсы представлены как затратообразующие факторы, воздействующие на производство и реализацию продукции, работ и услуг. Основателями названной концеп-

ции, базирующейся на функциональных и структурных затратнообразующих факторах, в конце XX века явились учёные Шерер, Каплан, Остер, Портер, Купер и Риле.

Отметим, что рассматриваемая концепция считается основной для построения новых, гораздо лучших концепций и включает позаказный; попроцессный методы управления затратами; директ-костинг; ABC-метод; анализ затратнообразующих факторов; определение транзакционных издержек; формирование цепочки ценностей и др.

Своему дальнейшему совершенствованию теория управления затратами обязана возникшей в прошлом столетии *концепции нормирования производственных затрат организации*, родоначальниками которой считаются американские исследователи Г. Эмерсон и Ч. Гаррисон. Они научно обосновали реальность и допустимость управления затратами на основе системы «стандарт-кост». В указанной концепции излагается возможность управлять производственными затратами по отклонениям их фактических уровней от нормативных. При реализации этой концепции, главными методами которой являются нормативный метод, «стандарт-кост», управление по отклонениям, учёт фактических и нормативных затрат и др., имеет место подход, именуемый «управлением по отклонениям» [4,5]. Очевидно, что это управление предполагает фиксирование отклонения от плана, программы и принятие мер к ликвидации отклонений, а зачастую и причин таких отклонений. Необходимо учитывать, что это «управление с обратной связью, при котором управляющие воздействия вырабатываются только по значениям воздействий (сигналов) отклонений» [6].

Таким образом, чтобы обеспечить реальное функционирование концепции нормирования производственных затрат на предприятиях нужно разработать нормы материальных, трудовых и др. производственных ресурсов, следовательно, эта концепция предусматривает учёт норм расхода, отклонений от норм и изменений норм. Перечисленные условия являются необходимыми предпосылками внедрения хорошо известного в нашей учётной теории и практике нормативного метода учёта производственных затрат. Подготовке норм затрат ресурсов предшествует проведение управленческого анализа фактических значений этих затрат за несколько лет, что позволяет определить динамику изменения материальных и трудовых затрат, коэффициентов и базы распределения накладных расходов. Помимо этого, в процессе анализа рассчитывается воздействие многочисленных факторов. Примечательно то, что концепция нормирования производственных затрат базируется на постулатах, выработанных концепцией учёта производственных затрат и калькулирования

себестоимости продукции, рассмотренной ранее, но в отличие от неё даёт возможность достичь значительно высокого уровня управления.

Невозможность результативного управления производственными затратами в быстро меняющихся условиях внешней среды послужила главной причиной того, что следующий этап совершенствования теории управления затратами ознаменовался выдвижением в середине XX века *концепции планирования производственных затрат* предприятия.

Выдвижение этой концепции связано с потребностью определять основные векторы развития производственной деятельности предприятия в текущем периоде и устанавливать желаемый уровень производственных затрат в ближайшей перспективе. Согласно этой концепции «...каждому подразделению планируется на отчетный период свой бюджет расходов и затем производится сопоставление фактических расходов с плановыми» [7]. Регистрацией отклонений фактических понесенных затрат от запланированных реализуется управление производственными затратами предприятия. Основными методами реализации указанной концепции обозначены бюджетирование, оперативное планирование, управление по отклонениям, регрессионный анализ, учет по плановым затратам, статистический анализ динамики, установление трендов и др.

Отличие между указанной концепцией и рассмотренной выше концепцией нормирования производственных затрат в том, что концепции планирования производственных затрат гарантирует гораздо высший уровень управления затратами, поскольку предусматривает организацию системы контроля за отклонениями фактических затрат от их плановых величин.

Концепция стратегического управления производственными затратами. Интенсификация экономики, рост конкуренции, распространение новых прогрессивных технологий в сфере производства и распределения снижают важность сведений о величине затрат в прошедших периодах. Теряют свою актуальность также оперативные данные об интенсивности роста производственных затрат и колебаниях их изменения в настоящем периоде, поскольку подобные сведения уже не способствуют повышению качества процесса управления затратами. Так формируются предпосылки для изменения системы управления, что обуславливает появление новых теорий управления затратами и адекватных способов управления ими. Ведь любое предприятие – это открытая система, связанная с ближним и дальним окружением и таким образом подверженная воздействию факторов внешней среды. И для того чтобы эффективно управлять, держаться «на плаву» и добиваться конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе, нужно уметь предвидеть возможные колебания и перемены окружающей среды. А это возможно только при стратеги-

ческом подходе в управлении производственными затратами предприятия. Важно подчеркнуть, что уже с 70-х годов прошлого столетия старые способы распределения и анализа затрат постепенно вытесняются, уступая место современной концепции стратегического управления затратами, посредством которой возможно формирование «аналитической системы для соотнесения значимой бухгалтерской информации со стратегией» [8]. Данные о затратах используются для разработки стратегии, а современный бухгалтерский учет выступает как информационная система, обслуживающая процесс принятия управленческих решений [9,10]. Основанную на таком подходе *концепцию стратегического управления производственными затратами* относят к концепции высшего уровня в координационной схеме теории управления производственными затратами организации (см. рис. 2).

Концепция стратегического управления производственными затратами обеспечивает реализацию стратегического контроля за объёмом многообразных затрат, основанного на стратегическом управленческом учёте, анализе, планировании. Стратегический подход управления затратами, в отличие от классического подхода, работающего на краткосрочную перспективу и учитывающего лишь внутрифирменные процессы, не столько нацелен на максимизацию прибыли, сколько на дальнюю перспективу выживания предприятия. А это, на данном этапе экономического развития, больше соответствует реальности, способствуя удержанию конкурентных преимуществ предприятия в долгосрочном периоде.

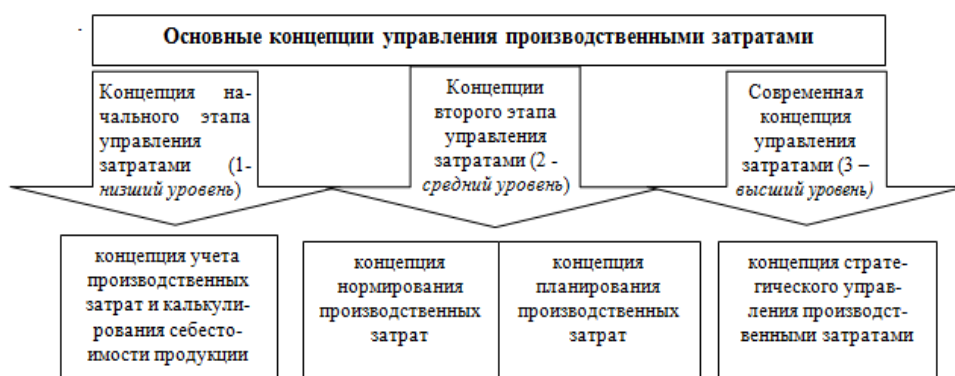


Рис. 2. Иерархия основных концепций управления производственными затратами

Определяя реальную достижимость предприятием конкурентных преимуществ, М. Портер, показывает, что стратегическое управление производственными затратами может быть реализовано путём осуществления одной из двух возможных стратегий. Первая – стратегия лидерства по затратам – подразумевает строгий контроль за величиной всех производственных затрат предприя-

тия, что способствует минимизации их уровня. Вторая - стратегия дифференциации продукции, - напротив, допускает вероятность превышения величины определенных видов затрат, преследуя этим цель придания продукции таких отличительных качеств, как надежность, удобство применения, качественных функциональных характеристик [11].

Очевидно, что миссия и значимость, а следовательно, и методы учёта затрат в каждой стратегии принципиально различаются. Успешное функционирование на рынке компании, реализующей стратегию лидерства по затратам обусловлено умением экономить на затратах и получать значительный эффект от этого. Вместе с тем, обоснование стратегических решений менеджментом основывается на анализе основных факторов затрат и отбора резервов их дальнейшего снижения. И здесь главным методом управления затратами служит нормативная калькуляция. Осуществление стратегии дифференциации продукции предполагает выдвижение на передний план анализа цен конкурентов и управления затратами в соответствии с повышением их качества, что может потребовать составление калькуляций по приростным затратам, связанных с повышенной ценой.

Учётно-аналитическая, контрольная и экономическая составляющая методов управления затратами. Таким образом, рассмотренные концепции управления затратами относятся к действенным инструментам изучения затрат. Очевидно, что приведенные выше концепции управления затратами, разнородны. Такие концепции как нормативный метод (стандарт-кост), концепция добавленной стоимости, бюджетирование и др. Построены на учетных параметрах затрат и охватывают учётно-аналитический и контрольный аспекты управления затратами. Другие концепции (метод ABC, анализ затратнообразующих факторов, анализ затрат жизненного цикла продукта, целевая себестоимость, концепция цепочки ценностей, стратегическое позиционирование) позиционируют затраты как объект управления больше в экономическом плане, чем в учетном (см. рис. 3).

Как показывает библиографический обзор, сейчас значительное место в литературе занимают концепции, касающиеся учётно-аналитической и контрольной составляющих образования затрат. Учётно-аналитический и контрольный подходы (учёт затрат по статьям, элементам, местам возникновения и центрам ответственности затрат, видам деятельности, методами калькулирования себестоимости продукции и т.д.) достаточно широко освещены и в работах исследователей. Функционирование учётно-аналитической и контрольной составляющих зависит, как правило, от принятой на предприятии системы бухгалтерских счетов, его учётной политики, методов учёта затрат и исчисления себестоимости продукции. Базовую сущность методов управления затратами,

относящихся к учетно-контрольной группе, составляют методики учета, анализа распределения, планирования и контроля, посредством них в настоящее время осуществляется управление затратами на предприятиях республики. Но эти методы не принимают во внимание воздействие на деятельность конкретного предприятия множества экономических факторов ближней и дальней среды.



Рис. 3. Учётно-аналитический и экономический подходы к методам управления затратами

Например, бюджетирование, контроль и анализ затрат, безусловно, необходимые этапы управления затратами, однако это только инструменты для последующей работы по сокращению затрат. Или же, если сравнить концепцию добавленной стоимости (учётно-аналитический подход) с концепцией цепочки ценностей (экономический подход), можно утверждать, что последняя является значительно ёмким представлением процесса формирования и управления затратами, потому что учитывает факторы и изменения внешней среды. Ведь для благополучного осуществления своей деятельности, нужно вести учет затрат как поставщика по доставке сырья для производства, так и послепродажного сервиса покупателя, что не предусмотрено при управлении затратами на основе добавленной стоимости.

Что касается современных технологий управления затратами, то к примеру, применение метода анализа затратнообразующих факторов предполагает изучение влияния не только традиционно учитываемых в бухгалтерском учете факторов, таких как цены на материалы, вознаграждения персонала и др., но также структурных факторов, связанных с масштабом деятельности, опытом, и функциональных качеств дизайн, технология.

Как справедливо отмечено, «технологии учётной группы не берут во внимание экономические факторы функционирования реального предприятия, и для построения стратегически-ориентированного управления затратами их использование недостаточно» [12]. В какой-то степени объяснить такую ситуацию можно тем, что разработанные в отечественной экономической теории подходы к управлению затратами формировались в другой экономической системе, следовательно, пока не учитывают многих особенностей реального рынка. В этой связи считаем, что сегодня применение названных методов уже не достаточно для рационального управления затратами на стратегическом уровне. Уровень стратегического подхода предполагает подчинение целей, задач, сфер ответственности персонала и имеющихся ресурсов намеченной стратегии, в соответствии с которой и должна формироваться учетная политика предприятия, в первую очередь, её методический и технический аспекты, чтобы в полной мере способствовать претворению в жизнь этой стратегии. Поэтому, по нашему мнению, в современных реалиях Азербайджана в управление затратами в системе управленческого учёта целесообразно внедрять современные мировые практики управления, связанные с оптимизацией и сокращением затрат. К подобным практикам относятся технологии управления затратами, основанные на экономическом подходе.

Экономический подход исследуют в своих работах известные западные учёные управленческого учета и управления затратами. Возьмём, к примеру, метод ABC, который представляет в формальном виде учет и анализ затрат по видам деятельности в части распределения косвенных расходов на товары, работы и услуги. Общепринятое распределение этих расходов осуществляется в бухгалтерском учете согласно определённой базе (объем продукции, прямые трудовые затраты, или машино-часы). В то же время, следует подчеркнуть, что основу метода ABC, наряду с бухгалтерским составлением затрат, составляет также экономическое исчисление реальной себестоимости продукции, работ, услуг, не обязывающее представление сведений в учётных регистрах. Такие расчеты не нуждаются в ежемесячном наблюдении и не исправляются при закрытии счетов по завершению каждого месяца. Они реализовываются за пределами бухгалтерских регистров, кроме того, имеют продолжительный

срок (полгода, год). Действенность и результативность метода ABC в особенности проявляется тогда, когда из накладных расходов разграничивают те, которые имеют стратегическую направленность, например, маркетинговый анализ, перспективные разработки, т.е. затраты расцениваются и признаются в полном объеме, безотносительно к тому, насколько правильно и достоверно они просчитаны в производственном разделе текущей цепочки ценностей.

Как уже отмечалось выше, в отечественной литературе концепциям, касающимся экономической составляющей формирования затрат, отведено значительно меньше места, чем учетной составляющей. Частично причиной тому, наряду с вышеуказанными, являются сложности в оценке факторов, обусловивших экономический аспект последовательности процессов затратнообразования, в связи с чем затруднен их анализ. Немаловажное значение имеет также (и это не секрет) деятельность бухгалтеров по сведению к минимуму налогооблагаемой базы при представлении отчетности. Думаем, что с дальнейшим улучшением механизма налогообложения эта проблема должна разрешиться, что даст возможность обеспечения результативности экономического подхода к процессам формирования и управления затратами.

Бесспорно, что в этой области многое можно позаимствовать из зарубежного опыта. В частности, в международной практике управления производственными затратами применяются параллельно несколько инструментов, то есть ни один из них не используется в «чистом виде». Например, метод «стандарт-кост» сочетается одновременно с составлением гибких бюджетов, что позволяет контролировать изменение затрат на производство в случае изменения загрузки оборудования или масштабов производства [13]. А.А. Мицкевич считает, что объединение инструмента ABC с анализом цепи создания стоимости даёт не только положительное сокращение затрат, но и позволяет обнаружить сверхнормативное потребление ресурсов, а также перераспределить их для получения наибольшего экономического эффекта [14].

Таким образом, не останавливаясь подробно на каждом из перечисленных выше зарубежных методов управления затратами (они подробно представлены в соответствующей литературе), обобщая подходы и трактовки учёных на основе проведенного библиографического обзора, можно утверждать следующее. Сегодня управление затратами в бизнесе представляется нам значительно эффективным при организации целенаправленного процесса повышения результативности деятельности всех подразделений предприятия путём гармоничного осуществления функций управления (планирования, прогнозирования, учёта, анализа, контроля и т.д.), взаимосочетании различных концепций, а также применением, наряду с учётно-аналитическим, и экономического аспек-

та. Такой подход будет способствовать, с одной стороны, экономному использованию потребляемых на производство продукции (работ, услуг) ресурсов и своевременному предоставлению информации об этом менеджменту, а с другой стороны, повысит обоснованность принимаемых решений.

Заключение

➤ Как показывают проведённые исследования, в современный период необходимо осуществлять стратегический подход в управлении производственными затратами, основываясь, при этом, в первую очередь, на учетной политике, а также результатах стратегического управленческого учёта и управленческого анализа, учитывающего как специфику внутренней среды предприятия, так и воздействие внешней среды. Очевидно, что используемый до недавнего времени подход, построенный на стандартных учётных процедурах, постепенно должен вытесняться новым, основанным на гибких системах управленческого учёта, с помощью которых можно реализовать избранную стратегию.

Стратегическое позиционирование предприятия, исходя от реализуемой конкурентной стратегии, предъявляет различные требования к стратегическому управлению производственными затратами. Оно позволяет осуществлять стратегическое управление производственными затратами предприятия или посредством их общего снижения при реализации стратегии лидерства по затратам, или с помощью контролируемого роста текущих затрат при реализации стратегии дифференциации продукции. Думаем, что аргументированность подобного подхода к управлению затратами несомненна. Другое дело, что осуществить его в нашей учётной практике пока довольно сложно по многим причинам, важнейшими из которых является нехватка более высокого квалификационного уровня менеджмента предприятия по сравнению с имеющимся, а также недостаточная мотивации руководства.

➤ Проведённые исследования показывают, что все имеющиеся к настоящему времени методы можно разделить на построенные на учётно-аналитических и контрольных характеристиках затрат, и методы, исследующие затраты в качестве объектов управления, основанные на экономическом подходе. При применении этих методов важно придерживаться такого принципа: учет, анализ и контроль не являются главной установкой, они представляют собой нужные инструменты для успешного ведения бизнеса – чем они эффективнее, тем благополучнее бизнес. Поэтому общая система учета должна соответствовать стратегии предприятия. Лишь в таком случае она будет способствовать результативности бизнес-деятельности и обеспечению конкурентных преимуществ, в этой связи, «... руководству предприятия в современных условиях

следует изменить традиционный подход к системе учета, сделать ее инструментом стратегического управления» [15,с.68].

➤ Ценность и уместность информации для планирования, контроля, анализа, и, следовательно, успешного управления затратами, напрямую связаны с тем, какому из инструментов управления отдаёт предпочтение менеджмент предприятия. На наш взгляд, каждое предприятие, с учётом отраслевых и прочих специфических особенностей, может использовать подходящие ему концепции, рассмотренные выше. Но наилучший эффект может быть достигнут при разумном сочетании этих методов, принимая во внимание как учётно-аналитическую, так и экономическую составляющие. Таким образом, применяя одновременно несколько инструментов на практике можно будет достичь синергетического эффекта от их функционирования. Применение стратегических показателей в каждой из используемых предприятием концепций, поможет ему повысить рентабельность деятельности и обеспечить дополнительные конкурентные преимущества. Это возможно в системе управленческого учёта, где наряду с использованием методики учёта отражения затрат на производство, одновременно анализируются возникающие ситуации, требования потребителей, причины отклонений затрат и формируются данные, являющиеся основой принятия управленческих решений.

В современной практической деятельности предприятий наблюдается также следующая тенденция: управление затратами уже выступает за границы бухгалтерского управленческого учета, а стратегическое управление затратами, являясь составной частью стратегического управленческого учёта, постепенно формируется в отдельную дисциплину. Очевидно, что сложившаяся ситуация требует дальнейших исследований в области развития и совершенствования управления затратами на основе междисциплинарного подхода.

Литература

- [1] Котенева Е.Н., Краснослободцева Г.К., Фильчакова С.О. Управление затратами предприятия. – М.: Изд-во «Дашков и Ко», 2008. – 224 с.
- [2] Лукьянчук У.Р. Сущность и концепции управления затратами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.be5.biz>.
- [3] Хотинская Г.И. Концептуальные основы управления затратами // Менеджмент в России и за рубежом: научно-практический журнал. № 4.– М.: Изд-во «Дело и сервис», 2002. –С. 23-30.
- [4] Гарифуллин К.Н. Управление затратами. – 2-е изд., перераб. и доп. – Казань: Изд-во КФУ, 2011. –370 с., 86.
- [5] Машунин Ю.К. Теория управления. Математический аппарат управления в экономике: Учеб. пособие – М.: Изд-во «Логос», 2013. – 448 с.

- [6] Ткач В.И., Ткач М.В. Управленческий учет: Международный опыт. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 144 с.
- [7] Щиборщ К.В. Стратегическое управление затратами // Аудит и финансовый анализ. № 4, 2004.–С. 101-104.
- [8] Шанк Дж., Говиндараджан В. Стратегическое управление затратами. Новые методы увеличения конкурентоспособности. СПб.: Бизнес Микро, 1999. 288 с.
- [9] Фомченкова Л.В. Информационное обеспечение стратегического анализа на основе динамической концепции // Экономические и гуманитарные науки. 2013. № 5. С. 37-42.
- [10] Шеремет А.Д. Управленческий учет: / Под редакцией А.Д. Шеремета — М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2000.— 512 с. (Серия «Академия бухгалтера и менеджера»)
- [11] Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
- [12] Назарова, И.В. Управление затратами - новый взгляд // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2007. – № 33.
- [13] Рубинштейн Е.И. Управление затратами. //Сургут : Изд-во СурГУ, 2004. 149 с.
- [14] Мицкевич, А.А. Управление затратами и прибылью. // М. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест: Институт эконом. стратегий, 2003. – 192стр.
- [15] Белозерцева И.Б. Роль учета в системе стратегического управления организацией // «Научные записки НГУЭУ» №3 / 2009.

AZƏRBAYCANDA STRATEJİ YOL XƏRİTƏLƏRİNİN REALLAŞDIRILMASI ŞƏRAİTİNDƏ DÜNYA İQTİSADI İNKİŞAF MODELLƏRİNDƏN İSTİFADƏNİN AKTUAL MƏSƏLƏLƏRİ

H.A. Cəfərli

i.e.n., dosent, UNEC

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 11 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart 2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 11 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi Azərbaycanda strateji yol xəritələrinin reallaşdırılması şəraitində dünya iqtisadi inkişaf modellərindən istifadənin aktual məsələlərinin araşdırılması və bu istiqamətlər üzrə təklif və tövsiyələrin hazırlanmasından ibarətdir. Tədqiqatın vəzifəsini dünya iqtisadi inkişaf modellərinin yaradılması və formalaşması proseslərinin öyrənilməsi, ayrı-ayrı iqtisadi inkişaf modellərinin xüsusiyyətlərinin təhlili və baxılması, bu iqtisadi inkişaf modellərinin üstün cəhətlərinin müəyyən edilməsi təşkil edir. Tədqiqatın metodologiyası ümumi nəzəri elmi metodlarla bərabər, sistemli təhlil, qruplaşdırma, təsnifatlaşdırma metodlarından ibarətdir. Tədqiqatın nəticələri: Azərbaycanda strateji yol xəritələrinin həyata keçirilməsindən irəli gələn vəzifələrin reallaşdırılmasında dünya təcrübəsində özünü doğrultmuş iqtisadi inkişaf modeli mexanizmlərindən daha səmərəli istifadə üzrə mülahizələr formalaşdırılmışdır. Tədqiqatın məhdudiyyətləri: son dünya maliyyə böhranın təsirindən yan keçməyi təmin edən və mütləq üstünlüklərə malik iqtisadi inkişaf modelinin olmaması səbəbindən, müasir dövrdə global iqtisadi təhlükələrə güclü dayanıqlıq nümayiş etdirən praktiki iqtisadi inkişaf modelləri mexanizmləri seçilməsində çətinliklər ortaya çıxmışdır. Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti: Azərbaycanda strateji yol xəritələrinin gerçəkləşdirilməsinə başlanıldığı bir dövrdə dünya təcrübəsinin effektiv və aktual mexanizmlərinin baxılması istiqamətləri və nümunələri verilmişdir. Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi: məqalədə Azərbaycanda strateji yol xəritələrinin reallaşdırılması proseslərində dünya iqtisadi inkişaf modellərinin üstün mexanizmlərinə və səmərəliliyinə kompleks yanaşmaya və tədqiqə nail olunmuşdur.

Acar sozlər: Azərbaycan, strateji yol xəritələri, dünya iqtisadi inkişaf modelləri, davamlı iqtisadi inkişaf, milli iqtisadiyyatın səmərəliliyi.

JEL Classification Codes: E00; E02; E60; E63.

THE TOPICAL ISSUES OF THE USE OF GLOBAL MODELS OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE IMPLEMENTATION OF STRATEGIC ROADMAPS AZERBAIJAN

Abstract

Purpose – the preparation of proposals and recommendations on topical issues of the use of global models of economic development in the implementation of strategic roadmaps in Azerbaijan are investigated. Objectives – the formation processes and the creation of the world's economic development models, the analysis of the characteristics of individual models of economic development and determine their preferential factors are investigated. Design/methodology – scientific methods such as summarizing, system and conceptual approach, analysis, synthesis qualification were applied. Finding – scientific thoughts and views on the effective use of the mechanisms of the world economic development models in the implementation of the tasks posed by the implementation of strategic roadmaps in Azerbaijan are formed. Research limitations – in connection with the unjustified existing world economic models to counteract the negative effects of the last global crisis, we observed the difficulty in choosing the optimal model of global economic development. Practical implications – the choices and direction of relevant and effective mechanisms of international experience, in terms of the initial period of strategic roadmaps in Azerbaijan are given. Originality value – comprehensive approach and investigation of rationality and determination of preferential arrangements global models of economic development in the process of implementation of the strategic roadmaps in Azerbaijan are provided in the article.

Key words: Azerbaijan, strategic road maps, global model of economic development, sustainable economic development, rationality of the national economy.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МИРОВЫХ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ДОРОЖНЫХ КАРТ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме

Цель исследования заключается в исследовании, подготовке предложений и рекомендаций по актуальным вопросам использования мировых моделей экономического развития в условиях реализации стратегических дорожных карт в Азербайджане. Задачи исследования - изучение процессов формирования и создания мировых моделей экономического развития, анализ особенностей отдельных моделей экономического развития и определение их преимущественных факторов. Методология исследования – в процессе исследования были

использованы такие общие научные методы, как обобщение, системный и концептуальные подходы, анализ, синтез и классификация. Результаты исследования: сформированы научные мысли и взгляды по эффективному использованию механизмов мировых моделей экономического развития в осуществлении задач, исходящих от реализации стратегических дорожных карт в Азербайджане. Ограничения исследования: в связи с неоправданием существующих мировых экономических моделей по противодействию негативным последствиям последнего мирового кризиса, наблюдались трудности в выборе оптимальной модели мирового экономического развития. Практическое значение исследования: даны варианты и направления актуальных и эффективных механизмов мирового опыта, в условиях начального периода стратегических дорожных карт в Азербайджане. Оригинальность и научная новизна исследования: в статье обеспечены комплексный подход и исследование рациональности и определения преимущественных механизмов мировых моделей экономического развития в процессах реализации стратегических дорожных карт в Азербайджане.

Ключевые слова: Азербайджан, стратегические дорожные карты, мировые модели экономического развития, устойчивое экономическое развитие, рациональность национальной экономики.

1. Giriş, Qeyd edək ki, milli iqtisadiyyatın inkişaf modelləri və konsepsiyalarının heç bir ölkə üçün optimal modeli və ya hazır resepti yoxdur, yalnız bununla bağlı daha uğurlu, adaptiv, milli maraqları maksimum nəzərə alan iqtisadi inkişaf modelləri və milli inkişaf konsepsiyaları mövcuddur. Hələ Alman iqtisadi məktəbinin görkəmli nümayəndələrindən olan Fridrix List hər hansı bir ölkənin, o dövrdə İngiltərənin dünyada sənaye üzrə hökmrənliyinə qarşı çıxmış A. Smit və D. Rikardo kimi klassik iqtisadçıların, “kosmopolitik” iqtisadi nəzəriyyələrini inkar edərək belə hesab edirdi ki, millətlərin məhsuldar qüvvələrinin inkişafı üçün daha münbit şəraitin yaradılması vacibdir. F. List bu məqsədlə milli sistemdə iqtisadi siyasətin üç əsas müddəasını – istehsal gücləri, iqtisadi inkişafın mərhələsi və dövlətin iqtisadi rolunun fəallığını əsas götürmüşdür [1]. Bu fikirlərin və nəzəriyyənin formalaşmasından 175 il keçməsinə baxmayaraq, müasir dövrdə də milli iqtisadiyyatların inkişafında qeyd olunan 3 müddəanın rolu əhəmiyyətli şəkildə qalmaqdadır. Bundan əlavə, müasir dövrdə dünya iqtisadi inkişaf modellərindən istifadənin aktuallığı kifayət qədər artmışdır. Azərbaycanı strateji yol xəritələrinin reallaşdırılması şəraitində dünya iqtisadi inkişaf modellərinin formalaşması təcrübəsinə və proseslərinə baxılması, daha dərinlən öyrənilməsi və ölkəmizin iqtisadi sistemi üçün adekvat olan inkişaf mexanizmlərinin dəyərləndirilməsi vacib məsələlərdəndir [2].

2. Dünya iqtisadi inkişaf modellərinin formalaşması prosesləri və onların qısa məzmunu. Qeyd edək ki, elə dövlətlər var ki, kifayət qədər təbii və iqtisadi resurslara malikdir, amma iqtisadi inkişafın tarazlı və yüksək mərhələsinə nail olmadıqlarından, davamlı iqtisadi inkişafın tam mənada təmin edilməsində yüksək rəqabət qabiliyyətlilik nümayiş etdirə bilmirlər. Yaxud, istehsal güclərindən qeyri-səmərəli istifadəyə yol verildiyi, dövlətin iqtisadi fəallığının zəif olduğu ölkələrdə, çətin ki, davamlı iqtisadi inkişafın, milli iqtisadiyyatın optimal iqtisadi inkişaf modelinin formalaşdırılması və konseptual yanaşmanın təmin edilməsi mümkünləşsin. C. Keyns belə hesab edirdi ki, dövlət iqtisadiyyatın işinə müdaxilə etməklə bərabər və ya bunun əvəzində, milli təsərrüfatın tənzimlənməsində aparıcı rol oynamalıdır, bu halda, dövlətin əsas vəzifəsi gəlirlərin artırılması üçün “effektiv tələbatın” yüksək həcmnin təmin edilməsi, başqa sözlə əhalinin istehlak mallarına olan tələbatın alıcılıq qabiliyyəti səviyyəsinin və sahibkarların investisiya yönümlü istehsalə və mallara təklifinin tənzimlənməsidir [3]. Bu halda, dövlətin iqtisadi inkişaf proseslərində rolu artmaqla bərabər, əhalinin məşğulluğunun gücləndirilməsi, yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılması və sahibkarların gəlirlərinin artması proseslərini balanslaşdırmaq olar. Bütün bunlar isə milli təsərrüfatın inkişafına multiplikativ təsir göstərməyi təmin edər, əlavə dəyər yaradılmasında zəncirvari tsiklə imkan verir. Təsədüfi deyil ki, Keyns modelinin prinsipləri ABŞ və digər Qərb ölkələrinin sürətli iqtisadi inkişafında, xüsusilə II Dünya müharibəsindən sonrakı dövrdə bu ölkələrin iqtisadi inkişaf modellərinin əsasında yer almışdır. Müasir dövrdə də milli iqtisadiyyatın iqtisadi inkişafının modelləşdirilməsi və daha mütərəqqi, daha davamlı iqtisadi inkişaf modellərinin formalaşdırılması, bunlarla əlaqədar olaraq milli iqtisadi konsepsiyaların hazırlanması kifayət qədər aktual olaraq qalmaqdadır.

Ümumiyyətlə, dünya iqtisadi proseslərində nisbətən formalaşmış və müəyyən iqtisadi inkişaf proseslərini keçmiş, dünya iqtisadi sistemində özünəməxsus xüsusiyyətləri, mexanizmləri, prinsipləri və meyarları ilə fərqlənən bir qrup iqtisadi inkişaf modeli Cədvəl 1-də öz əksini tapmışdır.

Cədvəl 1-ə nəzər salsaq görərik ki, bu cədvəldə əsasən kifayət qədər dünya iqtisadi proseslərində özünü təsdiq etmiş iqtisadi inkişaf modellərinə üstünlük verilmişdir. Cədvəldə postsosialist və postsovet respublikalarının iqtisadi inkişaf xüsusiyyətlərinə yer verilməməsinin səbəbi həmin ölkələrin əksəriyyətinin Azərbaycan kimi son onilliklərdə iqtisadi inkişaf modelinin formalaşdırılması və təkmilləşdirilməsi proseslərini həyata keçirməsi ilə bağlıdır. Həmin ölkələr, o cümlədən Azərbaycan, özlərinin optimal iqtisadi inkişaf modellərinin axtarışında və onların təkmilləşdirilməsi prosesindədirlər. Azərbaycanın iqtisadi inkişaf modelinin bu cədvələ daxil edilməsi müqayisə baxımından və müqayisə zərurətindən yaranmışdır.

Cədvəl 1. Dünya iqtisadi inkişaf modellərinin mahiyyəti, əsas xüsusiyyətləri, mexanizmləri, prinsipləri və meyarları

Amerika modeli	Alman modeli	Yapon modeli	İsveç modeli	Fransız modeli	Çin modeli	Cənubi Koreya modeli	Avropa modeli	İslam iqtisadi modeli	Azərbaycan modeli
dövlət iqtisadi proseslərə az qarışır	dövlət iqtisadi proseslərə yüksək təsir edir	dövlət iqtisadi proseslərə çox təsir edir	iqtisadi sistem sosial yönümlüdür	dövlət iqtisadi sistemdə yüksək yer tutur	qarışıq iqtisadi inkişaf modeli	planlı iqtisadi sistem	dövlətin iqtisadi sistemdə yüksək rolu	islam prinsipli iqtisadi sistemin olması	sosial iqtisadi yönümlü inkişaf modeli
bazar mexanizmi güclüdür	iqtisadi sistem sosial yönümlüdür	iqtisadi inkişaf planlarının hazırlanması	dövlət iqtisadi sabitlikdə əsas rol oynayır	iri şirkətlər fəaldır	planlı iqtisadi yanaşma yüksəkdir	planlı iqtisadi yanaşma yüksəkdir	güclü iqtisadi qanun və standart	islam prinsipli iqtisadi mexanizmlər və alətlər	dövlət iqtisadi siyasəti tarazlıdır
biznes qloballaşır	proqnozlaşdırılan makroiqtisadi göstəricilər	tənzimlənmənin korporativ kapitalizm	dövlət gəlirlərinin bölgüsündə əsas söz sahibidir	dövlətin birbaşa biznes subyekti çoxdur	dövlət iqtisadi sektorda çox fəaldır	dövlət kredit sisteminə tam nəzarət edir	yüksək vergi qoyma bazası	islam meyarları əsaslı vergi sistemi	dövlət iqtisadi alətləri fəaldır
kapital ixracı fəaldır	iri şirkətlərin iqtisadi sistemdə güclü rolu	yüksək əmək məhsuldarlığı	vergi qoyulma bazası çox yüksəkdir	planlı iqtisadi yanaşma yüksəkdir	iqtisadi alətlər işləkdir	dövlət maliyyə sisteminə tam nəzarət edir	təhsil və mədəni sahələrin yüksək maliyyə təminatı	islam prinsipli kredit mexanizmi	biznes və sahibkarlıq mühiti inkişaf edir
idarəet mə sistemi möhürlənir	güclü sosial infrastruktur	planlaşdırmanın yüksək olması	işsizlik minimum səviyyədədir	dövlət kapitalın hərəkətinə fəal qarışır	ixrac potensialı yüksəkdir	ixrac potensialı yüksəkdir	dövlətin infrastruktur şəbəkəsinin əsas yeri tutması	islam meyarlı iqtisadi inkişaf proqramları	strateji iqtisadi inkişaf hədəfləri mövcuddur
ixrac potensialı yüksəkdir	güclü bazar mexanizmləri	hökumət və özəl sektor əməkdaşlığı	ixrac potensialı yüksəkdir	ixrac potensialı yüksəkdir	əmək ehtiyatı boldur	ixrac stimulu yüksəkdir	milli inkişaf proqramları olması	yüksək əmək ehtiyatları	ixrac stimulu yüksəkdir
həyat səviyyəsi yüksəkdir və s.	ədalətli sosial mühit və s.	sosial yönümlü model və s.	əhalinin həyat səviyyəsi yüksəkdir və s.	həyat səviyyəsi yüksəkdir və s.	həyat səviyyəsi inkişaf edir və s.	məhdud idxal siyasəti və s.	ədalətli sosial siyasət, həyat səviyyəsinin yüksəkliyi və s.	islam dəyərli ədalətli sosial siyasət və s.	ədalətli sosial siyasət yürüdülmür və s.

Amma birmənalı şəkildə qeyd etmək istərdik ki, ölkə iqtisadiyyatının immunitetinin artırılması, onun global böhranlara qarşı dayanıqlılığının yüksəldilməsi problemləri qalmaqdadır və bu amillər nəzərə alınmaqla Azərbaycanda dünya iqtisadi inkişafı proseslərində ciddi səmərə verən və uğurlu olan iqtisadi inkişaf modellərinin adaptivliyi və adekvatlığına dərinlən baxılması, onların hansının və yaxud hansı elementlərinin tətbiqinin kifayət qədər obyektiv dəlillərlə əsaslandırılması vacibdir. Bundan əlavə, cədvəl 1-də göstərilmiş iqtisadi inkişaf modellərinin əksəriyyəti barə-

sində elmi mülahizələr və baxışlar diqqəti cəlb etmişdir. Həmin modellərin inkişaf və praktiki xüsusiyyətləri, vacib prinsipləri və başlıca meyarlarına gəlincə isə, amerika iqtisadi inkişaf modelində dövlətin iqtisadi proseslərə minimum müdaxiləsi, bazar iqtisadiyyatının güclü olması, kapital ixracının və ümumilikdə güclü ixrac potensialının mövcudluğu, həyat səviyyəsinin yüksəkliyi xüsusilə fərqlidir. Alman iqtisadi inkişaf modelində, həmçinin fransız iqtisadi modelində və Avropa iqtisadi inkişaf modelinin ümumi təmayüllərində dövlətin iqtisadi proseslərə güclü təsiri xüsusilə seçilir, iqtisadi inkişaf proseslərinin planlaşdırılması və tənzimlənməsi, iqtisadi sistemin sosial ədalətlik prinsiplərinin qorunması xüsusiyyətləri diqqət çəkir. İsveç iqtisadi inkişaf modelində dövlətin iqtisadi proseslərə güclü təsiri ilə yanaşı, iqtisadi sistem tam olaraq sosial yönümlüdür, vergi qoyma bazası yüksəkdir və işsizlik minimum səviyyədədir, bu isə həyat səviyyəsinin əhəmiyyətli səviyyədə yüksəlməsinə gətirib çıxarmışdır. Bir qrup müsəlman ölkələrinin üstünlük verdiyi islam iqtisadi inkişaf modelinin əsas prinsipləri sırasında islam meyarları ilə iqtisadi mexanizmlərin formalaşdırılması, vergi və kredit sisteminin təşkili, islam prinsipləri əsasında iqtisadi inkişaf proqramları, islam dəyərli ədalətli sosial siyasətin aparılması daha çox yer almışdır. Yapon iqtisadi inkişaf modelində iqtisadi proseslərə fəal müdaxilə, iqtisadi inkişaf planlarının hazırlanması, dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin çoxluğu, əmək məhsuldarlığının yüksəkliyi və iqtisadi inkişaf modelinin sosial yönümlülüüyü bu iqtisadi inkişaf modelinin əsas əlamətləridir. Yapon iqtisadi inkişaf modeli əsas etibarilə bir çox genişspektrli amillər üzərində formalaşmışdır. F. Kimura belə hesab edir ki, bu kimi amillərə makroiqtisadi sabitliyin qorunması, insan resurslarının davamlı inkişaf etdirilməsi, iqtisadi infrastrukturun yüksək səviyyədə inkişafı daha çox aiddir [4]. Yapon iqtisadi inkişaf modeli daim qlobal çağırışlara və dövrün mürəkkəb proseslərinə dayanıqlılıq və dözümlülük baxımından vacib olan mexanizmlər vasitəsilə təkmilləşdirilmə mexanizmləri ilə yenilənmək rejimində inkişaf edir, başqa sözlə bu ölkənin iqtisadi inkişaf sistemi qlobal çağırışlara və neqativ kənar iqtisadi proseslərə qarşı möhkəm immuniteti ilə fərqlənir. Təsədüfi deyil ki, son dünya maliyyə böhranında ən az maliyyə və iqtisadi təlatümlərə məruz qalan ölkələrdən biri Yaponiya olmuşdur. Maraqlıdır ki, Azərbaycan bu ölkənin bir çox iri şirkətləri ilə fəal əməkdaşlıq edir və Yapon şirkətləri Azərbaycan bazarında möhkəmlənməkdədirlər, investisiyalar yatırmaqda maraqlıdırlar. Bu baxımdan, yapon iqtisadi sisteminin müəyyən müsbət elementləri və mexanizmləri Azərbaycanın iqtisadi inkişaf modelinin möhkəmləndirilməsində faydalı ola bilər.

3. Amerika iqtisadi inkişaf modelinin üstün xüsusiyyətləri, Qeyd edək ki, Amerika iqtisadi inkişaf modeli əsas etibarilə iqtisadiyyatın tamamilə liberallaşdırılması, yüksək texnologiyalardan və informasiya texnologiyalarından istifadənin maksimum fəal olması ilə daha çox diqqət çəkir. Bu iqtisadi inkişaf modelində dövlətin payı və dövlət mülkləri

kifayət qədər azdır. Təkcə onu qeyd etmək lazımdır ki, ölkədə yaradılan iş yerlərinin 80%-dən çoxu kiçik sahibkarlığın payına düşür. Bununla belə, ölkə əhalisinin minimum yaşayış səviyyəsi aztəminatlı əhali qrupunu əsasən qane edir. ABŞ iqtisadiyyatının formalaşmasında və milli məhsulun həcmnin artırılmasında iri korporasiyaların rolu böyükdür və onlar öz gəlirlərinin yarıdan çoxunu dünyanın digər ölkələrindəki fəaliyyətdən əldə edir. Ölkə iqtisadiyyatının 25%-lik həcmi ixracdan asılıdır və ABŞ qlobal iqtisadi proseslərin genişləndiyi şəraitdə dünyanın şəriksiz, ən güclü iqtisadiyyata malik ölkəsi kimi möhkəmlənməkdədir [5]. Amerika iqtisadiyyatının əsas xüsusiyyətlərindən biri də, onun dünya iqtisadi böhranlarından yaranmış şəraitdə manevr qabiliyyətini saxlamaq imkanındır. Amerika iqtisadi inkişaf modelinin prinsipial əlamətləri sırasında sahibkarlığın rolunun əhəmiyyətli şəkildə yüksək olması ilə yanaşı, əhalinin əmək etikasının güclü olmasını, bürokratik baryerlərin azlığını qeyd etmək olar. Bundan əlavə, son onilliklərdə iqtisadiyyatın elmtutumluluğunun artırılması, informasiya infrastrukturunun rolunun yüksəlməsi və yığcam, kiçikhəcmli istehsal sahələrinin sürətlə inkişaf etdirilməsi əlamətləri də səmərəlidir [6,c.17]. Bundan əlavə, ölkədə korporativ mülkiyyət forması xeyli üstünlük təşkil edir, bu isə əlavə kapital qoyuluşu üçün vəsaitlərin cəlb edilməsinə əlverişli şərait yaradır, yeni idarəetmə metodlarının tətbiqinə və səmərəli əmək münasibətlərinin formalaşdırılmasına imkan verir. ABŞ iqtisadiyyatının əsas üstün cəhətləri onun xidmət sahələrinin güclü olması ilə birbaşa bağlıdır, belə ki, səhiyyə, təhsil, mənzil-kommunal sektorları və təqaüdcülər əsasən əhalinin orta sinfinin sosial-məişət xidmətləri ilə əlaqədardır. Ölkənin səhiyyə sisteminə ÜDM-in 14%-i həcmində vəsait yönəldilir, bu göstərici təhsil üzrə 2,25%-dir. Amerikalıların təhsil səviyyəsi də yüksəkdir, məsələn, yetkin əhali təbəqəsinin 26%-i ali təhsillidir, buna görə də, ABŞ-da iqtisadiyyatın və cəmiyyətin davamlı inkişafında birgə fəallığın təmin edilməsi digər inkişaf etmiş ölkələrə nisbətə xeyli üstündür. Ölkə gəlirlərinin 9%-i mənzil-kommunal xidmətlərin göstərilməsinə, 4%-i isə mənzil tikintisinə sərf olunur [7]. İqtisadi inkişaf modeli və xüsusilə mütərəqqi, pozitiv tendensiyləri özündə birləşdirən iqtisadi sistem müxtəlif iqtisadi institutların fəallığı ilə bərabər, əhalinin, bütövlükdə cəmiyyətin inkişafını da obyektiv olaraq stimullaşdırır, sürətləndirir. C. Qraham və C. Kornvell bildirirlər ki, iqtisadiyyatın sosial baxımdan ədalətli inkişafı iqtisadi sistemin öz missiyasını yerinə yetirməkdə, qlobal iqtisadi tələblərə uyğun infrastrukturun yaradılmasında, ümumilikdə iqtisadiyyatın inkişafının təmin edilməsində əhəmiyyətli rol oynayır [8]. Amerika iqtisadi inkişaf modeli bir çox mühim aspektləri, o cümlədən iqtisadiyyatın artımını, onun dinamikasının qorunmasını stimullaşdıran mexanizmlərə malikdir [9]. Amerika iqtisadiyyatının müxtəlif cəhətlərindən biri də odur ki, onun iki əsas iqtisadi-bazis sistemə - dövlət və özəl sektorlara söykənməsinə baxmayaraq, əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, dövlətin iqtisadiyyatın tənzimlənməsində rolu məhduddur və əsas hərəkətverici mərkəz bazar iqtisadiyyatı mühitində - özəl sektorun fəaliyyəti prosesində baş verir. Bu cür

yanaşma özəl sektorun mülkiyyətinin yüksək səviyyədə qorunmasına, onun iqtisadi müstəqilliyinin artırılmasına, kapitalın hərəkətində manevrliyinin çevikliyinə imkan yaradır [10]. Digər tərəfdən, özəl iqtisadi strukturların inkişafının modeləşdirilməsinin böyük potensialı ölkə iqtisadiyyatının daha ədalətli, özəl biznes və hökumət arasında qarşılıqlı mühitin formalaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Hökumət inhisarçılıq hallarının aradan qaldırılmasına məsuldursa, özəl sektor da iqtisadi inkişafın dinamikliyinə, artımına, biznesin genişləndirilməsinə, resursların ədalətli hərəkətinə, bölüşdürülməsinə çalışır, məsuldur, səy göstərir, həm biznes inkişaf edir, həm də ölkənin iqtisadiyyatı güclənir [11]. Hökumət bir tərəfdən tənzimləyici funksiyaları yerinə yetirirsə, digər tərəfdən özəl sektorla birlikdə ölkə iqtisadiyyatının davamlılığının yüksəldilməsi tədbirlərində stimullaşdırıcı mexanizmlər dövrüyyəyə buraxmaqla, iqtisadiyyatın artım qabiliyyətini və şaxələnmə imkanlarını genişləndirir. Ölkə iqtisadiyyatının sərbəstliyi, iqtisadi azadlığı, maliyyə resurslarının və kapitalın maneəsiz hərəkəti milli iqtisadi inkişafın təmin edilməsində əsas cəhətlərdəndir.

4. Dünya təcrübəsində digər iqtisadi inkişaf modellərinin səmərəli aspektləri. Qeyd edək ki, dünya təcrübəsində iqtisadi inkişaf modellərinin bir qrupu sosial ədalətlik prinsipləri əsasında formalaşdırılmışdır. Milli gəlirin bölüşdürülməsində və vergi funksiyalarının yerinə yetirilməsində sosial meyarlar nəzərə alınır. Tədqiqatçılar X. Çen və A. Mehlenbaçer iqtisadi inkişaf proseslərində üç model əsasında - Lyuis modeli, Harris - Todaro modeli və Solou - Svana modelləri üzrə araşdırmalar aparmışlar. Müəlliflər qeyd edirlər ki, iqtisadi inkişafın prioritet istiqamətlərinin reallaşdırılmasında hər bir iqtisadi inkişaf modelinin adekvatlığının optimal müəyyənəndirilməsi son dərəcə mühim əhəmiyyət kəsb edir. Görünür optimal iqtisadi inkişaf modeli seçilmədiyi halda, milli iqtisadiyyatın artımından söhbət gedə bilməz və bu realıqdan uzaqdır [12]. 2008-ci ilin sonlarından başlayaraq, dünyada genişlənən iqtisadi tənəzzül prosesləri və neqativ tendensiyalar, bunlarla bağlı problemləri aradan qaldırmağa qadir olan iqtisadi inkişaf modellərinin axtarılması və yaxud milli iqtisadi inkişafın yeni mexanizmlərinin müəyyənəndirilməsi tədbirləri artmışdır [13]. Hər bir ölkənin iqtisadi inkişaf modeli dövrün tələblərinə adekvat olaraq yenilənməli, tənzimlənməli, qlobal təsirlərə qarşı daha səmərəli mexanizmlər hazırlanmalıdır. Nikols Dövlət Universitetinin tədqiqatçıları S. Kooros və L. Badeauks iqtisadi inkişaf modellərinin planlaşdırılması, onların təşkili və reallaşdırılması ilə bağlı problemləri araşdırmışlar [14]. Məlum olmuşdur ki, iqtisadi artım və iqtisadi inkişaf məsələləri milli iqtisadiyyatın davamlı inkişafı və onun artım dinamikasının təmin edilməsi məqsədləri ilə bağlı baxılaraq balanslaşdırılmadığı halda, yüksək nəticələrin əldə edilməsi çətinləşir. Bununla bərabər, iqtisadi artım əgər cəmiyyətin xeyrinə bütün segmentlər üzrə səmərə və fayda vermirsə, sosial-iqtisadi ədalət təmin edilmirsə, iqtisadi inkişafın təmin edilməsində ciddi problemlər yaranır. Buna görə

də, hər bir ölkədə iqtisadi inkişafın davamlılığı və iqtisadi artımın səmərəli təminatı üçün dövlətlə bərabər, ölkənin demokratik institutları, iqtisadi sistemin bütün subyektləri məsuliyyət daşıyırlar və milli iqtisadiyyatın inkişafının artım dinamikasının, həmçinin səmərəliliyinin təmin edilməsi bütün bunların qarşılıqlı və məhsuldar, eyni zamanda effektiv fəaliyyətindən bilavasitə asılıdır.

Alman iqtisadi inkişaf modelinin dünya iqtisadi inkişaf proseslərində xüsusi yeri və spesifik cəhətləri diqqəti cəlb edir. Hələ XIX əsrin ortalarından başlayaraq Almanıyanın vahid dövlət kimi formalaşması proseslərində “Almaniya tarixi məktəbi” kimi qiymətləndirilən alman iqtisadi məktəbi özünün sosial-tarixi cəhətləri ilə seçilmişdir [15]. Almanıyanın II Dünya müharibəsi nəticəsində parçalanmasına və 45 il ərzində iki dövlət kimi fəaliyyət göstərməsinə baxmayaraq, son onilliklərdə alman iqtisadiyyatının yenidən vahid iqtisadi sistemdə olması və iqtisadi inkişaf modelinin təkmilləşdirilməsi proseslərində sosial-iqtisadi yönümlü bazar iqtisadiyyatı mexanizmləri saxlanılmaqdadır, yəni qlobal transformasiyalara və iqtisadi inkişaf proseslərinin əhəmiyyətli şəkildə yenilənməsinə baxmayaraq, alman iqtisadi məktəbinin tarixi ənənələri və mahiyyəti əsasən qorunub saxlanılmış, bununla belə, kifayət qədər təkmilləşdirilmə proseslərini keçmişdir. Son dövrlərdə alman iqtisadiyyatının dünya iqtisadi sistemində yerinin möhkəmləndirilməsi, milli iqtisadi inkişaf modelinin yenilənməsi və davamlı iqtisadi inkişafın gücləndirilməsi məqsədilə uzunmüddətli milli strategiya müəyyənləşdirilmiş və bu strategiyada regional, milli və qlobal səviyyədə milli iqtisadi inkişafın bütün mühüm aspektləri nəzərə alınmışdır [16]. Hazırda alman iqtisadi inkişaf modeli üçün əsas prioritetlər sırasında milli və təbii resurslardan maksimum səmərəli istifadənin təmin edilməsi, iqtisadi artımın resurs təminatı ilə balanslaşdırılması, kənd təsərrüfatının məhsuldarlığı ilə yanaşı, ekoloji aspektlərinin nəzərə alınması, dövlət borcunun və dövlət büdcəsinin kəsir səviyyəsinin ÜDM-ə nisbətə 3% səviyyəsində saxlanılması, iqtisadi inkişafın davamlılığının gücləndirilməsi üçün ÜDM-ə nisbətə əsaslı kapital qoyuluşunun və investisiyaların həcmnin artırılması və 2020-ci ildə innovativ məhsulların həcmi artırmaq üçün elmi-tədqiqat və konstruktor işlərinə özəl və dövlət xərcləri həcmnin ÜDM-in 3%-lik səviyyəsinə çatdırılması, ÜDM-in adambaşına düşən həcmnin yüksəldilməsi və bununla bağlı iqtisadi məhsuldarlığın - iqtisadi artımın ekoloji və sosial amillərinin nəzərə alınması, məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi, davamlı iqtisadi inkişafın möhkəmləndirilməsi üzrə beynəlxalq əməkdaşlığın genişləndirilməsi və beynəlxalq məsuliyyətin artırılması, bununla əlaqədar olaraq, inkişaf etməkdə olan ölkələrin inkişaf şanslarını yüksəltmək üçün həmin ölkələrdən idxalın artırılması və s. yer almışdır.

Hazırda dünya iqtisadiyyatında ABŞ-dən sonra ikinci mövqedə möhkəmlənən Çində iqtisadi inkişaf modelinin kökündə planlı iqtisadi yanaşma və dövlət sektorunun iqtisadi proseslərdə aparıcı mövqe tutması dayanır. Bu ölkənin iqtisadi inkişaf

mexanizmləri və alətləri kifayət qədər məhsuldar və işləkdir, ixrac potensialı yüksəkdir, əmək ehtiyatları çoxdur və ildən ilə əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması tədbirləri genişlənməkdədir. Çin iqtisadiyyatının inkişaf səviyyəsini əksər hallarda “müasir dünya iqtisadi proseslərinin möcüzəsi” kimi də dəyərləndirirlər. Bu onunla əlaqədardır ki, uzun onilliklərdə ki, Çin rəhbərliyi, hökumət, bütövlükdə Çinin iqtisadi sisteminə daxil olan bütün qurumlar, təsərrüfat subyektləri “Çin arzusunu” - Çinin dünya iqtisadiyyatında ön cərgəyə çıxmaq arzusunun reallaşdırılması məqsədilə kompleks, eyni zamanda səmərəli və məhsuldar, iqtisadi artımla müşayiət olunan iqtisadi inkişaf modelini formalaşdırıb bilmiş və həyata keçirməkdədir [17]. Çin hökuməti milli iqtisadi inkişaf modelinin təkmilləşdirilməsi məqsədilə 2013-cü ildən başlayaraq, iqtisadi artımın daha uyğun və davamlı modelinə üstünlük verməkdədir, yəni ölkədəki mövcud iqtisadi sistemin təkmilləşdirilməsi hesabına sərbəst bazar iqtisadiyyatı istiqamətində daha geniş addımların atılmasına üstünlük verilməsi, bu ölkədə iqtisadi inkişaf prosesləri mexanizmlərinin daha çox yenilənməsinə və səmərəliliyinin artırılmasına imkan verəcəkdir. Bu isə Çində investisiya fəallığının artırılmasına və xidmət sektorunun genişləndirilməsinə gətirib çıxarmalıdır [18].

Nəticə

Aparılan tədqiqatların yekunu olaraq bir qrup vacib və aktual məsələləri qeyd etmək mümkündür:

- dünya təcrübəsində özünü doğrultmuş iqtisadi inkişaf modellərinin əsas mexanizmləri çevik idarəetmə sistemlərindən, məhsuldar iqtisadi inkişaf indikatorlarından və mexanizmlərindən, yüksək iqtisadi inkişaf hədəflərindən, kifayət qədər inkişaf etmiş və təkmilləşdirilmiş bazar iqtisadiyyatı mexanizmlərindən ibarətdir;

- Azərbaycanda strateji yol xəritələrinin hazırlanmasında baxılmış və dəyərləndirilmiş, həmçinin dünya təcrübəsində özünü doğrultmuş iqtisadi inkişaf modelləri mexanizmlərinin ölkəmizin iqtisadi sisteminə daxil edilməsi kifayət qədər əsaslandırılmalı və milli iqtisadiyyatımızın strateji hədəflərinə adaptivliyi potensialı nəzərə alınmalıdır..

Ədəbiyyat

- [1] List Friedrich D. Nationale System der politischen Ökonomie, 1841.
- [2] Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə Strateji Yol Xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı. Bakı şəhəri, 6 dekabr 2016-cı il. <http://www.president.az>.
- [3] Keynes M. John. General Theory of Employment, Interest and Money, 1936.
- [4] Fukunari Kimura. Japan's Model of Economic Development. Relevant and Nonrelevant Elements for Developing Economics. KeioUniversity, Tokyo. <http://www.citeseerx.ist.psu.edu>.

- [5] Экономика США, модель экономики Америки, ее развитие. Экономика США и успех экономического роста, или - об экономической модели развития Америки.<http://www.wtdcache.googleusercontent.com>.
- [6] Медведева Е.Ю. А Американская модели развития экономики и её преимущества//Между. журнал экспериментального образования. №4.2010. С.16-17.
- [7] Гэлбрейт К.Г. Какова американская модель на самом деле? Мягкие бюджеты и кейнсианская деволлюция//Логос 2(37) 2003.-С13-30. <http://www.ruthenia.ru>.
- [8] Graham J. and Cornwell J. Building community economies in Massachusetts: an emerging model of economic Development? <http://www.communityeconomies.org>.
- [9] Welker Jason. Model of Economic Growth and Development. <http://www.welkerswikinomics.com>.
- [10] Mixed Economic System. <http://www.investopedia.com>.
- [11] A Mixed Economy: The Role of the Market. <http://www.colorado.edu>.
- [12] Chen X., Mehlenbacher A. Econ 353 Final Project: Computational Forms of Economic Development Models. <http://www.laits.utexas.edu>.
- [13] Bowen E.N., Davis G., Romich E., Llyod M. Extension - Led Economic Development Model - A Recipe for Success. Ohio State University//Journal of Extension. Volume, №2, 2013.<http://www.joe.org>.
- [14] Kooros K. Syrous. Badeaux M. Laura Economic Development Planning Models: A Comparative Assessment//International Research Journal of Finance and Economics. ISSUE 7(2007). -P. 120-139.<http://www.eurojournals.com>.
- [15] Историческая школа Германии. Общая характеристика немецкой исторической школы. Методологические особенности исторической школы Германии. <http://www.gumer.info>.
- [16] Национальная стратегия устойчивого развития. 10 лет устойчивого развития «made in Germany». Die Bundesregierung. Nachhaltigkeits-strategiefür Deutschland.<http://www.bundesregierung.de>.
- [17] Новосельцев С.В. Концепция «Китайской мечты» и её практическое применение//Сравнительная политика, №1 (22), 2016.-С. 5-21.
- [18] Schiliro Daniele. Economic Reforms in China: which model of development? University of Messina. <http://www.horasis.org>.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Л.А. Кашиева

доцент, UNEC

lemankashiyeva@gmail.com

mob.050-354-39-38

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 05 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 16 fevral
2017; online-da çap edilmişdir 07 aprel 2017

Received 05 January 2017; accepted 16 February 2017; published online 03 April 2017

Резюме

Основной целью исследования является комплексное рассмотрение проблем электронной торговли в Азербайджане и определение путей их разрешения для ускоренного развития данной сферы экономики республики в ближайшей перспективе. В соответствии с поставленной целью в статье исследуется современное состояние рынка электронной торговли в Азербайджане. Раскрывая особенности данного вида бизнеса, автор отмечает его специфичность, проводит сравнительный анализ основных показателей рынка розничной электронной торговли Европы, США, стран СНГ и Азербайджана, таких как: объем рынка Интернет торговли, уровень проникновения в Интернет и т.д. В основном разделе исследования раскрыты основные проблемы развития электронной торговли в Азербайджане на современном этапе. Исследование осуществлено методами сравнения, системного анализа, логического обобщения, статистического анализа. Результатом исследования является определение перспектив исследуемой сферы национальной экономики. Ограничения исследования: требуется более конкретная практическая информация. Практическая значимость исследования: некоторые предложения исследования в перспективе могут быть использованы бизнес-структурами и отдельными предпринимателями при осуществлении их деятельности в электронной торговле. Научная новизна исследования: определены основные проблемы развития электронной торговли в Азербайджане в условиях экономического спада, и разработаны конкретные рекомендации по совершенствованию данной сферы национальной экономики в перспективе.

Ключевые слова: электронная торговля, интернет-магазин, потребители товаров, объем рынка, проникновение интернета.

JEL Classification Codes: L81

AZƏRBAYCANDA ELEKTRON TİCARƏTİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi respublikada perspektivdə elektron ticarətin sürətli inkişafı üçün iqtisadiyyatın bu sahəsinin problemlərinin kompleks nəzərdən keçrilməsindən və onların aradan qaldırılması yollarının müəyyən edilməsindən ibarətdir. Bu məqsədlə məqalədə respublikada elektron ticarət bazarının müasir vəziyyəti tədqiq olunur. Müəllif biznesin bu sahəsinin xüsusiyyətlərini araşdıraraq onları açıb göstərir, Avropa, ABŞ, MDB ölkələri və Azərbaycanın pərakəndə elektron bazarının əsas göstəricilərinin: internet ticarəti bazarının həcmnin, bu bazarda internetin yayılma dərəcəsi və sair göstəricilərin müqayisəli təhlilini aparır. Tədqiqatın əsas bölməsində müasir dövrdə Azərbaycanda elektron ticarətin əsas problemləri müəyyən edilir. Tədqiqat prosesi müqayisəli, sistemli və statistik təhlil, elmi müşahidə, məntiqi ümumiləşdirmə metodları əsasında aparılmışdır. Tədqiqatın nəticəsi milli iqtisadiyyatın tədqiq olunan sahəsinin perspektivlərinin müəyyən edilməsidir. Tədqiqatın məhdudiyyəti: daha konkret praktiki informasiyaya ehtiyac vardır. Praktiki əhəmiyyəti: tədqiqat nəticəsində irəli sürülmüş bəzi təkliflər biznes-strukturları və müxtəlif sahibkarların elektron ticarət sahəsindəki gələcək fəaliyyətlərində istifadə oluna bilər. Tədqiqatın elmi yeniliyi: Azərbaycanda iqtisadi tənəzzül dövründə elektron ticarətin inkişafının əsas problemləri müəyyən olunmuş, perspektivdə respublika iqtisadiyyatının bu sahəsinin təkmilləşdirilməsi (təşəkkülü) üçün konkret təkliflər irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: elektron ticarət, internet-mağaza, məhsul istehlakçıları, bazarın həcmi, internetin yayılması.

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN AZERBAIJAN

Abstract

The aim of the study is a complex review of the problems of e-commerce in Azerbaijan and determination of the ways of their solution for the accelerated development of this sector of the economy of the republic in the nearest future. The article examines the current state of e-commerce market in Azerbaijan in accordance with the target. Revealing the features of this type of business, the author points out its specificity, provides a comparative analysis of the main indicators of retail e-commerce market in Europe US, the CIS and Azerbaijan, such as the volume of online trading market, the level of penetration of Internet, etc. In the main section of the study e-commerce development issues are revealed in Azerbaijan at the current stage. The research carried out by comparing the methods, system analysis, logical generalization, statistical analysis. The result of the study is to determine the sphere of the study of the national economy prospects. Research limitation: need

more specific practical information. Practical significance: some suggestions of research in prospect may be used by business structure and individual entrepreneurs in the implementation of their activities in e-commerce. Scientific novelty: the basic problems of development of electronic commerce in Azerbaijan in the economic downturn are identified and to develop concrete recommendations for the improvement of this sector of the national economy in prospect.

Keywords: e-commerce, online store, consumers of the goods, market volume, penetration of the internet.

В результате возникновения глобальной сети Интернет человечество заметно ощутило изменения во всех сферах своей деятельности, в том числе и в сфере коммерции.

Благодаря применению современных инновационных технологий в бизнесе создаются и развиваются новые тенденции в масштабной системе мировой экономики. Появилось новое направление, получившее название Интернет-экономика. Как часть электронной коммерции, сегодня как никогда, наступательно и динамично развивается электронная торговля.

Современный мир характеризуется глобальной и свободной формой общения продавцов и покупателей различных государств, которых соединяют торговые Интернет площадки.

Наряду с этим, в нашей стране электронная торговля, пока еще, не достигла уровня развития, соответственно своим потенциальным возможностям, что и обуславливает бесспорную актуальность предлагаемого исследования.

Осуществление торговой операции с использованием электронной торговли требует значительно меньше издержек, по сравнению со сделкой купли-продажи с реальным покупателем. Не требуется больших затрат на содержание персонала и аренду помещения, сокращаются транспортные расходы.

Немаловажным фактом является и то, что виртуальная торговля осуществляется круглосуточно и купить или продать товар можно в любое время суток.

Создавая свой Интернет-магазин бизнесмен может, за не имением реальных покупателей, минимизировать размеры торгового зала или вообще отказаться от него. В складских структурах по-прежнему остается необходимым наличие помещения и персонала, однако актуальность такой проблемы, как территориальная привязанность склада к магазину значительно снижается.

Процесс осуществления покупки товара через Интернет-магазин для потребителя значительно облегчается, так как система автоматической обработки запроса выдает перечень интересующих его товаров практически мгновенно, что позволяет покупателю быстро найти именно тот товар, который ему нужен.

Безусловно, наряду с преимуществами Интернет-магазины имеют и ряд значительных недостатков. А именно, потребитель, заказывая тот или иной товар через сайт Интернет-магазина, не имеет возможность увидеть приобретаемый им товар, чтобы оценить его качество своим опытным взглядом. Покупатель, покупая товар через Интернет-магазин, может дать оценку, интересующему его товару только судя лишь по фотографии и представленным на сайте характеристикам к нему [1].

Одной из немаловажных проблем виртуальной торговли – это оплата покупателями приобретаемых ими товаров. Сегодня в Азербайджане многие покупатели, боясь, что их деньги уйдут в никуда, не хотят идти на риск и не доверяют электронным платежным системам.

На сегодняшний день развитие электронной торговли во всем мире идет стремительно быстро. Зарубежные продавцы и покупатели полным ходом осуществляют торговые операции друг с другом.

Наибольшую популярность электронная торговля приобрела в США и Европейских странах.

Самыми востребованными товарами, приобретаемыми через виртуальную сеть - это обувь, одежда, смартфоны. Становятся популярными Интернет-магазины мебели, косметики, игрушек [2].

В период с 2010-го года по 2015 год прибыль от онлайн торговли в рамках модели взаимной деятельности B2C во многих странах Европы значительно возросла. Так на 10% возросла прибыль в Великобритании, на 20% - во Франции [3].

Однако такое увеличение потребностей в товарах через виртуальные магазины наблюдается отнюдь не во всех странах. В Италии и Испании, например, за тот же период, в Интернет-магазинах приобрели товар меньше 20% населения этих стран.

В 2013 году 45% населения Европы, в возрасте от 17 до 80 лет, приобретали товары через виртуальную торговлю. Максимальное количество пользователей услугами Интернет-магазина приходилось на жителей Болгарии, Румынии, Италии [4].

Наряду с тем, что торговля через Интернет, бесспорно, является прибыльной и перспективной сферой экономики, она, в результате специфичности, встречается в своей деятельности с определенными проблемами.

Предназначение электронной торговли распространяется на совершение, как внутринациональных электронных торговых операций, так и внешнеторговых.

Очевидным является тот факт, что процедура международных сделок, несравнима сложнее, чем внутринациональные электронные торговые операции.

Расхождения в системах налогообложения, различия величин таможенных пошлин и т.д. в тех или иных странах, усложняют совершение международных сделок. Все еще остаются нерешенными проблемы налогообложения, касающиеся торговых сделок, проведенных через сети Интернет.

Со стороны государств налогообложение на деятельность электронной торговли не включено в рамки законодательного регулирования.

Этот факт еще раз подтверждает, что электронная торговля представляет собой абсолютно новую форму мирового рыночного хозяйства, значительно увеличивающая уровень эффективности экономики.

Говоря об электронной торговле в Азербайджане, здесь мы можем наблюдать несколько другую ситуацию: электронная торговля развивается, но всё же объём товарооборота электронной торговли значительно отстаёт от других стран. Так, в Азербайджане объём рынка Интернет коммерции в 2014 году составлял 6,4 млн манатов, т.е. превысил оборот за предыдущий 2013 год в 2,4 раза.

Отметим, что в 2015 году объём электронной розничной торговли составил в Азербайджане 12,8 млн манатов. В сравнении с 2014 годом рынок электронной коммерции вырос в 2 раза [5].

На наш взгляд, катализатором ускоренного развития Интернет-торговли стал наступивший в 2015 году экономический спад. И это очевидно, так как с одной стороны, электронная торговля, как нами было отмечено выше, дает возможность предпринимателям снизить свои затраты, а с другой позволяет потребителям выбирать для себя более выгодные сделки.

В 2015 году 91% объектов торговой сети, в которых были приобретены товары в онлайн-режиме, принадлежали юридическим лицам, а доля физических лиц составляла 8,9% [5].

Товары непродовольственного назначения составили 96,2% всего оборота рынка электронной торговли [6].

По развитию рынка розничной электронной торговли наша республика занимает одно из последних мест среди стран СНГ.

Данные Госкомстата показывают, что объём розничной электронной коммерции в нашей республике в 2015 году составил 12,8 млн манат. Для аналогии, в Белоруссии, где количество населения (9,4 млн человек) близко к количеству населения в Азербайджане (9,6 млн человек), а уровень проникновения Интернета составляет 66%, объём розничной торговли в 2015 году равнялся \$ 300 млн, то есть почти в 100 раз больше, чем в Азербайджане [5].

В России этот показатель составил 15 млрд.долларов, в Украине – 2 млрд долларов, в Казахстане – 600 млн долларов.

Хотим отметить, что уровень проникновения Интернета в нашей республике выше (77%), и по данному показателю Азербайджан является лидером среди всех постсоветских государств.

Согласно последнему исследованию Международного телекоммуникационного союза (ITU), Азербайджан лидирует в СНГ и по числу индивидуальных пользователей интернета, и по уровню проникновения широкополосного интернета среди индивидуальных пользователей.

На наш взгляд, к основным причинам, препятствующим развитию электронной торговли в Азербайджане на современном этапе, можно отнести:

1. Все еще не достаточно широкий круг пользователей Интернета (к началу 2016 года каждые 77 человек населения из 100 являлись интернет-пользователями), причем большинству из которых, еще «чуждо» или не привычно заниматься покупками в сети.

Показатель проникновения во всемирную сеть среди населения западных европейских стран приближается к 100%. Европейцы широко и успешно используют возможности Интернета для своих целей. Наши же соотечественники еще не освоили новый стиль жизни, являясь неопытными пользователями, они до сих пор относятся с огромным недоверием и опаской к новым для них, нетрадиционным способам купли-продажи товаров.

2. Несоответствие таких статистических факторов, как уровень технической подготовки (67,5% пользователей подключались к сети из своей квартиры, 17,1% - с рабочего места, 3,5% - в интернет клубе, 8,1% - в образовательных учреждениях, 0,5% - в библиотеке, а 3,3% - в других местах), материального благосостояния и уровень образования, т.е. различие в усредненных показателях пользователей Интернета и среднестатистического жителя нашей страны. Так на сегодняшний день 42,9% интернет-пользователей в Азербайджане составляет молодежь в возрасте до 24 лет, 24,7% - пользователи от 25-34 лет, 32,3% - от 35-64 лет. Доля пользователей в возрасте старше 64 лет составляет всего 0,1% [5]. Из чего, мы можем сделать вывод, что еще значительный процент пользователей Интернета, являются учащимися, которые не в состоянии самостоятельно оплатить свои покупки, и наоборот, очень низкий процент людей пенсионного возраста, которым осуществление покупок через Интернет было бы очень удобным, а в некоторых случаях и единственным способом их самостоятельного приобретения.

3. Очень низкий уровень проникновения широкополосного Интернета в регионы республики, Так, на начало 2016 года количество работников, пользующихся Интернетом по всей республике, составляло 212003 человек, из них 134667 приходится на столицу, город Баку, 18529 – на Нахичеванский район,

6733 – Абшеронский район. Во всех оставшихся районах только 52 047 работников пользуются Интернетом. Особенно низкий уровень работников, пользователей Интернетом, наблюдается в таких районах как Хызы (175 человек), Дашкесан (164 человек), Огуз (286 человек), Лерик (272 человек) [5].

В некоторых регионах Азербайджана до сих пор отсутствуют каналы связи, или такого низкого качества, что не в состоянии поддержать должное Интернет-соединение. Отсутствие качественной связи не позволяет потенциальным клиентам электронных магазинов использовать интернет в своей будничной жизни. В некоторых городах Азербайджана вообще не наблюдается спроса на услуги интернет-торговли. Особое внимание в своих стратегических планах интернет-магазинам нужно уделять региональной аудитории. Распространение в регионах - это все, что на данном этапе могут сделать предприниматели для роста собственного электронного магазина. Трудность в привлечении и в удержании потенциальных клиентов в результате хаотичности, бессистемности и информационной загруженности большинства сайтов, т.е. становится бесспорно актуальным вопрос профессионального создания сайтов и возможностей оценки эффективности их функционирования.

4. Отсутствие гарантий безопасности финансовых сделок и конфиденциальности передаваемой информации. Люди боятся платить интернет-магазинам, опасаясь, что их обманут, не доставят товар, доставят не тот товар, доставят товар неудовлетворительного качества и т.д. Для увеличения интернет-аудитории и преодоления недоверия требуется время и определенные усилия.

5. Низкое качество оказываемых услуг, в условиях явного недостатка специалистов по интернет-маркетингу и интернет-рекламе. Отсутствует постоянное обновление информации о наличии, ценах и новых поступлениях товаров. Недоразвита инфраструктура доставки, следствием чего является ее дороговизна. Улучшение качества доставки товаров, прежде всего почтовой доставки. Неразвитость почтовой инфраструктуры удручает. Даже если потенциальный клиент имеет качественную интернет-связь и успешный опыт покупок в интернете, он все равно не всегда воспользуется услугами иногороднего интернет-магазина, т.к. срок доставки товаров порой превышает все мыслимые пределы. Низкое качество услуг почтовой доставки - это огромное препятствие, сдерживающее развитие нашего рынка. Аналитики утверждают, что неразвитость услуг почтовой доставки значительно замедляет бум дистанционной торговли, который ожидал бы нашу страну.

6. Еще одной проблемой является возврат товара. В большинстве интернет-магазинов товар не подлежит возврату. Кроме того, на виртуальных площадках торговли товары практически не предлагаются в кредит или рассрочку.

Учитывая темпы роста потребительского кредитования в последние годы, роль этого фактора трудно переоценить [7]. В перспективе следует вести дальнейшие работы в этом направлении.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что перспективы отечественной электронной торговли лежат в следующих плоскостях:

1. Дальнейшее развитие информационных технологий, появление инновационных проектов и развитие отрасли.
2. Улучшение качества интернет-связи, особенно в регионах республики.
3. Увеличение аудитории Интернета, за счет просвещения населения республики о сущности и преимуществах Интернет торговли, с целью вызова у местного потребителя доверия к такой нетрадиционной для него форме торговли.
4. Экспансия регионов предпринимателями, занятых данным видом бизнеса.
5. Обеспечение потребителей гарантиями безопасности, при проведении финансовых сделок и в конфиденциальности информации.
6. Подготовка специалистов по интернет маркетингу и интернет рекламе, проведение широкомасштабных рекламных кампаний отечественных и зарубежных Интернет магазинов.
7. Улучшение качества услуг почтовой доставки товаров.
8. Расширение ассортимента товаров и услуг.

Таким образом, из вышесказанного, можно сделать **выводы**, что рынок электронной коммерции в Азербайджане еще долгие годы будет активно развиваться. Устранение вышеуказанных нами основных причин, сдерживающих ожидаемое бурное расширение отрасли, приведет к значительному увеличению объема рынка электронной коммерции.

Успешное развитие электронной коммерции в Азербайджане в перспективе создаст необходимые и достаточные условия для ускоренной интеграции нашей страны в мировую систему коммуникаций и стандартов, будет способствовать расширению присутствия Азербайджана в глобальной информационной сети и расширению спектра направлений и масштабов его участия в международном разделении труда.

Для проведения оценки перспектив виртуальной торговли в Азербайджане, прежде всего, необходимо определить, разрешить и устранить все те назревшие проблемы, которые оказывают действенное влияние на результат развития отечественного интернет-бизнеса сегодня.

Литература

- [1] Смирнов С.Н. Электронный бизнес. – Уч. для вузов. – М.: 2013. 250с.
- [2] Самые популярные товары в Интернете [Электронный ресурс]//режим доступа: http://predprinimatel.ru/practice/all/samie_popylyarnie_tovari_v_internet

- [3] Статистика пользователей интернета в мире [Электронный ресурс]//режим доступа:URL: [http:// www.bizhit.ru/index/ polzovateli_interneta_v_mire/0-404](http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire/0-404), свободный
- [4] Европейцев покупают онлайн [Электронный ресурс]//режим доступа:// URL:<http://www.internetretailer.com/2012/06/07/43-europeans-shop-online> 43% , свободный
- [5] <http://www.azstat.org/MESearch/search?departament=24&lang=az>
- [6] Салаева А. Минналогов Азербайджана прокомментировало вопрос привлечения электронной коммерции к выплате налогов 18.05.2016 [http:// www.1news.az/ economy/ money/20160518043309497.html](http://www.1news.az/economy/money/20160518043309497.html)
- [7] Салатов Н.В. Электронная коммерция: изучение актуальных направлений решения современных проблем коммерческой деятельности посредством ведения предпринимательской деятельности в интернет - пространстве [Электронный ресурс]//режим доступа:URL: [http://socionet.ru/publication.xml?h=spz:citis:infkar: 02201151147](http://socionet.ru/publication.xml?h=spz:citis:infkar:02201151147)

ОБ ОДНОМ ПОДХОДЕ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Х.М. Байрамов

доктор философии по техническим наукам, UNEC
b_hafis@yahoo.com; hafisba@gmail.com;
тел.: (+994 12) 30-39-39 (раб.), +994 50 877 72 06 (моб.);

С.Т. Бабаева

Диссертант, Институт Систем Управления НАН Азербайджана.
babayevasevinj@yahoo.com;
тел.: +994 12 539 13 68 (раб.), +994 50 322 70 50 (моб.);

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 18 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 30 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 18 January 2017; accepted 30 March 2017; published online 03 April 2017

Резюме

Основная цель этого исследования заключается в изучении подхода к оценке финансовой устойчивости коммерческих банков в условиях неопределенности и с учетом современного состояния финансового рынка Азербайджана. Исследовательская работа выполнена на основе статистического анализа и аналитического обобщения. Результаты исследования: разработана методика оценки финансовых показателей коммерческих банков на основе применения нечётких методов многокритериальной оценки и ранжирования альтернатив на текущий период их финансовой деятельности. Ограничения исследования – потребность в более обширной практической информации. Практическое значение исследования – обогащение научных и практических знаний ученых, ведущих научные изыскания в данном направлении (а также работающих в этой области специалистов), применение методов оценки финансовой устойчивости банков для развития эффективной деятельности финансового рынка. Оригинальность, научная новизна исследования в том, что используя отчеты Центрального Банка и научные исследования, в исследовательской работе был проведен анализ практического материала, и как результат были даны рекомендации по использованию более эффективного подхода к оценке финансовой устойчивости коммерческих банков с целью улучшения анализа современного состояния финансового рынка Азербайджана.

Ключевые слова: финансовая устойчивость банка, финансовый коэффициент, нечёткое множество, нечёткое отношение.

QEYRİ-MÜƏYYƏNLİK ŞƏRAİTİNDƏ BANKLARIN MALİYYƏ SABİTLİYİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNƏ BİR YANAŞMA HAQQINDA

Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi qeyri-müəyyənlik şəraitində Azərbaycanın maliyyə bazarının müasir vəziyyətini nəzərə alaraq kommersiya banklarının maliyyə sabitliyinin qiymətləndirilməsinə olan yanaşmanın öyrənilməsidir. Tədqiqat işi statistik təhlil və analitik ümumiləşdirmə əsasında yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatın nəticələri: çox meyarlı qiymətləndirilməsi və əsasında kommersiya banklarının cari müddətdəki maliyyə göstəricilərinin qiymətləndirilməsi metodikası işlənmişdir. Tədqiqatın məhdudiyyətləri: daha geniş praktiki informasiyaya ehtiyac var. Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti: bu istiqamətdə araşdırmalar aparan alimlərin (həmçinin bu sahədə çalışan mütəxəssislərin) elmi və praktiki biliklərin zənginləşdirilməsi və maliyyə bazarının effektiv fəaliyyətinin inkişafı üçün bankların maliyyə sabitliyinin qiymətləndirilmə metodların tətbiqi. Tədqiqatın elmi yeniliyi və orijinallığı ondadır ki, elmi tədqiqat işində Mərkəzi Bankın hesabatlarından və araşdırmanın nəticələrindən istifadə edərək praktiki təhlillər aparılmışdır. Nəticədə Azərbaycanın maliyyə bazarının müasir vəziyyətinin təhlilinin yaxşılaşdırılması məqsədi ilə kommersiya banklarının maliyyə sabitliyinin qiymətləndirilməsinə daha effektiv yanaşmadan istifadə tövsiyə edilmişdir.

Açar sözlər: bankın maliyyə sabitliyi, maliyyə əmsalı, qeyri-dəqiq çoxluq, qeyri-dəqiq münasibət.

JEL Classification Codes: E50, G21

ON ONE APPROACH TO THE EVALUATION OF FINANCIAL STABILITY OF COMMERCIAL BANKS UNDER CONDITIONS OF UNCERTAINTY

Abstract

The main aim of this research is to study an approach to evaluation of financial stability of commercial banks in Azerbaijan under conditions of uncertainty and with regard to the current condition of the financial market in Azerbaijan. The research has been conducted on the basis of statistical analysis and analytical generalization. Research results: a method of evaluation of financial performance of commercial banks based on the application of fuzzy methods of multi-objective evaluation and ranking of alternatives for current period of their financial activity. Research limitations: the need for more extensive practical data. Practical importance of the research: refinement of scientific and practical knowledge of scientists conducting research in this area (as well as of specialists working in this field), application of the methods of evaluation of financial stability of banks for

developing efficient activity of the financial market. The original scientific novelty of the research is that a practical analysis with the use of the Central Bank reports and available scientific research results has been carried out and as a consequence a recommendation has been given for using a more efficient approach to the evaluation of financial stability of commercial banks with the purpose of improving analysis of the current condition of the financial market of Azerbaijan.

Keywords: financial stability of a bank, financial coefficient, fuzzy set, fuzzy relationship

Введение. В мировой практике для оценки деятельности коммерческого банка (КБ) применяются два основных подхода, один из которых основан на определении рейтинга банка, а другой – на анализе системы финансовых коэффициентов [1-4]. В частности, для установления степени устойчивости КБ применяются разные методики составления банковских рейтингов, среди которых наиболее популярной является система «CAMEL» [2]. Выявление необходимых знаний и построение систем предпочтений в процессе мониторинга финансовой устойчивости КБ требует огромных ресурсов по времени и переработку терабайтных объёмов информации. Поэтому, с точки зрения мониторинга финансовых показателей КБ существует необходимость в разработке новых подходов к их оцениванию в условиях неопределённости.

Показатели устойчивости банка и коэффициенты для их оценки. Оценка финансовой устойчивости КБ является многокритериальной процедурой, которая предполагает комплексное использование показателей, характеризующих: *достаточность капитала* (ДК), *ликвидность* (Л), *качество пассивов* (КП), *качество активов* (КА), *прибыльность* (П) и *эффективность* (Э). На практике в оценке каждого из этих показателей применяются достаточно большое количество коэффициентов. Поэтому возникает задача выбора из существующего множества именно тех коэффициентов, которые оказывают наиболее существенное влияние на финансовую устойчивость КБ. Основное требование, предъявляемое к коэффициентам финансовой устойчивости КБ, заключается в их сочетаемости, взаимной сопоставимости по размерности и направленности. Исходя из этих соображений, в [5] компилирован следующий перечень наиболее часто используемых финансовых коэффициентов устойчивости (табл. 1), где наряду с соответствующими расчётными формулами приведены рекомендуемые нормативные значения.

Таблица 1. Система финансовых коэффициентов устойчивости КБ

Показатель	Коэффициент устойчивости	Расчётная формула ($\times 100\%$)*	Нормативное значение (%)
ДК	Коэффициент достаточности капитала	$F_1 = K / ABYP$	10 ($K \geq 5$ млн. евро) 11 ($K < 5$ млн. евро)
	Коэффициент достаточности капитала 1-го уровня	$F_2 = K1 / ABYP$	6,0 (4,0**)
КП	Коэффициент клиентской базы	$F_3 = (BГ + CЮЛ) / O OПC$	80
	Коэффициент стабильности ресурсной базы	$F_4 = (CO + OДВ) / CO$	70
	Коэффициент зависимости от привлечённых МБК	$F_5 = ПМБК / O OПC$	Не более 15
КА	Коэффициент эффективности использования активов	$F_6 = AПД / CА$	85
	Коэффициент агрессивности кредитной политики	$F_7 = CЗ / ПРБ$	60 – 70
	Коэффициент качества ссудной политики	$F_8 = (CЗ - PРВПC) / CЗ$	96 – 99
	Доля просроченных ссуд	$F_9 = CЗП / CСЗ$	Не более 4
	Концентрация кредитных рисков на акционеров (участников)	$F_{10} = CCKТОКУ / K$	Не более 35
Л	Коэффициент соотношения высоколиквидных активов и привлечённых средств	$F_{11} = BA / ПC$	3.0
	Норматив мгновенной ликвидности	$F_{12} = BA / OДВ$	15
	Норматив текущей ликвидности	$F_{13} = ЛA / OДBC$	50
	Коэффициент структуры привлечённых средств	$F_{14} = OДВ / ПC$	Не более 50
П	Коэффициент рентабельности активов	$F_{15} = П / CА$	Не менее 1.5
	Коэффициент рентабельности капитала	$F_{16} = П / K$	Не менее 8
	Чистая процентная маржа	$F_{17} = ЧПД / CАППД$	Не менее 5
	Структура расходов	$F_{18} = AYP / ЧОД$	Не более 85
Э	Соотношение операционных расходов и доходов	$F_{19} = OP / OД$	50 – 70
	Соотношение операционных расходов и активов	$F_{20} = OP / CА$	Не ниже ставки рефинансирования в $\pm 3\%$

*) К – капитал; K1 – капитал 1-го уровня; ABYP – активы, взвешенные с учётом риска; BГ – вклады граждан; CЮЛ – средства юридических лиц; O OПC – общий объём привлечённых средств; CO – суммарные обязательства; OДВ – обязательства до востребования; OДBC – обязательства до востребования на срок до 30 дней; ПМБК – привлечённые МБК; AПД – активы, приносящие доход; CА – суммарные активы; CЗ – суммарная

задолженность; ПРБ – привлечённые ресурсы банка; РРВПС – расчётные РВПС; СЗП – ссудная задолженность просроченная; ССЗ – суммарная ссудная задолженность; ССКТОКУ – совокупная сумма кредитных требований в отношении крупных участников (акционеров); ВА – высоколиквидные активы; ПС – привлечённые средства; ЛА – ликвидные активы; П – прибыль; ЧПД – чистые процентные доходы; САППД – суммарные активы, приносящие процентные доходы; АУР – административно-управленческие расходы; ЧОД – чистые операционные доходы; ОР – операционные расходы; ОД – операционные доходы. **) рекомендация Базельского комитета.

Построение шкалы для градации финансовой устойчивости КБ. Для установления уровней финансовой устойчивости КБ воспользуемся следующим набором непротиворечивых рассуждений:

e_1 : «Если эффективность КБ высокая, уровень его прибыльности достаточный, а ликвидность является предпочтительной, то его финансовая устойчивость приемлемая (то есть отвечает минимальным требованиям)»;

e_2 : «Если вдобавок к вышеприведённым требованиям объём капитала КБ достаточен, то его финансовая устойчивость более чем приемлемая»;

e_3 : «Если дополнительно к условиям, оговоренным в e_2 , качества его активов и пассивов удовлетворительные, то его финансовая устойчивость безупречная»;

e_4 : «Если для рассматриваемого КБ имеет место все, что оговорено в e_3 , кроме достаточности капитала, то его финансовая устойчивость очень приемлемая»;

e_5 : «Если эффективность КБ высокая, уровень его прибыльности достаточный, уровень ликвидности является предпочтительным, объём капитала достаточен, но при этом качества его активов и пассивов не высокие, то финансовая устойчивость КБ все же будет приемлемая»;

e_6 : «Если эффективность КБ невысокая и его ликвидность не предпочтительная, то его финансовая устойчивость неприемлемая».

Анализ приведённых высказываний позволяет выявить по отношению к предлагаемой причинно-следственной модели шесть критериев (входных характеристик), используемых для оценки финансовой устойчивости КБ: X_1 – эффективность; X_2 – прибыльность; X_3 – ликвидность; X_4 – объём капитала; X_5 – качество пассивов; X_6 – качество активов, и один признак в виде выходной характеристики Y – финансовая устойчивость. Тогда, полагая X_i ($i=1\div 6$) и Y лингвистическими переменными, принимающими значения в виде нечётких множеств, переформулируем приведённые высказывания в виде следующих правил:

e_1 : «Если X_1 =высокая и X_2 =достаточная и X_3 =предпочтительная, то Y =приемлемая»;

e_2 : «Если X_1 =ВЫСОКАЯ и X_2 =ДОСТАТОЧНАЯ и X_3 =ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНАЯ и X_4 =ДОСТАТОЧНЫЙ, то Y =БОЛЕЕ ЧЕМ ПРИЕМЛЕМАЯ»;

e_3 : «Если X_1 =ВЫСОКАЯ и X_2 =ДОСТАТОЧНАЯ и X_3 =ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНАЯ и X_4 =ДОСТАТОЧНЫЙ и X_5 =УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЕ и X_6 =УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЕ, то Y =БЕЗУПРЕЧНАЯ»;

e_4 : «Если X_1 =ВЫСОКАЯ и X_2 =ДОСТАТОЧНАЯ и X_3 =ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНАЯ и X_5 =УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЕ и X_6 =УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЕ, то Y =ОЧЕНЬ ПРИЕМЛЕМАЯ»;

e_5 : «Если X_1 =ВЫСОКАЯ и X_2 =ДОСТАТОЧНАЯ и X_3 =ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНАЯ и X_4 =ДОСТАТОЧНЫЙ и X_5 =НЕВЫСОКАЯ и X_6 =НЕВЫСОКАЯ, то Y = МЕНЕЕ ПРИЕМЛЕМАЯ»;

e_6 : «Если X_1 =НЕВЫСОКАЯ и X_3 =НЕПРЕДПОЧТИТЕЛЬНАЯ, то Y =НЕПРИЕМЛЕМАЯ».

Переменную Y зададим на множестве $J=\{0; 0.1; \dots; 1\}$. Тогда $\forall j \in J$ используемые в правилах её значения опишем с помощью нечётких множеств [6]: S =ПРИЕМЛЕМАЯ, $\mu_S(j)=j$; MS =БОЛЕЕ ЧЕМ ПРИЕМЛЕМАЯ, как: $\mu_{MS}(j)=\sqrt{j}$; P =БЕЗУПРЕЧНАЯ, $\mu_P(j)=\begin{cases} 1, j=1; \\ 0, j<1; \end{cases}$ VS =ОЧЕНЬ ПРИЕМЛЕМАЯ, $\mu_{VS}(j)=j^2$; US =НЕПРИЕМЛЕМАЯ, $\mu_{US}(j)=1-j$.

Фаззификацию термов в левых частях правил осуществим с помощью гауссовской функции принадлежности: $\mu_X(u) = \exp\{-(u-100)^2 / \sigma_k^2\}$ ($k=1 \div 5$), восстанавливающей нечёткие множества по опорному вектору $(u_1, u_2, u_3, u_4, u_5)$ (рис. 2), причём значения для σ_k подбираются исходя из степени важности финансового показателя.

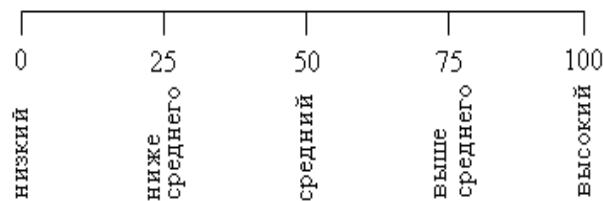


Рис. 2. Числовые уровни для оценки показателей устойчивости

Таким образом, критерии оценки финансовых показателей устойчивости определим в виде следующих нечётких множеств:

- ВЫСОКАЯ (эффективность банка):

$$A = \frac{0,00001}{u_1} + \frac{0,0019}{u_2} + \frac{0,0622}{u_3} + \frac{0,3679}{u_4} + \frac{1}{u_5};$$

- ДОСТАТОЧНАЯ (прибыльность):

$$B = \frac{0,00028}{u_1} + \frac{0,01013}{u_2} + \frac{0,12992}{u_3} + \frac{0,60037}{u_4} + \frac{1}{u_5};$$

- ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНАЯ (ликвидность):

$$C = \frac{0,00193}{u_1} + \frac{0,02973}{u_2} + \frac{0,20961}{u_3} + \frac{0,67663}{u_4} + \frac{1}{u_5};$$

- ДОСТАТОЧНЫЙ (объём капитала):

$$D = \frac{0,00717}{u_1} + \frac{0,06218}{u_2} + \frac{0,29096}{u_3} + \frac{0,73444}{u_4} + \frac{1}{u_5};$$

- УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЕ (качество пассивов):

$$E = \frac{0,12}{u_1} + \frac{0,11}{u_2} + \frac{0,37}{u_3} + \frac{0,779}{u_4} + \frac{1}{u_5};$$

- УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЕ (качество активов):

$$F = \frac{0,04}{u_1} + \frac{0,16}{u_2} + \frac{0,438}{u_3} + \frac{0,81}{u_4} + \frac{1}{u_5}.$$

С учётом этих формализмов нечёткие правила сформулируем как:

e_1 : «Если $X_1=A$ и $X_2=B$ и $X_3=C$, то $Y=S$ »;

e_2 : «Если $X_1=A$ и $X_2=B$ и $X_3=C$ и $X_4=D$, то $Y=MS$ »;

e_3 : «Если $X_1=A$ и $X_2=B$ и $X_3=C$ и $X_4=D$ и $X_5=E$ и $X_6=F$, то $Y=P$ »;

e_4 : «Если $X_1=A$ и $X_2=B$ и $X_3=C$ и $X_5=E$ и $X_6=F$, то $Y=VS$ »;

e_5 : «Если $X_1=A$ и $X_2=B$ и $X_3=C$ и $X_4=D$ и $X_5=\neg E$ и $X_6=\neg F$, то $Y=LS$ »;

e_6 : «Если $X_1=\neg A$ и $X_3=\neg C$, то $Y=US$ ».

Осуществив операцию пересечения нечётких множеств в левых частях правил, которая в дискретном случае определяется нахождением минимума соответствующих значений функций принадлежности, то есть

$$\mu_{A_i}(v) = \min_{v \in V} (\mu_{A_{i1}}(u_1), \mu_{A_{i2}}(u_2), \dots, \mu_{A_{ip}}(u_p)), \text{ в итоге получим запись са-}$$

мых правил в более компактной форме:

e_1 : «Если $X=M_1$, то $Y=S$ »; e_2 : «Если $X=M_2$, то $Y=MS$ »;

e_3 : «Если $X=M_3$, то $Y=P$ »; e_4 : «Если $X=M_4$, то $Y=VS$ »;

e_5 : «Если $X=M_5$, то $Y=LS$ »; e_6 : «Если $X=M_6$, то $Y=US$ »,

где:

$$M_1 = \frac{0,00001}{u_1} + \frac{0,0019}{u_2} + \frac{0,0622}{u_3} + \frac{0,3679}{u_4} + \frac{1}{u_5};$$

$$M_2 = \frac{0,00001}{u_1} + \frac{0,0019}{u_2} + \frac{0,0622}{u_3} + \frac{0,3679}{u_4} + \frac{1}{u_5};$$

$$M_3 = \frac{0.00001}{u_1} + \frac{0.0019}{u_2} + \frac{0.0622}{u_3} + \frac{0.3679}{u_4} + \frac{1}{u_5};$$

$$M_4 = \frac{0.00001}{u_1} + \frac{0.0019}{u_2} + \frac{0.0622}{u_3} + \frac{0.3679}{u_4} + \frac{1}{u_5};$$

$$M_5 = \frac{0.00001}{u_1} + \frac{0.0019}{u_2} + \frac{0.0622}{u_3} + \frac{0.18666}{u_4} + \frac{0}{u_5};$$

$$M_6 = \frac{0.9981}{u_1} + \frac{0.9703}{u_2} + \frac{0.7904}{u_3} + \frac{0.3234}{u_4} + \frac{0}{u_5}.$$

Для преобразования этих правил воспользуемся импликацией Лукасевича:
 $\mu_H(u, j) = \min(1, 1 - \mu_A(u) + \mu_B(j))$ [8]. Тогда для каждой пары $(u, j) \in U \times Y$
на $U \times Y$ получим следующие нечёткие отношения R_i ($i=1 \div 6$), пересечение
которых дало следующее общее функциональное решение:

$$R = \begin{bmatrix} 1,0000 & 0,9019 & 0,8019 & 0,7019 & 0,6019 & 0,5019 & 0,4019 & 0,3019 & 0,2019 & 0,1019 & 0,0019 \\ 0,9981 & 0,9297 & 0,8297 & 0,7297 & 0,6297 & 0,5297 & 0,4297 & 0,3297 & 0,2297 & 0,1297 & 0,0297 \\ 0,9378 & 0,9378 & 0,9378 & 0,9096 & 0,8096 & 0,7096 & 0,6096 & 0,5096 & 0,4096 & 0,3096 & 0,2096 \\ 0,6321 & 0,6321 & 0,6321 & 0,6321 & 0,6321 & 0,6321 & 0,6321 & 0,6321 & 0,6321 & 0,6321 & 0,6766 \\ 0,0000 & 0,0000 & 0,0000 & 0,0000 & 0,0000 & 0,0000 & 0,0000 & 0,0000 & 0,0000 & 0,0000 & 1,0000 \end{bmatrix}$$

Для нахождения численных оценок заявленных признаков (классификаторов) u_k ($k=1 \div 5$) применим правило композиционного вывода в нечёткой среде:
 $E_k = G_k \circ R$, где E_k – нечёткая интерпретация признака, G_k – отображение k -го признака в виде нечёткого подмножества на U . Тогда согласно [8] имеем:
 $\mu_{E_k}(j) = \max_u \{ \min \{ \mu_{G_k}(u), \mu_R(u, j) \} \}$, где

$$\mu_{G_k}(u) = \begin{cases} 0, & u \neq u_k; \\ 1, & u = u_k. \end{cases}$$

Отсюда следует, что $\mu_{E_k}(j) = \mu_R(u_k, j)$, то есть E_k есть

k -я строка матрицы R .

Итак, относительно 1-го признака u_1 нечётким выводом системы является множество:

$$E_1 = \frac{1}{0} + \frac{0,9019}{0.1} + \frac{0,8019}{0.2} + \frac{0,7019}{0.3} + \frac{0,6019}{0.4} + \frac{0,5019}{0.5} + \frac{0,4019}{0.6} + \frac{0,3019}{0.7} + \frac{0,2019}{0.8} + \frac{0,1019}{0.9} + \frac{0,0019}{1.0}$$

Вычисляя уровневые множества $E_{1\alpha}$ и соответствующие им мощности

$M(E_{1\alpha})$ по формуле [8]: $M(C_\alpha) = \sum_{k=1}^n \frac{i_k}{n}$, $i \in C_\alpha$, в результате имеем:

- для $0 < \alpha < 0.0019$: $\Delta\alpha = 0.0019$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1; 0.2; 0.3; 0.4; 0.5; 0.6; 0.7; 0.8; 0.9; 1\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.5$;
- для $0.0019 < \alpha < 0.1019$: $\Delta\alpha = 0.1$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1; 0.2; 0.3; 0.4; 0.5; 0.6; 0.7; 0.8; 0.9\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.45$;
- для $0.1019 < \alpha < 0.2019$: $\Delta\alpha = 0.1$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1; 0.2; 0.3; 0.4; 0.5; 0.6; 0.7; 0.8\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.40$;
- для $0.2019 < \alpha < 0.3019$: $\Delta\alpha = 0.1$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1; 0.2; 0.3; 0.4; 0.5; 0.6; 0.7\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.35$;
- для $0.3019 < \alpha < 0.4019$: $\Delta\alpha = 0.1$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1; 0.2; 0.3; 0.4; 0.5; 0.6\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.30$;
- для $0.4019 < \alpha < 0.5019$: $\Delta\alpha = 0.1$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1; 0.2; 0.3; 0.4; 0.5\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.25$;
- для $0.5019 < \alpha < 0.6019$: $\Delta\alpha = 0.1$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1; 0.2; 0.3; 0.4\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.20$;
- для $0.6019 < \alpha < 0.7019$: $\Delta\alpha = 0.1$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1; 0.2; 0.3\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.15$;
- для $0.7019 < \alpha < 0.8019$: $\Delta\alpha = 0.1$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1; 0.2\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.10$;
- для $0.8019 < \alpha < 0.9019$: $\Delta\alpha = 0.1$; $E_{1\alpha} = \{0; 0.1\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.05$;
- для $0.9019 < \alpha < 0.9981$: $\Delta\alpha = 0.0981$; $E_{1\alpha} = \{0\}$, $M(E_{1\alpha}) = 0.00$.

Далее, применяя формулу $F(C) = \frac{1}{\alpha_{\max}} \int_0^{\alpha_{\max}} M(C_\alpha) d\alpha$, где $\alpha_{\max}$ – макси-

мальное значение на C , находим численную оценку удовлетворительности по 1-му признаку:

$$F(E_1) = \frac{1}{1} \int_0^1 M(E_{1\alpha}) d\alpha = (0.5 \cdot 0.0019 + 0.45 \cdot 0.1 + 0.40 \cdot 0.1 + 0.35 \cdot 0.1 + 0.30 \cdot 0.1 + 0.25 \cdot 0.1 + 0.20 \cdot 0.1 + 0.15 \cdot 0.1 + 0.10 \cdot 0.1 + 0.05 \cdot 0.1 + 0 \cdot 0.0981) = 0.2260.$$

Аналогичными действиями устанавливаем точечные оценки для удовлетворительности и по остальным признакам: по u_2 – $F(E_2) = 0.2403$; по u_3 – $F(E_3) = 0.3387$; по u_4 – $F(E_4) = 0.5339$; по u_5 – $F(E_5) = 1$. Тогда в принятых допущениях итоговая шкала для оценки финансовой устойчивости КБ будет выглядеть как это показано на рис. 3.

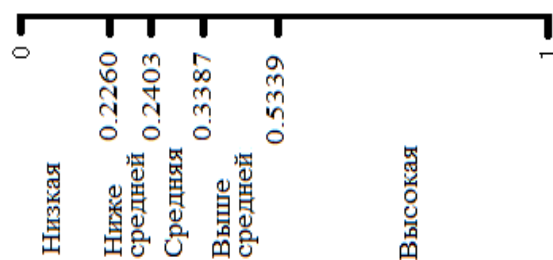


Рис. 3. Шкала для оценки финансовой устойчивости коммерческого банка

Оценка текущей финансовой устойчивости КБ методом нечеткого вывода. Предположим, что необходимо оценить финансовые устойчивости альтернативных КБ, которые обозначим соответственно через a_1 , a_2 , a_3 и a_4 . Данные о финансовых показателях их деятельности в течении отчетного года представлены в Табл. 2. На основании этих данных рассчитываются финансовые коэффициенты, выступающие в качестве критериев, характеризующих финансовую устойчивость КБ на текущую дату (Табл. 3).

Таблица 2. Финансовые данные текущих отчётов КБ

№	Финансовый показатель	Значение финансового показателя (y/e)			
		a_1	a_2	a_3	a_4
01	К	113940000	99127800	14242500000	165213000
02	К1	93613000	45400790	117016250	126377550
03	АВУР	860780000	740270800	1375975000	1355728 500
04	ВГ	399393000	355459770	499241250	535186620
05	СЮЛ	175509000	159713190	212716908	273794040
06	ООПС	963494000	741890380	1011668700	1406701240
07	СО	989930000	910735600	1138419500	1455197100
08	ОДВ	346870000	232402900	468274500	527242400
09	ПМБК	152600000	122080000	164045000	193478000
10	АПД	850480000	697393600	1032482720	1309739200
11	СА	1103870000	872057300	1181140900	1633727600
12	СЗ	297870000	256168200	393188400	425954100
13	РРВПС	16500600	13530492	18975690	26235954
14	ПРБ	450870000	401274300	595148400	661426290
15	СЗП	15600000	12260000	17940000	21684000
16	ССЗ	350600000	308528000	376895000	494346000
17	ССКТОКУ	45890000	40199640	51167350	65163800
18	ВА	45670000	29093520	52748850	69190050
19	ПС	798700000	646148300	1022336000	1218017500
20	ЛА	90680000	77159612	114710200	139193800
21	ОДВС	190600000	167251500	238250000	279229000
22	П	11557000	9765665	15081885	17520412

23	ЧПД	19518000	17566200	23714370	29803986
24	САПД	380600000	336831000	409145000	588027000
25	АУР	14780000	11750100	16997000	19879100
26	ЧОД	18501000	16003365	19703565	26252919
27	ОР	52600000	44973000	55493000	78111000
28	ОД	68580000	51915060	73723500	102732840

Таблица 3. Расчётные и нормативные значения критериев устойчивости КБ

Критерий качества	Значение критерия для коммерческого банка				Нормативное значение
	a_1	a_2	a_3	a_4	
F_1	13,2368	13,3907	10,3508	12,1863	10
F_2	10,8754	6,1330	8,5042	9,3217	6
F_3	59,6685	69,4406	70,3746	57,5091	80
F_4	64,9601	74,4818	58,8663	63,7683	70
F_5	15,8382	16,4553	16,2153	13,7540	≤ 15
F_6	77,0453	79,9711	87,4140	80,1688	85
F_7	66,0656	63,8387	66,0656	64,3993	$60 \div 70$
F_8	94,4605	94,7181	95,1739	93,8407	$96 \div 99$
F_9	4,4495	3,9737	4,7599	4,3864	≤ 4
F_{10}	40,2756	40,5533	35,9258	39,4423	≤ 35
F_{11}	5,7180	4,5026	5,1596	5,6805	3
F_{12}	13,1663	12,5186	11,2645	13,1230	15
F_{13}	47,5761	46,1339	48,1470	49,8493	50
F_{14}	43,4293	35,9674	45,8044	43,2869	≤ 50
F_{15}	1,0470	1,1198	1,2769	1,0724	≥ 1.5
F_{16}	10,1431	9,8516	10,5894	10,6047	≥ 8
F_{17}	5,1282	5,2151	5,7961	5,0685	≥ 5
F_{18}	79,8876	73,4227	86,2636	75,7215	≤ 85
F_{19}	76,6987	86,6280	75,2718	76,0331	$50 \div 70$
F_{20}	4,7651	5,1571	4,6983	4,7812	≥ 4.75

Теперь, после того как мы установили обоснованную шкалу для оценки финансовой устойчивости КБ и рассчитали критерии качества получим численные оценки рассматриваемых альтернативных КБ на предмет их финансовой устойчивости. Для этого за основу выберем следующие непротиворечивые рассуждения:

e_1 : «Если соотношение операционных расходов и активов не ниже ставки рефинансирования, соотношение операционных расходов и доходов в пределах нормы, структура расходов не более 85%, чистая процентная маржа не менее 5%, коэффициент рентабельности капитала не менее 8%, коэффициент

рентабельности активов не менее 1,5%, коэффициент структуры привлеченных средств не более 50%, норматив текущей ликвидности, норматив мгновенной ликвидности и коэффициент соотношения высоколиквидных активов и привлеченных средств в пределах нормы, то финансовая устойчивость КБ приемлемая (т.е. отвечает минимальным требованиям)»;

е₂: «Если вдобавок к вышеприведенным требованиям коэффициенты достаточности капитала и капитала 1-го уровня в пределах нормы, то финансовая устойчивость КБ более чем приемлемая»;

е₃: «Если дополнительно к условиям, оговоренным в е₂, коэффициенты клиентской базы и стабильности ресурсной базы в пределах нормы, коэффициент зависимости от привлеченных МБК не более 15%, коэффициенты эффективности использования активов, качества ссудной политики и агрессивности кредитной политики в пределах нормы, доля просроченных ссуд не более 4%, а концентрация кредитных рисков на акционеров не более 35%, то финансовая устойчивость КБ безупречная (т.е. полностью отвечает всем предъявляемым требованиям)»;

е₄: «Если для КБ имеет место все, что оговорено в е₃, кроме надлежащих показателей достаточности капитала, то его финансовая устойчивость очень приемлемая»;

е₅: «Если соотношение операционных расходов и активов не ниже ставки рефинансирования, соотношение операционных расходов и доходов в пределах нормы, структура расходов не более 85%, чистая процентная маржа не менее 5%, коэффициент рентабельности капитала не менее 8%, коэффициент рентабельности активов не менее 1,5%, коэффициент структуры привлеченных средств не более 50%, норматив текущей ликвидности, норматив мгновенной ликвидности и коэффициент соотношения высоколиквидных активов и привлеченных средств в пределах нормы, но при этом коэффициенты клиентской базы и стабильности ресурсной базы не в пределах нормы, коэффициент зависимости от привлеченных МБК составляет более 15%, коэффициенты эффективности использования активов, качества ссудной политики и агрессивности кредитной политики не в пределах нормы, доля просроченных ссуд составляет более 4%, а концентрация кредитных рисков на акционеров составляет более 35%, то финансовая устойчивость КБ все же будет приемлемая»;

е₆: «Если соотношение операционных расходов и активов ниже ставки рефинансирования, соотношение операционных расходов и доходов не в пределах нормы, коэффициент структуры привлеченных средств составляет более 50%, нормативы текущей и мгновенной ликвидностей, коэффициент соот-

ношения высоколиквидных активов и привлечённых средств не в пределах нормы, то финансовая устойчивость КБ неприемлемая».

Анализ данных рассуждений позволяет выявить 20 критериев, используемых в качестве значений лингвистических переменных $F_k(k=1\div 20)$ для многокритериальной оценки финансовой устойчивости альтернативных КБ. Результатом такой оценки является одно из значений лингвистической переменной «финансовая устойчивость».

Итак, взяв за основу термы обозначенных лингвистических переменных, переформулируем приведённые рассуждения в виде следующих импликативных правил:

e_1 : «Если F_{20} =НЕ НИЖЕ 4,75 и F_{19} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{18} =НЕ БОЛЕЕ 85 и F_{17} =НЕ МЕНЕЕ 5 и F_{16} =НЕ МЕНЕЕ 8 и F_{15} =НЕ МЕНЕЕ 1.5 и F_{14} =НЕ БОЛЕЕ 50 и F_{13} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{12} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{11} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ, то Y =ПРИЕМЛЕМАЯ»;

e_2 : «Если F_{20} =НЕ НИЖЕ 4,75 и F_{19} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{18} =НЕ БОЛЕЕ 85 и F_{17} =НЕ МЕНЕЕ 5 и F_{16} =НЕ МЕНЕЕ 8 и F_{15} =НЕ МЕНЕЕ 1,5 и F_{14} =НЕ БОЛЕЕ 50 и F_{13} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{12} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{11} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_1 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_2 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ, то Y =БОЛЕЕ ЧЕМ ПРИЕМЛЕМАЯ»;

e_3 : «Если F_{20} =НЕ НИЖЕ 4.75 и F_{19} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{18} =НЕ БОЛЕЕ 85 и F_{17} =НЕ МЕНЕЕ 5 и F_{16} =НЕ МЕНЕЕ 8 и F_{15} =НЕ МЕНЕЕ 1.5 и F_{14} =НЕ БОЛЕЕ 50 и F_{13} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{12} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{11} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_1 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_2 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_3 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_4 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_5 =НЕ БОЛЕЕ 15 и F_6 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_7 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_8 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_9 =НЕ БОЛЕЕ 4 и F_{10} =НЕ БОЛЕЕ 35, то Y =БЕЗУПРЕЧНАЯ»;

e_4 : «Если F_{20} =НЕ НИЖЕ 4,75 и F_{19} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{18} =НЕ БОЛЕЕ 85 и F_{17} =НЕ МЕНЕЕ 5 и F_{16} =НЕ МЕНЕЕ 8 и F_{15} =НЕ МЕНЕЕ 1,5 и F_{14} =НЕ БОЛЕЕ 50 и F_{13} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{12} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{11} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_3 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_4 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_5 =НЕ БОЛЕЕ 15 и F_6 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_7 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_8 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_9 =НЕ БОЛЕЕ 4 и F_{10} =НЕ БОЛЕЕ 35, то Y =ОЧЕНЬ ПРИЕМЛЕМАЯ»;

e_5 : «Если F_{20} =НЕ НИЖЕ 4,75 и F_{19} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{18} =НЕ БОЛЕЕ 85 и F_{17} =НЕ МЕНЕЕ 5 и F_{16} =НЕ МЕНЕЕ 8 и F_{15} =НЕ МЕНЕЕ 1,5 и F_{14} =НЕ БОЛЕЕ 50 и F_{13} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{12} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{11} =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_1 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_2 =В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_3 =НЕ В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_4 =НЕ В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_5 =БОЛЕЕ 15 и F_6 =НЕ В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_7 =НЕ В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_8 =НЕ В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_9 =БОЛЕЕ 4 и F_{10} =БОЛЕЕ 35, то Y = МЕНЕЕ ПРИЕМЛЕМАЯ»;

e_6 : «Если F_{20} =НИЖЕ 4, 75 и F_{19} =НЕ В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{14} =БОЛЕЕ 50 и F_{13} =НЕ В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{12} =НЕ В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ и F_{11} =НЕ В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ, то Y =НЕПРИЕМЛЕМАЯ».

В качестве универсума для нечётких подмножеств, описывающих значения лингвистической переменной Y , выберем дискретное множество $J=\{0; 0.1; \dots; 1\}$, а в качестве функций принадлежности, восстанавливающих эти нечёткие множества, выберем рассмотренные в 5-ом разделе функции. Для фаззификации термов из левых частей импликативных правил в качестве компонент опорного вектора выберем рассматриваемые альтернативы: a_1, a_2, a_3 и a_4 . Тогда, используя гауссовские функции в качестве функций принадлежности, устанавливающих степень отношения каждой из альтернатив к заданному нечёткому множеству, как к значению соответствующей переменной F_k ($k=1\div 20$), имеем:

- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_1): $A_1 = \frac{0.9005}{a_1} + \frac{0.8914}{a_2} + \frac{0.9988}{a_3} + \frac{0.9533}{a_4}$;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_2):

$$A_2 = \frac{0.7884}{a_1} + \frac{0.9998}{a_2} + \frac{0.9392}{a_3} + \frac{0.8955}{a_4}$$
;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_3): $A_3 = \frac{0.0160}{a_1} + \frac{0.3279}{a_2} + \frac{0.3559}{a_3} + \frac{0.0064}{a_4}$;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_4): $A_4 = \frac{0.7757}{a_1} + \frac{0.8180}{a_2} + \frac{0.2895}{a_3} + \frac{0.6782}{a_4}$;
- НЕ БОЛЕЕ 15% (F_5): $A_5 = \frac{0.9930}{a_1} + \frac{0.9790}{a_2} + \frac{0.9853}{a_3} + \frac{1}{a_4}$;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_6): $A_6 = \frac{0.5311}{a_1} + \frac{0.7765}{a_2} + \frac{0.9434}{a_3} + \frac{0.7918}{a_4}$;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_7): $A_7 = \frac{1}{a_1} + \frac{1}{a_2} + \frac{1}{a_3} + \frac{1}{a_4}$;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_8): $A_8 = \frac{0.9766}{a_1} + \frac{0.9837}{a_2} + \frac{0.9932}{a_3} + \frac{0.9544}{a_4}$;
- НЕ БОЛЕЕ 4% (F_9): $A_9 = \frac{0.9980}{a_1} + \frac{1}{a_2} + \frac{0.9942}{a_3} + \frac{0.9985}{a_4}$;

- НЕ БОЛЕЕ 35% (F_{10}): $A_{10} = \frac{0.7571}{a_1} + \frac{0.7346}{a_2} + \frac{0.9915}{a_3} + \frac{0.8209}{a_4}$;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_{11}): $A_{11} = \frac{0.9288}{a_1} + \frac{0.9777}{a_2} + \frac{0.9544}{a_3} + \frac{0.9307}{a_4}$;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_{12}): $A_{12} = \frac{0.9669}{a_1} + \frac{0.9403}{a_2} + \frac{0.8698}{a_3} + \frac{0.9654}{a_4}$;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_{13}): $A_{13} = \frac{0.9429}{a_1} + \frac{0.8612}{a_2} + \frac{0.9662}{a_3} + \frac{0.9998}{a_4}$;
- НЕ БОЛЕЕ 50% (F_{14}): $A_{14} = \frac{1}{a_1} + \frac{1}{a_2} + \frac{1}{a_3} + \frac{1}{a_4}$;
- НЕ МЕНЕЕ 1,5% (F_{15}): $A_{15} = \frac{0.9980}{a_1} + \frac{0.9986}{a_2} + \frac{0.9995}{a_3} + \frac{0.9982}{a_4}$;
- НЕ МЕНЕЕ 8% (F_{16}): $A_{16} = \frac{1}{a_1} + \frac{1}{a_2} + \frac{1}{a_3} + \frac{1}{a_4}$;
- НЕ МЕНЕЕ 5% (F_{17}): $A_{17} = \frac{1}{a_1} + \frac{1}{a_2} + \frac{1}{a_3} + \frac{1}{a_4}$;
- НЕ БОЛЕЕ 85% (F_{18}): $A_{18} = \frac{1}{a_1} + \frac{1}{a_2} + \frac{0.9842}{a_3} + \frac{1}{a_4}$;
- В ПРЕДЕЛАХ НОРМЫ (F_{19}): $A_{19} = \frac{0.6384}{a_1} + \frac{0.0630}{a_2} + \frac{0.7574}{a_3} + \frac{0.6949}{a_4}$;
- НЕ НИЖЕ 4,75% (F_{20}): $A_{20} = \frac{1}{a_1} + \frac{1}{a_2} + \frac{1}{a_3} + \frac{1}{a_4}$.

Таким образом, с учётом полученных обозначений правила e_j ($j=1\div 6$) запишем как:

e_1 : «Если $X=A_{20}$ и A_{19} и A_{18} и A_{17} и A_{16} и A_{15} и A_{14} и A_{13} и A_{12} и A_{11} , то $Y=S$ »;

e_2 : «Если $X=A_{20}$ и A_{19} и A_{18} и A_{17} и A_{16} и A_{15} и A_{14} и A_{13} и A_{12} и A_{11} и A_1 , то $Y=MS$ »;

e_3 : «Если $X=A_{20}$ и A_{19} и A_{18} и A_{17} и A_{16} и A_{15} и A_{14} и A_{13} и A_{12} и A_{11} и A_1 и A_2 и A_3 и A_4 и A_5 и A_6 и A_7 и A_8 и A_9 и A_{10} , то $Y=P$ »;

e_4 : «Если $X=A_{20}$ и A_{19} и A_{18} и A_{17} и A_{16} и A_{15} и A_{14} и A_{13} и A_{12} и A_{11} и A_3 и A_4 и A_5 и A_6 и A_7 и A_8 и A_9 и A_{10} , то $Y=VS$ »;

e_5 : «Если $X=A_{20}$ и A_{19} и A_{18} и A_{17} и A_{16} и A_{15} и A_{14} и A_{13} и A_{12} и A_{11} и A_1 и A_2 и $\neg A_3$ и $\neg A_4$ и $\neg A_5$ и $\neg A_6$ и $\neg A_7$ и $\neg A_8$ и $\neg A_9$ и $\neg A_{10}$ то $Y=LS$ »;

e_6 : «Если $X=\neg A_{20}$ и $\neg A_{19}$ и $\neg A_{14}$ и $\neg A_{13}$ и $\neg A_{12}$ и $\neg A_{11}$, то $Y=US$ ».

Далее, как и в предыдущем случае, применяя правило пересечения нечётких множеств, для левых частей полученных правил получим результирующие нечёткие множества:

$$M_1 = \frac{0.6384}{a_1} + \frac{0.0630}{a_2} + \frac{0.7574}{a_3} + \frac{0.6949}{a_4};$$

$$M_2 = \frac{0.6384}{a_1} + \frac{0.0630}{a_2} + \frac{0.7574}{a_3} + \frac{0.6949}{a_4};$$

$$M_3 = \frac{0.0160}{a_1} + \frac{0.0630}{a_2} + \frac{0.2895}{a_3} + \frac{0.0064}{a_4};$$

$$M_4 = \frac{0.0160}{a_1} + \frac{0.0630}{a_2} + \frac{0.2895}{a_3} + \frac{0.0064}{a_4};$$

$$M_5 = \frac{0}{a_1} + \frac{0}{a_2} + \frac{0}{a_3} + \frac{0}{a_4}; \quad M_6 = \frac{0}{a_1} + \frac{0}{a_2} + \frac{0}{a_3} + \frac{0}{a_4}.$$

В итоге правила будут выглядеть в более компактной форме:

e_1 : «Если $X=M_1$, то $Y=S$ »; e_2 : «Если $X=M_2$, то $Y=MS$ »;

e_3 : «Если $X=M_3$, то $Y=P$ »; e_4 : «Если $X=M_4$, то $Y=VS$ »;

e_5 : «Если $X=M_5$, то $Y=SS$ »; e_6 : «Если $X=M_6$, то $Y=US$ ».

Преобразуя эти правила уже в привычном стиле в итоге получим следующее общее функциональное решение:

$$R = \begin{bmatrix} 0,3616 & 0,4616 & 0,5616 & 0,6616 & 0,7616 & 0,8616 & 0,9616 & 0,9840 & 0,9840 & 0,9840 & 1,0000 \\ 0,9370 & 0,9370 & 0,9370 & 0,9370 & 0,9370 & 0,9370 & 0,9370 & 0,9370 & 0,9370 & 0,9370 & 1,0000 \\ 0,2426 & 0,3426 & 0,4426 & 0,5426 & 0,6426 & 0,7105 & 0,7105 & 0,7105 & 0,7105 & 0,7105 & 1,0000 \\ 0,3051 & 0,4051 & 0,5051 & 0,6051 & 0,7051 & 0,8051 & 0,9051 & 0,9936 & 0,9936 & 0,9936 & 1,0000 \end{bmatrix}.$$

В данном случае нечётким выводом о степени приемлемости финансовой устойчивости k -го банка (a_k , $k=1\div 4$) является нечёткое подмножество универсума J со значениями функции принадлежности, расположенными на k -ой строке матрицы R . Тогда, применяя описанный в предыдущем разделе метод дефаззификации нечётких выводов, точечные оценки финансовым устойчивостям КБ получим в следующем виде: $F(E_1)=0.6209$; $F(E_2)=0.5315$; $F(E_3)=0.7117$; $F(E_4)=0.6392$. Отсюда видно, что наиболее приемлемой финансовой устойчивостью обладает 3-й банк (a_3), имеющий наибольшее значение точечной оценки. Далее по списку: a_4 , a_1 и a_2 . При этом согласно полученной шкале

ранжирования (см. рис. 3), если банки a_1 , a_3 , и a_4 обладают *высокой степенью* финансовой устойчивости, то a_2 обладает *более средней степенью* устойчивости.

Заключение

В результате применения механизма нечёткого вывода получена шкала для градации уровней финансовых устойчивостей КБ. Опираясь на полученную шкалу получены оценки финансовых устойчивостей произвольно выбранных четырех КБ, характеризующихся слабо структурированными данными о своих финансовых показателях.

Тем не менее, принятые за основу нечёткие модели оценивания нельзя назвать чисто произвольными, т.к. примененные здесь нечёткие правила, отражающие соответствующие причинно-следственные связи, выбирались на основе принципа непротиворечивости и разумности.

Литература

- [1] Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. – М.: «Проспект», 2005, 255 стр.
- [2] Астахов В.П. Анализ финансовой устойчивости фирмы и процедуры, связанные с банкротством. – М.: «ИНФРА», 2004, 134 стр.
- [3] Ермолович Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. 2-е изд. – М.: «ИНФРА», 2006, 342 стр.
- [4] Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 2-е изд., – М.: «ИНФРА», 2005, 132 стр.
- [5] Лотобаева Г.Г., Насонова А.А. Система ключевых показателей устойчивости коммерческого банка. Банковское дело, №3, 2006, стр. 76-79.
- [6] Заде Л. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений. Математика. Новое в зарубежной науке: Пер. с англ./ Под ред. Н.Н. Моисеева и С.А. Орловского – М.: «Мир», 1976, 166 стр.
- [7] Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. Анализ, синтез, планирование решений в экономике – М.: «Финансы и статистика», 2000. – 368 с.: ил.
- [8] Рзаев Р.Р. Интеллектуальный анализ данных в системах поддержки принятия решений. – Verlag: LAP Lambert Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2013. – 130 стр.

СТРАТЕГИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ АЗЕРБАЙДЖАНА В СОВРЕМЕННОМ ПЕРИОДЕ

Г.И. Гамидов

к.э.н, UNEC

e-mail: hamidh@mail.ru

А.Дж. Эюбов

докторант, UNEC

e-mail: eyyubov.anar@gmail.com

Тел: +994 (50) 526 53 26

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 19 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 30 mart 2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 19 January 2017; accepted 30 March 2017; published online 03 April 2017

Резюме

Основной целью научной статьи является исследование и анализ стратегии национальной экономической безопасности Азербайджана в современных условиях развития мировой экономики. Исследовательская работа выполнена на основе таких методов, как системный подход, исторический и логический анализ, сравнительный анализ. Результатами научной статьи является исследование стратегии Азербайджана по обеспечению эффективной национальной экономической безопасности с учетом различных аспектов в мировой экономике, выявлены основные механизмы по стимулированию экономической безопасности, на их основе разработаны соответствующие предложения и рекомендации. Ограничения исследования: научная работа требует дальнейших комплексных и всесторонних исследований. Научная новизна исследования заключается в разработке предложений и рекомендаций по эффективной стратегии обеспечения экономической безопасности Азербайджана.

Ключевые слова: экономическая безопасность, рыночная экономика, внешняя торговля, прямые иностранные инвестиции, экспорт.

JEL Classification Codes: F52, F63

MÜASİR DÖVRDƏ AZƏRBAYCANIN MİLLİ İQTİSADI TƏHLÜKƏSİZLİK STRATEGİYASI

Xülasə

Elmi məqalənin əsas məqsədi dünya iqtisadiyyatının müasir inkişafı dövründə Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadi təhlükəsizlik strategiyasının öyrənilməsi və

təhlilindən ibarətdir. Tədqiqat işi sistemli yanaşma, tarixi və məntiqi təhlil və müqayisəli təhlil kimi tədqiqat üsulları əsasında yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatın nəticələri: dünya iqtisadiyyatında mövcud olan müxtəlif aspektlər nəzərə alınaraq Azərbaycanın milli iqtisadi təhlükəsizliyinin effektiv təmin olunması strategiyası təhlil edilmiş, iqtisadi təhlükəsizliyin stimullaşdırılmasının əsas mexanizmləri araşdırılmış, yuxarıda qeyd olunanların əsasında təklif və tövsiyələr verilmişdir. Tədqiqatın məhdudiyyəti: elmi iş kompleks və hərtərəfli araşdırmalar tələb edir. Tədqiqatın elmi yeniliyi Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadi təhlükəsizliyinin effektiv təmin olunması strategiyası üzrə təkliflərin və tövsiyələrin işlənilib hazırlanmasından ibarətdir.

Açar sözlər: iqtisadi təhlükəsizlik, bazar iqtisadiyyatı, xarici ticarət, birbaşa xarici investisiyalar, ixrac.

THE STRATEGY OF THE NATIONAL ECONOMIC SAFETY OF AZERBAIJAN IN THE MODERN STAGE

Abstract

The main objective of the scientific article is to study and analyze the strategy of the national economic safety of the Republic of Azerbaijan in the modern era of world economic development. The research work was implemented on the basis of such research methods as systematic approach, historical and logical analysis and comparative analysis. The results of scientific research are related to the analyzing of the strategy of effective provision of the national economic safety of the Republic of Azerbaijan considering various aspects of world economy, identified major mechanisms with regard to the stimulating national economic safety, on the basis of the above mentioned issues are elaborated proposals and recommendations. Limitations of the study: the scientific work requires further complex and comprehensive research. Scientific novelty of the research: is related to the elaboration of proposals and recommendations regarding the strategy of effective provision of economic safety of Azerbaijan.

Key words: economic safety, market economy, foreign trade, foreign direct investments, export

Экономическая безопасность играет ключевую роль в государственной стратегии каждой страны. Экономическая безопасность является ключевым показателем развития национальной экономики. В эпоху усиления процессов глобализации и международных экономических отношений, одной из первостепенных задач каждого государства становится разработка эффективной стратегии по обеспечению экономической безопасности. Тенденция, которая прослеживается в мировой экономике, показывает, что страны на каждом этапе своего

исторического развития сталкиваются с различными угрозами и рисками. В сложившейся ситуации, проведение стимулирующих мер по развитию национальной экономической безопасности является ключевым направлением государственной стратегии стран.

Анализ экономического развития многих стран показывает, что от выработки целенаправленной стратегии национальной экономической безопасности зависит сбалансированное и устойчивое развитие важнейших отраслей национальной экономики. В стратегии экономической безопасности, основополагающим является учет как внутренних, так и внешних аспектов, которые дестабилизируют уровень социально-экономического развития страны. На основе этого становится возможным формирование комплексной и всесторонней системы защиты национальной экономики.

При исследовании стратегии экономической безопасности стран, важным является определение самой концепции экономической безопасности. Экономическая безопасность трактуется по-разному в литературных источниках. Рассмотрение концепции экономической безопасности позволяет более детально понять сущность данной концепции и формировать соответствующие рычаги по ее реализации.

Экономическая безопасность было рассмотрено в работах В.К. Сенгачова, В. Рубанова, В.Л. Тамбовцева, В.А. Савина, Л.И. Абалкина, а также ряда других авторов, внесших свой вклад в развитие концепции экономической безопасности. Кроме этого, данный термин нашло свое отражение в работах американских и европейских исследователей.

Экономическая безопасность - это такое состояние национальной экономики и институтов власти, при котором обеспечивается гарантированная защита национальных интересов, социальная направленность политики, достаточный оборонный потенциал даже при неблагоприятных условиях развития внутренних и внешних процессов [1, с.13].

Экономическая безопасность является одной из важнейших составляющих национальной безопасности. В целом, вопрос о национальной безопасности и экономической безопасности на протяжении своего исторического развития всегда являлось актуальным. В данном контексте, существенные изменения произошли в самой структуре национальной безопасности. Информационная и технологическая революция оказало влияние на данный процесс. В результате этого, произошли существенные изменения в геоэкономическом и геополитическом мире, что сформулировало новый подход и взгляд на концепцию национальной экономической безопасности.

В управлении государством одной из важнейших задач является обеспечение устойчивой национальной экономической безопасности страны. В государственном регулировании экономической безопасности ключевыми направлениями являются обеспечение устойчивого роста национальной экономики, обеспечение сбалансирования между инвестициями и уровнем сбережений [9, с 3].

В структуре национальной безопасности экономическая безопасность занимает особое место. Это обусловлено тем, что все виды безопасности в принципе не могут быть в достаточной степени реализованы без соответствующего уровня экономической безопасности. Без обеспечения экономической безопасности невозможно обеспечить национальную безопасность в обществе. Важную роль в эффективном обеспечении национальной безопасности играет развитие экономических отношений [6, с 8].

В стратегии национальной экономической безопасности прогнозирование социально-экономического развития, выявление и выработка мер по устранению угроз внутреннего и внешнего характера играет ключевую роль. Прогнозирование экономической безопасности требует проведения всесторонних анализов экономики страны, а также применение соответствующей информационной базы.

В современных условиях развития мировой экономики, вопрос об экономической безопасности требует особого внимания. В государственной стратегии Азербайджана устойчивое развитие национальной экономической безопасности является одной из основных задач. Данный вопрос всегда являлся актуальным. В связи с этим, государство предпринимает различные меры по стимулированию развития национальной экономики. В стратегии экономической безопасности Азербайджана одной из приоритетных направлений является обеспечение динамичного и сбалансированного экономического роста.

После приобретения своей независимости, одной из первостепенных задач страны было формирование устойчивой национальной экономической безопасности. В результате целенаправленной политики Гейдара Алиева, Азербайджан за краткосрочный период, в своем экономическом развитии достиг огромных успехов. Были проведены ключевые действия по развитию отраслей национальной экономики.

В условиях развития рыночного механизма, основной целью экономической безопасности Азербайджана является обеспечение комплексной защиты экономики страны от внутренних и внешних угроз. За последние годы, в направлении стимулирования развития экономической безопасности предпринимаются различные действия. Принятие различных государственных программ,

реализация крупномасштабных проектов являются яркими примерами по укреплению экономической безопасности Азербайджана.

Среди основных факторов национальной экономической безопасности страны можно выделить нижеследующие: соответствующий уровень развития отраслей национальной экономики, социально-демографическое развитие и т.д. В стратегии экономической безопасности Азербайджана выработка целенаправленной политики по стимулированию комплексного развития экономики страны является одной из приоритетных задач.

За последние годы, Азербайджан по уровню развития своей конкурентоспособности достиг значительных результатов. Конкурентоспособность является одной из показателей устойчивости экономической безопасности. Согласно отчету Всемирного Экономического Форума (ВЭФ) по уровню конкурентоспособности Азербайджан за 2015-2016 годы занял 38-е место среди стран. Анализ предыдущих отчетов, показывает, что Азербайджан уже на протяжении нескольких лет сохраняет свою стабильную и лидирующую позицию среди стран региона [3, с 7].

При рассмотрении экономической безопасности одной из ключевых показателей является Внутренний Валовой Продукт страны. С целью усиления развития ВВП страны, Азербайджан предпринимает различные действия. Кроме этого ВВП на душу населения также играет основополагающую роль. В данном направлении Азербайджан также достиг ключевых результатов. В нижеследующей таблице показано сравнительная оценка ВВП и ВВП на душу населения [8].

Таблица 1. ВВП и ВВП на душу населения Азербайджана за последние 5 лет

Годы	ВВП Азербайджана в млн. манатах	Изменение в процентах	ВВП на душу Азербайджана в манатах	Изменение в процентах
2011	52082,0	22	5752,9	21
2012	54743,7	5	5966,1	4
2013	58182,0	6	6258,3	5
2014	59014,1	1,5	6268,0	0,2
2015	54352,1	-7	5703,7	-9

Источник: azstat.org. Подготовлено со стороны автора.

Как видно из таблицы ВВП Азербайджана имеет устойчивый рост, за исключением 2015 года. По сравнению с 2014 годом в 2015 году ВВП Азербайджана снизился на 7%. В целом, причиной данного снижения является глобальный финансовый кризис, а также уменьшение цены на нефть на мировой экономике. С июля 2014 года цены на нефть на мировом рынке начали стремительно снижаться, что существенно сказалось на доходах стран специализирующихся на экспорте нефти. Согласно отчету Государственного Таможен-

ного Комитета Азербайджанской Республики в 2015 году экспорт нефти среди основных экспортируемых товаров составил 77, 61% [10, с. 14]. ВВП на душу населения Азербайджана по сравнению с 2014 годом в 2015 году снизилось на 9%. Однако, несмотря на это Азербайджан в своей стратегии национальной экономической безопасности уделяет особое внимание развитию различных секторов экономики страны.

В условиях снижения цен на нефть на мировом рынке, одной из основных направлений стратегии экономической безопасности Азербайджана является стимулирование развития ненефтяного сектора страны. Хотя, несмотря на то, что экономика страны в основном зависит от энергетических ресурсов, правительство проводит активные действия по стимулированию различных сфер. В данном контексте важную роль играет диверсификация национальной экономики, определение уровня потенциала в данной сфере и ее оценка, учет основных проблем, обеспечение экономического роста, усиление инновационного производства. В связи с этим, предпринимаются активные шаги в области развития производственного потенциала регионов страны, развития сельского хозяйства, туризма, предпринимательства, транспортного сектора и т.д.

Одной из важных направлений государственной стратегии является совершенствование механизма обеспечения национальной экономической безопасности. В связи с этим, предпринимаются активные шаги по усилению уровня конкурентоспособности отраслей национальной экономики, развитию экономических связей страны, стимулированию институциональных реформ, обеспечению инклюзивного развития, либерализации национальной экономики, стимулированию развития национального производства, а также реального сектора экономики.

В данный момент, значительная доля экспорта Азербайджана приходится на нефть и нефтяные продукты. В связи с этим стратегия эффективного регулирования доходов от экспорта нефти и газа по развитию ненефтяного сектора экономики страны играет ключевую роль.

Азербайджан находится на пересечении главных международных транспортных коридоров, которое оказывает положительное влияние на уровень развития транзитного потенциала страны. С этой целью, правительство проводит реализацию крупномасштабных проектов в данном направлении. Среди них можно выделить строительство и реконструкцию новой железнодорожной линии Баку-Тбилиси-Карс, который в будущем сыграет основополагающую роль в укреплении экономического потенциала Азербайджанской Республики.

В «Концепции национальной безопасности Азербайджанской Республики» среди основных национальных интересов государства важную роль играет

стимулирование вклада инвестиций в экономику, обеспечение стабильности национальной экономики, целенаправленное использование национальных ресурсов, усиление развития сферы образования и т. д [7, с 3].

Согласно докладу «Глобального инновационного индекса», опубликованном в 2016 году Корнельским университетом, школой бизнеса INSEAD и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) Азербайджан по уровню развития бизнеса занял лидирующую позицию среди стран [5, с 181].

Сельскохозяйственный сектор Азербайджана, имеет огромные возможности. Основную роль в данном секторе играют зерновые культуры и т.д. В данный момент наравне с импортом пшеницы из-за рубежа, Азербайджан также наращивает ее производство внутри страны. Данный продукт играет ключевую роль в продовольственной безопасности Азербайджана и имеет стратегическую ценность. Проводимая государственная стратегия в аграрном секторе, оказывает положительное влияние на укрепление экономической безопасности страны в целом. Государство также проводит политику по совершенствованию используемых технологий в сельском хозяйстве, что в свою очередь снижает затраты времени и труда. Кроме этого, были приняты различные государственные программы, льготы в отношении предпринимателей трудящихся в данной сфере. Наравне с этим, выдача кредитов на льготной основе, уменьшение налогов, поощрение государственных субсидий являются яркими примерами указанных действий. Стратегия государства предусматривает также меры по уменьшению импорта сельскохозяйственной продукции из-за рубежа, а также стимулированию экспортного потенциала в данной отрасли.

В национальной концепции развития «Азербайджан 2020: взгляд в будущее» развитие продовольственной безопасности, модернизация нефтегазового сектора, диверсификация и поощрение развития ненефтяного сектора, расширение возможностей использования альтернативных источников энергии, развитие частного сектора, расширение и развитие торгового и обслуживающего видов деятельности, совершенствование структуры внешней торговли, инвестиций рассматривается как основополагающие направления [4, с 11].

В постнефтяном периоде, основные меры направлены на развитие мелкого и среднего предпринимательства в стране. С этой целью принятая государственная программа по выдаче кредитов предпринимателям на льготных условиях оказывает положительное влияние на развитие данной сферы. Стратегия развития предпринимательской деятельности в стране оказывает стимулирующее воздействие на экономику страны в целом.

В стратегии экономической безопасности Азербайджана основную роль играет также развитие наукоемкой промышленности, уменьшение импортной

зависимости страны, расширение экспорта продукции ненефтяного сектора, поощрение объема местных и иностранных инвестиций в различные отрасли национальной экономики.

6 декабря текущего года Президент Азербайджанской Республики подписал Указ об утверждении «Главных направлений стратегической дорожной карты по национальной экономике и основным секторам экономики». Принятие данного стратегического документа сыграет важную роль в развитии ключевых отраслей национальной экономики, а также укреплении национальной экономической безопасности. Данная стратегия включает в себя следующие основные направления [2]:

- проект стратегии экономического развития и плана мероприятий на 2016-2020 годы;
- проект долгосрочного взгляда на период до 2025 года;
- проект целевого взгляда на период после 2025 года.

Одной из основных направлений данной стратегии, является также усиление конкурентоспособности экономики. Конкурентоспособность является одной из основополагающих показателей экономической безопасности. Усиление конкурентоспособности также приводит к расширению национального производства, которое приводит к усилению качества производимой продукции, а также положительно сказывается на уровне занятости в стране. С целью укрепления конкурентоспособности отраслей национальной экономики государство предпринимает стимулирующие действия.

В целом, стратегия экономической безопасности Азербайджана по поощрению развития страны в постнефтяном периоде направлено на обеспечение всестороннего развития экономики страны. С целью укрепления своей экономической безопасности изучение зарубежного опыта также играет ключевую роль. Заклучая вышесказанное, в стратегии национальной экономической безопасности Азербайджана можно выделить нижеследующие действия и направления, которые сыграют важную роль в ее укреплении:

- обеспечение устойчивого и инклюзивного развития экономики страны;
- стимулирование и развитие финансово-хозяйственной деятельности;
- развитие частного сектора и сферы предпринимательства;
- поощрение прямых иностранных, а также национальных инвестиций;
- укрепление конкурентоспособности национальной экономики в различных отраслях;
- развитие сельскохозяйственной сферы;
- стимулирование развития науки и образования;
- поощрение использования современных инновационных технологий;

- вложение средств из нефтяного сектора в отрасли ненефтяного сектора;
- развитие транспортного сектора и сферы туризма;
- стимулирование внешней торговли и укрепление взаимосвязи с зарубежными странами и т.д.

Литература

- [1] Богомолов В.А., Эриашвили Н.Д., Бариков Е.Н., Павлов Е.А., Ельчанинов М.А. "Экономическая безопасность: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления", 2009
- [2] «Главные направления стратегической дорожной карты по национальной экономике и основным секторам экономики», 2016
- [3] Доклад Мирового Экономического Форума об индексе глобальной конкурентоспособности за 2015-2016 годы
- [4] Национальная концепция развития «Азербайджан 2020: взгляд в будущее», Баку, 2012
- [5] The Global Innovation Index "Winning Global Index", Cornell University, INSEAD, WIPO, 2016
- [6] Никитенко П.Г., Булавко В.Г. Экономическая безопасность: теория, методология, практика, 2009
- [7] «Концепция национальной экономической безопасности Азербайджанской Республики», 2007
- [8] http://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/
- [9] Бородин Д.В. "Повышение экономической безопасности: адаптация существующих и разработка новых методов", Экономико-юридический журнал 2014, № 6
- [10] <http://customs.gov.az/files/arrayish201501122208cap.pdf>

İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARI BAZARININ MARKETING TƏDQIQATLARI ƏSASINDA İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

E.N. Quliyev

i.e.n., dos., UNEC

e-poçt: eldargeorgia1948@mail.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 10 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 30 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 10 January 2017; accepted 30 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları məhsul və xidmətləri digər məhsul və xidmətlərdən ciddi fərqləndiyi kimi, onların bazarları da digər bazarlara nisbətən köklü qaydada fərqlidir. Məqalədə, bu fərqlər nəzərə alınmaqla, Azərbaycanın informasiya və kommunikasiya texnologiyaları bazasının mövcud vəziyyəti, geniş konkret məlumatlara əsaslanaraq, marketing yanaşması və prinsiplərinə uyğun təhlil edilir. Aparılmış tədqiqat təsdiq edir ki, ölkəmizdə beynəlxalq kommunikasiya mərkəzi ilə yanaşı, bütün dünyanı əhatə edən böyüktutumlu, ümumi təyinatlı informasiya bankının yaradılması da aktual layihə kimi reallaşsa, yüksək iqtisadi səmərə verir. Azərbaycanda informasiya texnologiyaları bazasının maddi-texniki bazası ən öncül dünya təcrübəsi əsasında formalaşması üçün maddi və maliyyə imkanları ilə yanaşı, bu sahədə dərin bilik və təcrübəsi olan işçi heyəti də səfərbər edilməlidir.

Açar sözlər: marketing tədqiqatları, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları, informasiya texnologiyaları bazarı, telekommunikasiya xidmətləri bazarı, İKT sektoru.

JEL Classification Codes: M31

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF INFORMATION TECHNOLOGIES ON THE BASIS OF MARKETING RESEARCH

Abstract

Products and services information and communication technologies as different from other types of products and services, and their market is fundamentally different varieties of udruga markets. In article on the basis of extensive specific material, taking into account these features, as well as marketing approach and principles an analysis of the current state of the market for information and communication technologies of Azerbaijan. This study confirms that the establishment in our country along with the center for international communications high-capacity data Bank of

General purpose will give a high ekonomichesky effect. In order to raise financially-tehnicheskoy base of the wound information technologies of Azerbaijan to the level of advanced countries of the world requires the mobilization of not only material and financial resources, but also personnel potential of the country.

Keywords: marketing research, information and communication technologies, the information technology market, the market of telecommunication services, ICT sector.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Резюме

Как продукция и услуги информационных и коммуникационных технологий отличается от прочих видов продукции и услуг, так и их рынок в корне отличается от других разновидностей рынков. В статье на основе обширного конкретного материала, с учетом этих особенностей, а также маркетингового подхода и принципов дается анализ современного состояния рынка информационных и коммуникационных технологий Azerbaijan. Проведенное исследование подтверждает, что создание в нашей стране, наряду с центром международной коммуникации, высокеемкого информационного банка общего назначения даст высокий экономический эффект. В целях поднятия материально-технической базы рынка информационных технологий Azerbaijan до уровня передовых стран мира необходима мобилизация не только материальных и финансовых ресурсов, но и кадрового потенциала страны.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, информационные и коммуникационные технологии, рынок информационных технологий, рынок телекоммуникационных услуг, сектор ИКТ.

Marketing tədqiqatları, bazarın öyrənilməsi və proqnozlaşdırılması ilə əlaqədar konkret istehlakçıların ehtiyaclarının öyrənilməsi istiqamətində tələblərinin yerinə yetirilməsi şərtlə, mənfəətin əldə edilməsinə yönəldilmiş məhsul və xidmətlərin istehsal edilməsi, satış və proseslərinin əlaqələndirilmiş şəkildə təşkilinin elmi əsaslarla öyrənilməsinin kompleks sistemidir. O həmçinin firma və şirkətlərin marketing fəaliyyətlərini xarakterizə edən göstəriciləri aşkar etmək üçün zəruri informasiyanın müəyyən edilməsi, onların toplanması, elmi tələblərə uyğun sistemləşdirilməsi və təşkil edilməsi əsasında idarəetmə üçün zəruri olan nəticə və təkliflərin formalaşdırılmasına yönəldilmiş xüsusi tədbir və işləri nəzərdə tutan prosesdir. Marketing tədqiqatları marketingin analitik funksiyasının reallaşdırılmasına yönəldilmiş fəaliyyətdir.

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları məhsul və xidmətlərinin onlara xas olan bazarlarda alqı-satqısını təmin etmək üçün rəqabət üstünlüklərini təmin edilməsinə yönəldilmiş müvafiq marketinq tədqiqatlarının aparılması dövrün tələbidir.

İnformasiya texnologiyaları bazarının marketinq prinsipləri əsasında tədqiq edilməsinin ümumi məqsədi əhalinin və institusional istehlakçıların informasiya texnologiyaları əsasında hazırlanmış məhsul və təqdim edilən xidmətlərinə olan tələbatlarının qarşılıqlı maraqların ödənilməsi şərtlə ən yüksək səviyyədə təmin edilməsinə və satılması üçün imkan yaradan şəraitin müəyyən edilməsinə yönəldilmişdir.

Azərbaycan Respublikasına gəldikdə, bu məkanda informasiya texnologiyaları bazarı cəmi dünyanın bu növ bazarının tərkib hissəsi kimi formalaşmaqdadır. Bir çox problemləri nəzərə alsaq, Azərbaycanda informasiya texnologiyaları bazarının gələcəyi və bu sahədə mütərəqqi kommunikasiya vasitələrinin geniş yayılması fərdi biznes imkanlarından çox, dövlət dəstəyindən asılıdır.

Təhlil göstərir ki, 2014-ci ildə ölkəmizin İKT sektorunda bazara təklif edilən məhsul və xidmətlərin həcmi 2015-ci ilin əvvəlində 2010-cu ilə nisbətən 431,3 milyon manat və ya 37,6% artaraq 1577,5 milyon manat təşkil etmişdirsə, onun da 87,7% yalnız rabitə sektorunun hesabına əldə edilmişdir.

2014-cü ildə ölkəmizin İKT sektorunda çalışan müəssisələr 963,3 milyon manatlıq və ya 2010-cu illə müqaisədə 34,6% çox əlavə dəyər yaradılmışlar. Həmin göstəricinin də 88,8 % yenə rabitə sektorunun payına düşür.

Yalnız 2010-2014-cü illər ərzində Azərbaycanın İKT müəssisələri tərəfindən əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyalar 1167 milyon manat təşkil etmişdir.

Hazırda ölkəmizin iqtisadiyyatının bütün sahələrində müzdlu işlərdə çalışanların təxminən 1,5 %-i və ya azı 20 min nəfəri İKT sahələrində məşquldur.

Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya-kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiyanın (2003-2012-ci illər) qəbul edilməsi görülməli işlərin ümumi xəttini ümumiləşdirməklə yanaşı, ölkənin sosial-iqtisadi həyatında texnoloji yeniləşmənin daha geniş tətbiqinin əsasını qoymuşdur. Milli Strategiyanın yerinə yetirilməsi məqsədilə qəbul edilmiş “Azərbaycan Respublikasında informasiya texnologiyaları və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2005-2008-ci illər üçün Dövlət Proqramı” (Elektron Azərbaycan) uğurla icra edilmişdir. Dövlət proqramı üzrə həyata keçirilən məqsədyönlü tədbirlər sayəsində 2011 –ci ilə qədərki 5 ildə İKT sektoru üzrə orta illik artım tempi 32% təşkil etməklə, ümumdünya artım tempindən təxminən 3 dəfə yüksək olmuşdur. Bu illər ərzində İKT sektoruna qoyulan investisiyaların həcmi 667,3 milyon manat təşkil etmişdir. İKT sektorunda xarici və yerli investorlar üçün yaradılmış investisiya mühiti bu sektora yönəldilən investisiyaların həcmi artırmaqdadır. Ümumilikdə son 2005-2011 illər ərzində İKT sektoruna qoyulmuş investisiyaların 165,4 milyon manatı xarici investisiyaların payına düşür. Bununla belə, 2010-

2014-cü illərdə İKT sektoru üzrə orta illik artım tempi 4% civarında olmuşdur, yəni gözlənilən ümumdünya artım tempi səviyyəsinə qədərən də aşağı enmişdir.

Ölkədə özəl İKT sektorunun inkişafının dəstəklənməsi istiqamətində yürüdülmüş siyasət nəticəsində bu sektora yeni sabit və mobil şəbəkə operatorları, İKT məhsulları istehsalçıları və yayım şirkətləri daxil olmuş, inkişaf üçün sağlam rəqabət mühiti yaradılmışdır. Bunun təzahürüdür ki, İKT sektoru üzrə əldə olmuş gəlirlərdə özəl sektorun payı 2003-cü ildəki 66%-dən 2014-ci ildə 80,3%-ə çatmışdır.

Azərbaycanda telekommunikasiya xidmətləri bazarı xeyli inkişaf etmişdir. Bu sahədə yaradılan mütərəqqi texnologiyalar yeni xidmətlər üçün baza rolunu oynayır. 2014-cü ildə ümumistifadəli telekommunikasiya şəbəkəsinin tutumu 2005-ci ilə müqayisədə 635,5 min nömrə artırılaraq 1894,3 min nömrəyə çatdırılmışdır (Cədvəl 1).

Təqdim edilən cədvəldən görünür ki, 2014-cü ildə respublikanın bütün yaşayış məntəqələrində müasir informasiya texnologiyaları əsasında telefon şəbəkəsi genişlənməmiş, kənd və qəsəbələrdə müasir telekommunikasiya xidmətlərindən istifadə imkanları daha da artmışdır. Bu kimi tədbirlər “100 ailəyə 100 telefon” milli layihəsinin reallığa çevrilməsini sürətləndirərək, telefon xidmətlərinin yayılmasını və genişzolaqlı kommunikasiya xidmətlərini çoxaltmağa imkan verəcəkdir.

Cədvəl 1. Azərbaycan Respublikası üzrə telefon rabitəsinin əsas göstəriciləri

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
ATS-lərin sayı,cəmi, o cümlədən:	1190	1394	1429	1555	1613	1634
Koordinat sistemli	670	4	-	-	-	-
Elektron sistemli	520	1390	1429	1555	1613	1634
ATS-lərin ümumi tutumu, min nömrə o cümlədən:	1258,8	1667,3	1727,8	1779,5	1815,6	1894,3
koordinat sistemli	435,0	39,0	-	-	-	-
elektron sistemli	823,8	1628,3	1727,8	1779,5	1815,6	1894,3
Telefon aparatlarının sayı (ümumi istifadədə olan telefon şəbəkəsinə birləşdirilmiş bütün aparatlar daxil olmaqla), min nömrə	1200,0	1484,3	1523,1	1516,0	1536,8	1551,5
Əsas telefon aparatlarının sayı, min nömrə	1094,2	1439,6	1466,1	1456,6	1470,4	1485,3
şəhər yerlərində	904,1	1150,1	1171,8	1165,0	1172,6	1186,1
kənd yerlərində	190,1	289,5	294,3	291,6	297,8	299,2
Mənzillərdə olan telefon aparatları, min nömrə	1002,5	1289,6	1317,4	1331,3	1346,1	1372,6
Mobil telefon nömrələrinin sayı, min nömrə	2242,0	8938,?	9396,5	9634,6	9720,6	10101,9
Əhalinin hər yüz nəfərinə düşən telefon aparatları, ədəd	13	16	17	17	17	17
Hər yüz ailəyə düşən telefon aparatları, ədəd	55	67	67	67	68	69
Əhalinin hər min nəfərinə düşən mobil telefon nömrələri, ədəd	264	987	1038	1050	1046	1059

Mənbə: Azərbaycan rəqəmlərdə 2014. Bakı, 2015, s.598.

Ölkədə yüksəkkeyfiyyətli telekommunikasiya və informasiya texnologiyaları xidmətlərinin göstərilməsi məqsədilə 10 Gb/san sürətli “AzDataKom” şəbəkəsi yaradılır.

2014-ci ildə Azərbaycan Respublikasında hər 100 ailəyə düşən əsas telefon aparatının sayı 69 ədəd olmaqla, 2010-cü illə müqayisədə 25,4% artmışdır. Təqdim edilən 2 sayılı cədvəldən görünür ki, cəmi bir il ərzində elektron sistemli telefon stansiyalarının tutumu əvvəlki illə müqayisədə 10,2% artmış və ümumi tutumun 83,1%-ni təşkil etmişdir.

2010-2014 –cü illərdə mobil telefon nömrələrinin sayı azı 4,5 dəfə çoxalmışdır. Əhalinin hər min nəfərinə düşən mobil telefon nömrələrinin sayı təhlil müddəti ərzində 795 ədəd çoxalaraq 1059 ədəd təşkil etmişdir. Bu isə o deməkdir ki, ölkəmizdə istifadə olunan mobil telefon nömrələrinin sayı əhalinin sayından çoxdur.

Mobil telefon şəbəkəsi ilə əhatə olunmuş ərazi ölkə ərazisinin 80,0%-nə, bu ərazidə yaşayan əhali isə ölkə əhalisinin 90,0%-nə bərabərdir.

Ölkənin telekommunikasiya bazarında ən dinamik inkişaf edən və özünə investisiya cəlb edən sahələrdən biri olan mobil informasiya texnologiyaları sektoru həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət baxımından inkişaf etməkdədir. Belə ki, təhlil edilən son 15 il ərzində mobil informasiya texnologiyalarının davamlı inkişaf etməsi xidmət operatorlarını İKT sahəsinin əsas iştirakçılarna çevirmişdir. Bu gün Azərbaycanın mobil informasiya texnologiyaları bazarında GSM və CDMA standartlarında mobil operatorlar fəaliyyət göstərməkdədir. GSM standartlarında 3 operator (Baksell, Azersell və Azerfon), CDMA standartlarında isə iki operator (Catel, Naxtel) fəaliyyət göstərir.

Azərbaycan kompüter bazarının həcmi son üç ildə əvvəlki dövrə nisbətən təxminən 42% artmışdır. Bu bazarda məhsul satışının kəskin artmasına yerli istehsal və təchizatçı müəssisələrin fəaliyyət göstərməsi və əhaliyə sərfəli şərtlərlə istehlak kreditlərinin verilməsi bilavasitə təsir göstərmişdir. BU və digər amillərin təsiri altında ölkəmizdə 2009-2014-cü illər ərzində kompüterlərin yayılma səviyyəsi 4,3 dəfə artmış və 2014-cü ilin sonunda hər 100 nəfərə düşən kompüterlərin sayı 23 ədəd təşkil etmişdir (Cədvəl 2).

Ölkəmizdə əhalinin hər 100 nəfərinə düşən internet istifadəçilərinin sayı 2014-cü ildə 75 nəfər təşkil edərək, 2008- ci ilə nisbətən təxminən 4 dəfə artmışdır.

Son 2010-2014-cü illər ərzində İKT-nin inkişaf indeksi 3,63-dən 7,62-ə yüksəlmişdir.

İKT –nin inkişaf indeksi dünya ölkələrində İKT-ni xarakterizə edən göstərici hesab olunur və BTİ tərəfindən müəyyənləşdirilmiş bu göstərici İKT üzrə əsas göstəcinin birgə təmsil olunması və ümumiləşdirilməsi, onların müvafiq dövrlər üzrə müqayisəsi ilə xarakterizə olunur.

Cədvəl 2. Azərbaycan Respublikasında İKT –nin əsas infrastruktur göstəriciləri

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Əhalinin hər 100 nəfərinə düşən əsas telefon aparatlarının sayı sayı, ədəd	16	16	16	16	16	16
Əhalinin hər 100 nəfərinə düşən mobil telefon abunəçilərinin sayı, abunəç	87	99	104	105	105	107
Əhalinin hər 100 nəfərinə düşən kompüterlərin sayı, ədəd	5,7	9,4	12,3	16,0	19,5	23,0
Əhalinin hər 100 nəfərinə düşən internet istifadəçilərinin sayı, nəfər	27	46	65	70	73	75
Əhalinin hər 100 nəfərinə düşən genişzolaqlı internet istifadəçilərinin sayı, nəfər	11	4,8	30	50	55	65
Hər nəfərə beynəlxalq internet kanallarının həcmi, kbit / s	1,7	4,6	10,1	22,4	26,9	35,1
Mobil rabitə ilə əhatə olunmuş ərazidə yaşayan əhalinin ölkə ərazisində xüsusi çəkisi, %	99,6	99,8	99,8	99,8	99,8	99,8
Mobil danışığı tarifinin hər nəfərə düşən orta aylıq ümumi milli gəlirə nisbəti, faizlə	2,3	2,0	1,7	1,5	1,4	1,4
İKT-nin inkişaf indeksi	3,63	4,89	5,95	6,78	7,31	7,62

Mənbə: Azərbaycan rəqəmlərdə 2014 - Bakı, 2015, s.602.

Eyni zamanda, ölkənin beynəlxalq internet şəbəkəsinə qoşulma sürəti əvvəlki illə müqaisədə 1,7 dəfə artırılaraq 10 Gbit/saniyəyə çatdırılmışdır. Belə yüksək artıma son illər internetdən istifadə tariflərinin orta hesabla 1,5 dəfə azaldılması, beynəlxalq kanalların qiymətinin aşağı salınması və regionlarda internet provayderlərinin fəaliyyəti üçün əlverişli biznes mühitinin yaradılması sayəsində nail olunmuşdur.

Beləliklə qeyd etmək lazımdır ki, 2010-2015-ci illərdə Azərbaycanda əhali tərəfindən istifadə edilən mobil telefonların, kompüterlərin sayı və internetdən istifadə çox sürətlə artmışdır və bu proses bu gün də davam edir.

Hazırda Azərbaycan ailələrində, yeni ev təsərrüfatlarında və müəssisələrdə informasiya-kommunikasiya sistemlərindən geniş istifadə olunmağa başlanmışdır. Ev təsərrüfatında əsasən kompüterlərdən istifadə edilir. Bu zaman əsas məqsəd həm informasiya əldə edilməsindən, yazılar yazılmasından, oyunlar oynanılmasından, həm də internet xidmətlərindən istifadə edilməsindən ibarətdir.

Cədvəl 3. Azərbaycan Respublikasının televiziya və radiorabitə sisteminin əsas göstəriciləri

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Radio-televiziya stansiyalarının sayı, vahid	356	305	303	304	322	300
Qüvvəsi 1kVt və daha çox gücü olanlar	59	72	72	68	97	75
Televiziya vericiləri, ədəd	484	445	346	425	479	511
Radio vericiləri, ədəd	86	119	112	124	122	125
Televiziya kanallarının sayı, vahid	23	23	25	25	25	25
peyk qəbulu	11	10	11	10	11	12
Radio kanallarının sayı, vahid	17	14	15	15	17	177
peyk qəbulu	12	11	10	10	10	12
Radiotranslyasiya nöqtələrinin sayı, min	11,8	11,8	7,6	7,5	6,9	3,4

Mənbə: Azərbaycan rəqəmlərdə 2014, Bakı -2015, s. 599.

2005-2014-cü illərdə Azərbaycan ailələrinin informasiya-kommunikasiya texnologiyaları sistemlərindən istifadənin vəziyyəti 3 sayılı cədvəldə göstərilir.

Cədvəldən göründüyü kimi, ölkəmizdə radio-televiziya stansiyalarının sayı təhlil müddətində 56 ədəd azalaraq 2014-cü ilin əvvəlində 300 sayda olmuşdur[3]. Bununla belə, gücü yüksək hesab edilən televiziya və radio stansiyalarının sayı 16 ədəd artırılaraq 75-ə çatdırılmışdır.

Kommunikasiyaların qurulması və informasiyaların yayılmasında poçt rabitəsinin müstəsna yeri var. Ölkəmizin ərazisində 2015-ci ilin əvvəlində 1616 poçt şöbələri fəaliyyət göstərirdi ki, bu da 2005-ci illə müqayisədə 245 ədəd çoxdur. Həmin poçt şöbələri vasitəsilə ayrı-ayrı kənd, qəsəbə və şəhərlərin arasında, eləcə də xarici ölkələrin əksəriyyəti ilə istənilən səviyyələrdə əlaqələr saxlanılır, İnternet və sair əlaqələr qurulur.

2005-2014-cü illər müddətində ölkəmidə poçt xidmətlərinin həcmi 3,5 dəfə artaraq (faktiki göstəricilərlə), 34100 min manata çatmışdır.

Təhlil göstərir ki, ölkəmizdə telekommunikasiya xidmətlərinin həcmi 2009-2014-cü illər ərzində dəfələrlə artmışdır (cədvəl 4). Belə ki, göstərilmiş zaman kəsiyində kompüterli olan ev təsərrüfatlarının ölkə üzrə bütün ev təsərrüfatlarında sayı azı 3,2 dəfə artaraq, cəmi ev təsərrüfatlarının 58,3%-ni əhatə edə bilmisdir. Artıq 2015-ci ilin əvvəlində kompüterdən istifadə etmiş əhəlinin ölkə üzrə bütün əhəlinin sayında xüsusi çəkisi 67,8%, evdə internetə çıxışı olmuş ev təsərrüfatlarının ölkə üzrə ev təsərrüfatlarında payı 75,2% təşkil edirdisə, 2009-cu ildə həmin göstəricilər, müvafiq olaraq 30,8% və 33,3 % təşkil edirdi.

Azərbaycanda informasiyalaşdırmanın aşağıdakı üç istiqaməti formalaşmaqda və inkişaf etməkdədir:

- dövlət strukturunun idarə edilməsinin, telekommunikasiya vasitələrinin inkişafı;

- istehsal sahələrinin, o cümlədən informasiya texnologiyaları və nəqliyyatın informasiyalaşdırılması;
- ərazi idarəetmə sahələrinin informasiyalaşdırılması.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, informasiya məhsulu yeni informasiya texnologiyalarının inkişaf meylləri içərisində əsas yer tutur.

Cədvəl 4. Azərbaycan Respublikası üzrə ev təsərrüfatlarında İKT sistemlərinin mövcudluğu və onlardan istifadə

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Kompüterli olan ev təsərrüfatlarının ölkə üzrə bütün ev təsərrüfatlarında sayı, faizlə	18,2	30,3	38,0	47,7	51,2	58,3
Kompüterdən istifadə etmiş əhəlinin ölkə üzrə bütün əhəlinin sayında xüsusi çəkisi, faizlə	30,8	38,0	48,0	56,0	62,0	67,8
Evdə internetə çıxışı olmuş ev təsərrüfatlarının ölkə üzrə ev təsərrüfatlarında payı, %	33,3	45,1	53,7	64,4	71,56	75,2
İnternet istifadəçilərinin internetdən istifadə məqsədlərinə görə bölgüsü (son 3 ay ərzində), %	100,0	100,0	100,0	48,5	100,0	100,0
informasiya axtarmaq	49,9	33,6	29,9	29,6	29,1	29,0
əlaqə yaratmaq	26,0	31,6	29,6	29,7	29,8	29,7
təlim və təhsil	4,1	5,8	7,8	7,0	7,3	6,9
oyun, şəkil yükləmək və musiqiyə qulaq asmaq	9,7	19,4	22,6	20,3	19,6	18,7
əmtəə və xidmətlərin sifarişi və ya satışı	1,9	1,2	1,4	1,4	1,4	1,4
Hökumət orqanları ilə əlaqə (informasiyaların əldə edilməsi, sənədlərin yüklənməsi və göndərilməsi)	8,3	8,4	8,7	12,0	12,8	14,3

Mənbə: Azərbaycan rəqəmlərdə 2014 - Bakı, 2015, s.603.

Yeni inkişaf texnologiyalarının inkişaf meylinin ikinci istiqaməti olan qarşılıqlı fəaliyyət göstərmə qabiliyyəti müxtəlif informasiya növlərini və insan hisslərinin başlanması və bitməsi kimi məntiqi elementlərin qarşılıqlı fəaliyyətində özünü büruzə verir.

Yeni informasiya texnologiyalarının tətbiqi informasiyanın bilavasitə istehlakçıların istifadəsi üçün asanlıqla başa düşülən və əlverişli formada alınmasını təmin edir. Məhz bu cəhət yeni informasiya texnologiyalarının üçüncü meylini, aralıq halların ləğv edilməsini şərtləndirir.

Qloballaşma yeni informasiya texnologiyaları inkişafının əsas meyli hesab olunur. Son dövrlərdə süni intellekt və informasiya məhsullarının yaradılması sahəsində aparılan fundamental işlər dinamik şəkildə inkişaf etməkdədir. Bunun sahəsində yeni informasiya texnologiyalarının gözlənilməz tətbiq sahələri meydana gəlir ki, onların da bazasında yeni elmi-tədqiqat proqramları, konkret layihələr, yeni informasiya texnologiyalarını istehsal edən beynəlxalq birliklər yaranır və sürətlə inkişaf edir. Qlobal proses kimi cəmiyyətin informasiyalaşdırılması, yeni informasiya texnologiyalarının yaradılması və tətbiqinin mərhələlərlə həll edilməsi nəzərdə tutulan bir sıra vacib problemləri özündə birləşdirir.

Kommunikasiya sisteminin müxtəlif elementləri üzrə informasiya axınının güclənməsi, yeni informasiya yayımı formalarının meydana gəlməsi, xüsusilə də İnternetin bu sistemə daxil olması kommunikasiya sisteminin dəyişməsi meyllərini gücləndirmiş, yeni, işgüzar kommunikasiyanın müasir sisteminin yaranmasına və tətbiq edilməsinə ciddi təkan vermişdir.

Bu gün İnternet-marketing kommunikasiya sisteminin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Əlbəttə, bu başadüşüləndir, çünki məhz İnternet marketşünaslara məqsəd auditoriyasına daha yaxın olmağa, hər bir istehlakçının evinə daxil olmağa imkan verir, daha effektiv kommunikasiya tədbiri kimi çıxış edir. Mütəxəssislər yaxşı bilirlər ki, istehlakçılarla əlaqə nə qədər yaxın, birbaşa olsa, onun effektivliyi də bir o qədər yüksək olar, informasiya ötürülməsi yolunda mövcud olan xətlər xeyli azalar. Ən vacibi odur ki, İnternet məqsəd auditoriyası barədə lazım olan zəruri informasiya əldə etməyə imkan verir.

İnternet kommunikasiya sistemində çox maraqlı, yeni bir istiqamətdir və satıcılar ondan istifadə etməklə öz məhsullarını satmağa real alıcı kütləsini çoxaltmağa çalışırlar. Kommunikasiya sistemində İnternetdən istifadə yeni layihələr tətbiq etməklə getdikcə təkmilləşir və sürətlə inkişaf edir.

Beləliklə, qeyd etmək lazımdır ki, marketingin kommunikasiya sistemi daima təkmilləşir, onda ciddi dəyişikliklər baş verir. Bu dəyişikliklər firmalara bazarda rəqabət üstünlüyü əldə etməyə, kommunikasiya tədbirlərinin effektivliyini yüksəltməyə, ümumilikdə əmtənin irəlilədilməsini təmin etməyə imkan verir.

Bu gün Azərbaycanda gələcəyə istiqamətlənmiş, elm və texnologiyaların inkişafını şərtləndirən, iqtisadiyyatın hər bir sektorunun davamlı tərəqqisinə yönəlmiş və cəmiyyətin hər bir üzvünün rifahına xidmət edən dövlət siyasəti həyata keçirilir. Bu siyasətin tərkib hissəsi kimi, son illərdə Azərbaycanda rabitə və informasiya texnologiyaları sektorunun inkişafı da davam etdirilməlidir.

Dövlət Proqramında informasiya cəmiyyəti quruculuğunun birinci mərhələsində rabitə və informasiya texnologiyaları sahəsində islahatların aparılması, sahə üzrə normativ-hüquqi bazanın inkişaf etdirilməsi, yeni texnologiyaların tətbiqi ilə müasir

tələblərə cavab verən informasiya-kommunikasiya infrastrukturunun formalaşdırılması və elektron xidmətlərin təqdim olunması, həmçinin təhsil, səhiyyə, elm, mədəniyyət və digər sahələrdə də İKT-nin geniş tətbiqi ilə bağlı layihələrin həyata keçirilməsi düzgün olardı.

Regionun ən dinamik inkişaf edən ölkəsi kimi Azərbaycan bu gün İKT sahəsinin genişləndirilməsi üçün böyük imkanlara malikdir. Cəmiyyətimiz bu imkanlardan maksimum bəhrələnərək, dünya birliyinə integrasiyanı özünün ən başlıca vəzifəsi kimi görür.

Bunun nəticəsidir ki, Davos İqtisadi Forumunun hesabatında Azərbaycan 2015-ci ildə informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından istifadə səviyyəsinə görə 127 qabaqcıl ölkələr sırasında yüksək yer tutmuşdur. Azərbaycan bu cədvəldə MDB ölkələri sırasında lider olmuşdur.

Ölkəmizdə yüksək texnoloji tutumlu və yüksək rəqabətli iqtisadiyyatın qurulmasında İKT-nin rolunu genişləndirmək, infrastrukturun modernləşdirilməsi, sahə üzrə iqtisadi-təşkilati islahatların aparılması Azərbaycanın informasiya tranziti ölkəsinə çevrilməsinə xidmət edəcəkdir. Bunun üçün bir neçə perspektiv layihələr üzrə iş görülür.

«Tran-Asiya-Avropa» (TAE) magistralı və Tarixi İpək Yolunun keçdiyi Şərqi Avropa, Yaxın Şərq və Mərkəzi Asiya ölkələrini birləşdirən «Trans Avrasiya Super İnformasiya Magistralı» (TASİM) layihələrinin adını çəkmək olar. TASİM İKT-nin ən çox inkişaf etdiyi dünyanın iki nəhəng regionunu - Qərbi Avropanı və Şərqi Asiyayı birləşdirərək, magistral üzərində yerləşən, qonşu olan və həmin regionlarla müqayisədə zəif inkişaf etmiş təxminən 20 ölkəni əhatə edəcəkdir. Layihə Azərbaycanın coğrafi mövqeyindən, inkişaf səviyyəsindən və ən başlıcası, onun regionda aparıcı iqtisadi potensiala malik olmasından asılı olaraq ölkəmizdə beynəlxalq kommunikasiya mərkəzinin və qlobal informasiya bankının yaradılmasını nəzərdə tutur.

Azərbaycan Respublikasında informasiya və rabitə xidmətlərinin dinamikasının (faktiki qiymətlərlə, min manatla) marketing prinsipləri əsasında təhlili göstərir ki, ölkəmizdə bu sahənin inkişafı əsasən düzgün istiqamətdə tənzimlənir və idarə olunur. Məhz bunun nəticəsidir ki, 2005-2014-cü illər ərzində ölkəmizdə informasiya və rabitə xidmətlərinin həcmi 33,3 dəfə artaraq, faktiki qiymətlərlə 1623550 min manat təşkil etmişdir. Bu artımda 85,6% rabitə xidmətlərinin payına, qalan 14,4 % isə informasiya xidmətlərinin üzərinə düşür.

Beləliklə informasiya texnologiyaları xidmətində marketingin tətbiqi dedikdə, marketingin informasiya texnologiyaları mühitində təşkil edilməsinin nəzəriyyə və metodologiyası başa düşülür.

Hər şeydən əvvəl, informasiya texnologiyaları marketingin əsasını mövcud olduğu illər ərzində uzun təkamül yolu keçmiş və istehsal marketingindən tutmuş qarşılıqlı təsirlər marketinginə qədər bütöv bir konsepsiyalar silsiləsi yaşamış marketingin özü təşkil edir. İnformasiya texnologiyaları marketingin əsas hərəkətverici qüvvələri kimi,

qlobal informasiya texnologiyaları və internet şəbəkəsinin yaranması və bütün dünya üzrə yayılması, müəssisələrin idarə edilməsinin metodologiya və sistemlərinin təkmilləşməsi və informasiya sistemlərinin qarşılıqlı təsir standartlarının inkişafı çıxış edir.

Göründüyü kimi, marketing kommunikasiya elementlərinin reallaşdırılması işində rabitə və informasiya texnologiyaları xidmətlərinin özünəməxsus və mühüm rolu vardır. Bu sahənin müasir vəziyyətini ölkəmiz üçün qənaətbəxş hesab etmək olmaz, onun bir çox sahələri hələ inkişaf etdirilməlidir.

Yuxarıda qeyd edilənlər aşağıdakı fikirləri söyləməyə əsas verir:

1. İnformasiya texnologiyaları bazarında marketing tədqiqatlarının müasir tələblərə uyğun aparılması üçün aşağıdakılar nəzərə alınmalıdır:

- bu sahənin məhsul və xidmətlərinin spesifik xüsusiyyətləri;
- bu sahənin fəaliyyətinin sahələrarası xarakter daşması və bazarının şaxələnməsi;
- bu sahənin təcrübədə müstəqil milli iqtisadiyyat sahəsi kimi formalaşması;
- bu sahənin müxtəlif elmlərin qovşağında yaranması və inkişafının müxtəlif milli iqtisadiyyat sahələrinə söykənməsi;
- bu sahənin maddi-texniki bazasının fərqləndirici cəhətləri;
- bu sahənin innovativliyə meyilliyi və sosial yönümlüyü;
- bu sahənin marketing prinsiplərinə uyğun öyrənilməsi və təhlil edilməsi üçün xüsusi tələblərə cavab verən marketing kompleksinin formalaşdırılması, informasiya sisteminin yaradılması və tədqiqat üsul və metodlarının seçilməsi.

2. Aparılmış marketing tədqiqatları göstərir ki, informasiya texnologiyaları bazarı faktiki olaraq bir neçə lokal bazar istiqamətinə bölünür:

- informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sənayesinin istehsal etdiyi məhsulların bazarına;
- bu sənayenin məhsullarının satışını müşahidə edən xidmətlər bazarına;
- ehtiyat hissələri və aksesuarları bazarına;
- kompüter və s. avadanlıq və qurğuların proqram təminatı bazarına;
- mühəndis- texniki işçilər və fəhlələr bazarına;
- informasiya və məlumatlar bazarına;
- İnternet şəbəkəsi bazarına.

3. İnformasiya texnologiyaları marketingi mövcud olduğu illər ərzində uzun təkamül yolu keçmiş və istehsal marketingindən tutmuş qarşılıqlı təsirlər marketinginə qədər bütöv bir konsepsiyalar silsiləsi yaşamışdır. İnformasiya texnologiyaları marketingin əsas hərəkətverici qüvvələri kimi, qlobal informasiya texnologiyaları və internet şəbəkəsinin yaranması və bütün dünya üzrə yayılması, müəssisələrin idarə edilməsinin metodologiya və sistemlərinin təkmilləşməsi və informasiya sistemlərinin qurulması üzrə standartların yaradılmasını aktuallaşdırır.

4. Azərbaycanda İKT sektoru və informasiya texnologiyaları bazarı artım tempinə görə yüksələn xəttlə inkişaf etməkdədir. Lakin bu tempə saxlamaq üçün ölkəmiz İKT məhsul və xidmətlərinin istehlakçısından istehsalçısına, idxalçısından ixrac edənə çevrilməlidir.

5. 2005-2015-ci illərdə Azərbaycanda əhali tərəfindən istifadə edilən mobil telefonların, kompüterlərin sayı və internetdən istifadə çox sürətlə artmışdır və bu proses bu gün də davam etməkdədir.

Ümumən, aparılan təhlilin nəticələri göstərir ki, son illərdə Azərbaycanda informasiya-kommunikasiya texnologiyaları bazarında sürətli inkişaf olmuşdursa, bu meylər yaxın gələcəkdə azalacaqdır. Bununla əlaqədar bu bazarda səmərəli marketing fəaliyyətini həyata keçirmək imkanları mövcuddur və bu imkanları getdikcə daha da genişləndirmək məqsəduyğundur.

6. Fikrimizcə, Azərbaycan Respublikasında informasiya texnologiyaları sferasında marketing elementlərinin tətbiqinin perspektiv istiqamətlərə elektron marketing, tele-marketing, televiziya və reklam, telemağazalar, reklam kampaniyaları, birbaşa poçt göndərmələrini, interneti və s. aid etmək olar.

7. Ölkəmizin internet mühiti hazırda xeyli genişlənmişdir. Əksər müəssisələr daxilində internet və müəssisələr arasında ekstranet şəbəkələri qurulmuşdur. Bununla belə, ölkəmizdə internet marketingin inkişafı üçün hələ çox işlər görülməlidir. Bunlara kompüterləşmə prosesinin sürətlənməsini, informasiya texnologiyaları sahəsində xarici ölkələrin təcrübələrindən istifadə edilməsini, ölkəmizin milli peyklərinin imkanlarından səmərəli istifadə edilməsini və s. aid etmək olar.

8. İqtisadiyyatın bütün sahələrində informasiya texnologiyalarının yeni tətbiqi sahələri axtarılıb tapılmalıdır ki, bunun da nəticəsində tamamilə təzə informasiya texnologiyaları hazırlayıb alıcılara təqdim edən yerli və beynəlxalq şirkətlər, yeni biznes sahələri formalaşsın.

9. Azərbaycan Respublikasında elə dövlət iqtisadi siyasəti həyata keçirilməlidir ki, rabitə və informasiya texnologiyaları sektoru ilə yanaşı, iqtisadiyyatın digər sahələri də inkişaf etdirilərək, ölkənin neft və qaz hasilatından asılılığı azalsın.

10. Ölkəmizin informasiya texnologiyalarının istifadəçisindən istehsalçısına çevrilməsini təmin etmək üçün xüsusi dövlət proqramının və informasiya texnologiyalarının hasil edilməsi və satışına dair Milli Məclis xüsusi Qanun qəbul etməsi aktualdır.

11. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən informasiyaların və onların texnologiyalarının hasilatı və satışı ilə məşğul olan şirkətlər, müəssisələr və firmalar hazırkı dövrdə satış konsepsiyasından marketing konsepsiyasına keçməyə çalışmalıdır.

12. İnformasiyaların və onların texnologiyalarının satışının idarə edilməsi satış fəaliyyətinin təşkilini, planlaşdırılmasını, nəzarətin həyata keçirilməsini, satış xidmətinin strukturunun müəyyən edilməsini, fəaliyyət strategiyasının hazırlanmasını,

ticarət agentlərinin seçilməsini, onların hazır planlaşdırılmasını, fəaliyyətlərinə rəhbərlik edilməsini, firmanın marketinq xidmətinin vəzifələrinin dəqiqləşdirilməsini, müxtəlif xarakterə malik olan bu vəzifələrin yerinə yetirilməsi üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsini qarşıya qoyur.

10. Hesab edirik ki, informasiyaların texnologiyaları məhsul və xidmətlərinin satışının təşkili və idarə edilməsi fərdiləşdirilmiş marketinq kompleksinin formalaşdırılması əsasında qurulsa, bu sahədə çalışan firma və şirkətlərin iqtisadi nəticələri daha yüksək olar.

11. Ölkəmizdə beynəlxalq kommunikasiya mərkəzi ilə yanaşı, bütün qitələri əhatə edən iritutumlu kommersiya təyinatlı informasiya bankının yaradılması iqtisadi inkişafımızın neft və qaz hasilatı asılılığını azaldar.

Ədəbiyyat

- [1] Azərbaycan rəqəmlərdə 2014. Bakı, 2015, s.596-605.
- [2] Алексунин В.А., Родигина В.В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учебное пособие.- 2-е изд.- М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006.
- [3] Алексунин В.А., Родигина В.В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учебное пособие.- 2-е изд.- М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006.
- [4] Burenina T.A. Internet texnologiyaları əsasında marketinq. Rus dilindən tərcümə. Bakı: "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı: 2009, s. 6-60.
- [5] Quliyev E.N. "Virtual biznes və elektron ticarəti".- "Audit" jurnalı №4, 2006, s.35-38
- [6] Quliyev E.N. "Virtual biznes və elektron ticarətinin inkişafı problemləri".- "Audit" jurnalı №2,2007,s.53-58
- [7] Кревенс, Дэвид, В. Стратегический маркетинг, 6-е издание.: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2008, s. 457-478
- [8] <http://www.marketingteacher.com>
- [9] <http://www.marketing.org>
- [10] <http://www.marketing.az>

ALİ TƏHSİL MÜƏSSİSƏLƏRİNİN BREND STRATEGİYASININ FORMALAŞMASI XÜSUSİYYƏTLƏRİ

L.A. Hacıyeva

i.ü.f.d., dos., UNEC

hajiyeval@mail.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 12 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 30 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 12 January 2017; accepted 30 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi ali təhsil müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi üçün təhsil müəssisələrində marketinq strategiyasının formalaşdırılması və brendinqin xüsusiyyətlərinin araşdırılmasıdır. Məqalədə brend platformasının qurulması, brendin atributlarının yaradılması, müasir texnologiyalardan istifadə məsələləri tədqiq olunur. Tədqiqat işi sistemli təhlil, müqayisəli təhlil, məntiqi ümumiləşdirmə kimi tədqiqat üsulları əsasında yerinə yetirilmişdir. Tədqiqat işinin məhdudiyyətləri daha geniş praktiki informasiya tələbidir. Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti: aparılan təhlillər və əldə olunan nəticələr milli ali təhsil müəssisələrinin brend strategiyasının formalaşması və marketing fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi üçün istifadə oluna bilər.

Açar sözlər: təhsil xidmətləri marketinqi, brendinq, brend-platforma, mövqeləşdirmə.

JEL Classification Codes: M31

FEATURES OF FORMATION A BRAND STRATEGY IN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Abstract

The purpose of the conducted research - formation of marketing strategy and studying of features of branding of higher educational institutions to increase in their competitiveness. In article questions of construction a brand platform, creations of attributes of a brand and use of modern technologies are considered. Such methods as system analysis, comparative analysis method and a logical conclusion method were used in the investigation. A limitation of the study can be considered as the need for more extensive practical information. The practical significance of the research: the analysis carried out and the results obtained can be used in the formation of brand strategy of higher education institutions and improvement of their marketing activity.

Keywords: marketing of educational services, branding, brand platform, positioning

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ БRENDA В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

Резюме

Основная цель проводимого исследования - формирование маркетинговой стратегии и изучение особенностей брендинга высших учебных заведений для повышения их конкурентоспособности. В статье рассматриваются вопросы построения бренд-платформы, создания атрибутов бренда и использования современных технологий. В исследовательской работе были использованы такие методы, как системный анализ, сравнительный анализ, метод логических завершений. Ограничением исследования можно считать потребность в более обширной практической информации. Практическое значение исследования: проводимый анализ и полученные результаты могут быть использованы при формировании брендовой стратегии вузов и усовершенствования их маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: маркетинг образовательных услуг, брендинг, бренд-платформа, позиционирование.

Giriş. Milli iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinin əsas şərti - ənənəvi xammal iqtisadiyyatından innovasiyalara və biliyə əsaslanan iqtisadiyyata keçiddir. Bu prosesin əsas subyektləri kimi isə təhsil müəssisələri, xüsusilə də ali təhsil müəssisələri çıxış edir. Müasir zamanda qlobal təhsil bazarının yaranması ali təhsil müəssisələri arasında mövcud olan rəqabəti intensivləşdirir. Öz rəqabətqabiliyyətliliyini qorumaq üçün təhsil müəssisələri idarəetmədə innovasiyalar və yeni keyfiyyət standartları tətbiq edir. Belə şəraitdə təhsil xidmətləri marketinqindən istifadə xüsusi məna kəsb edir.

Təhsil xidmətləri marketinqi təhsil xidmətləri bazarında istehsal, satış, alış, istehlak proseslərində iştirak edən subyektlərin davranışının və qarşılıqlı əlaqəsinin strategiyası və taktikasını formalaşdıran elmi-praktiki fənnidir.

Təhsil xidmətləri marketinqinin əsas funksiyalarına aiddir (4, səh.21):

- Təhsil xidmətləri bazarının konyunkturunun tədqiqi və proqnozlaşdırılması;
- Qiymətqoyma;
- Təhsil xidmətlərinin keyfiyyətinin və çeşidinin müəyyən edilməsi;
- İstehlakçıların tədqiqi;
- Kommunikasiyaların həyata keçirilməsi;
- Təhsil xidmətlərinin bazarda irəlilədilməsi və satışı.

Təhsil xidmətləri marketinqinin əsas alətlərindən biri kimi brendinq çıxış edir. Təhsil müəssisəsinin brendinqi təhsil müəssisəsinin brendinin yaradılması və

bazarda irəlilədilməsi üçün istifadə olunan metodlarının, üsullarının və fənlərinin məcmusudur. Brendin formalaşması istehlakçı loyallığını təmin edir, əlavə investisiyalar cəlb edir, rəqiblərdən müdafiəni təmin edir, beynəlxalq əlaqələrin dayanıqlılığını təmin edir və təhsil müəssisəsinin məzunlarına tələbatı yüksəldir. İqtisadi ədəbiyyata nəzər salsaq, brend anlayışına belə təriflər verilir: “Brend istehlakçıların iqtisadi, sosial, funksional, psixoloji və digər ehtiyaclarının ödənilməsinə yönəldilmiş utilitar və simvolik dəyərlərin cəmidir”, “Brend istehlakçıların şüurunda təsəvvürlər məcmusunun yaradılmasıdır”, “Brend təklifi unikal edən bütün aşkar və qeyri-aşkar xüsusiyyətlərin cəmidir” [2, səh.5].

Demək olar ki, təhsil müəssisəsinin brendi istehlakçının şüurunda məhsulu, imici, markanı birləşdirən sistemdir. Təhsil müəssisəsinin brendinin formalaşması prosesi aşağıdakı mərhələlərdən ibarətdir:

1. Mövqələşdirmə. Bu mərhələdə təhsil müəssisəsinin brendinin istehlakçıların şüurunda yerləşdirilməsi baş verir. Mövqələşdirmənin tərkib göstəriciləri kimi inam, dəyərlər, yararlılıq və dayanıqlılıq çıxış edə bilər. Mövqələşdirmə kommunikasiyaların qurulması və brendin inkişaf strategiyasının hazırlanması üçün əsas kimi istifadə olunur.

2. Brendin fərdi xassələrinin formalaşması. Fərdi xassələrin formalaşmasında təhsil müəssisəsinin missiyası, dəyərləri, fəlsəfəsi, imici və təşkilat mədəniyyəti xüsusi mənə kəsb edir. Düzgün ifadə olunan missiya təhsil müəssisəsinin ümumi məqsəd və hədəflərini müəyyən edir, bu müəssisə ilə əlaqəli bütün şəxslərin maraqlarını uzlaşdırır. Dəyərlər ali təhsil müəssisəsinin fəaliyyətinin baza prinsiplərini əks etdirir və müəssisənin daxili qaydalarında bərqərar olur. Təhsil müəssisəsinin fəlsəfəsi özüündə dəyərlər və mənalar sistemini birləşdirir ki, ali təhsil müəssisəsinin fəaliyyəti bu sistemə uyğun qurulur. Təhsil müəssisəsinin imici deyəndə onun ümumiləşdirilmiş obrazı, brend haqqında təsəvvürlər sistemi başa düşülür. Təhsil müəssisəsinin təşkilatı mədəniyyətinin fərqləndirici xüsusiyyəti isə onun ad-sanı ilə imicinin arasında sıx əlaqənin olmasıdır.

3. Brendin atributlarının yaradılması. Brendin atributlarına ali təhsil müəssisəsinin tarixi, loqosu, vahid korporativ tərz, saytı aid edilir. Brendin tarixinə daxildir: ali təhsil müəssisəsinin keçmişindən hər hansı bir maraq doğuran faktlar, onun inkişaf tarixi, ümumiyyətlə brendə emosional çalarlar qatan hadisələr (hətta uydurulmuş olsa belə). Əsas məqsəd istehlakçı auditoriyasının marağını qazanıb, onun diqqətini brendə yönəltməkdir. Ali təhsil sahəsində tanınmış brendlər olan Harvard, Oksford, Kembric, Sorbonna Universitetləri brendin tarixi, məzunların nailiyyətləri, müəllim heyətinin yüksək peşəkarlığı, tədris prosesində olan demokratikliyi, elmi araşdırmaların aparılmasını öz brendlərinin əsas atributları kimi istifadə edirlər. Təhsil müəssisəsinin loqosu onun emblemi kimi asan yadda qalan və müasir olmalıdır. Vahid

korporativ tərz isə təhsil müəssisəsinin təşkilati mədəniyyətini formalaşdırır və onu rəqiblərdən fərqləndirir.

4. Brendin idarə edilməsi. Təhsil müəssisəsinin brendinin inkişafı onun daima müxtəlif sahələrin mütəxəssislərinin diqqəti mərkəzində olmasını tələb edir. Brend-menecment brendin aktivlərini idarə etməyə, onun kapitalını artırmağa imkan verir. Səmərəli brend-menecmentin nəticələri aşağıdakılardır: rəqiblərə nisbətən daha yüksək satış həcmi və qiymətlər, irəliləməyə çəkilən xərclərin azaldılması mümkünü, böhran vəziyyətlərdə daha yüksək dayanıqlıq, təşkilat mədəniyyətinin möhkəmləndirilməsi, müştəri loyallığının əldə edilməsi və s.

5. Brendin irəlilədilməsi. Brendin irəlilədilməsi kommunikasiya kanallarının və irəliləmə üsullarının seçimi vasitəsilə həyata keçirilir ki, burada mövqeləşdirmənin və məqsəd auditoriyasının xüsusiyyətləri nəzərə alınmalıdır. Təhsil müəssisəsinin irəliləməsinin fərqliliyi onun eyni zamanda iki bazarda – təhsil xidmətləri bazarında və əmək bazarında çıxış etməsidir. Ali təhsil müəssisəsi təhsil xidmətləri bazarında müxtəlif təhsil proqramları, əmək bazarında isə yüksəkixtisaslı məzunları təklif edir. Bu səbəbdən, təhsil proqramları ilə yanaşı, məzunların da irəlilədilməsi zəruridir.

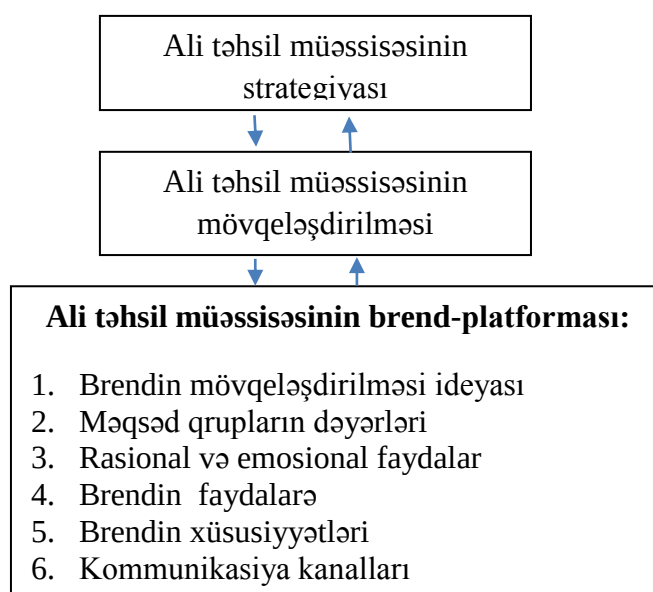
Onu da qeyd etmək lazımdır ki, xarici ölkələrin təhsil müəssisələrində marketing və brendinq olan maraq son illərdə xeyli artıb. Bəzi tanınmış universitetlər özlərinin güclü institusional brendini qurmaq üçün kənar mütəxəssislərə müraciət edir, digərlərində isə marketing bölmələri və ya departamentləri yaradılır ki, onlara marketing üzrə direktorlar (Chief Marketing Officer - CMO) rəhbərlik edir. Belə universitetlər brendin yaradılmasına və marketing fəaliyyətinin təşkilinə önəm verir.

Son zamanlar təhsil xidmətləri bazarında yaranan trendlərin təhlili göstərir ki, istifadə olunan brendinq və marketing proqramları əksər ali təhsil müəssisələri üçün uyğundur, bunun əsas səbəbi isə texnologiyaların geniş istifadəsidir. Səmərəli marketing fəaliyyətini həyata keçirmək üçün aşağıdakılara xüsusi fikir verilməlidir:

- saytın adaptiv dizaynı. Universitetin sadə və çevik saytının yaradılması, saytdan informasiyanın asanlıqla əldə olunması çox zəruridir;
- axtarış sistemlərinin optimallaşdırılması. Hər təhsil müəssisəsi tanınmış axtarış saytlarında öndə yer tutmağa çalışır, xüsusilə Google axtarış saytında;
- veb-təhlildən istifadə. Təhsil müəssisələri daima öz saytlarını təhlil etməlidir ki, öz məqsəd auditoriyalarına necə, harada, hansı üsullarla çatmaq haqqında aydın təsəvvürü olsun;
- sosial medialardan, xüsusilə Facebook, Twitter, Instagramdan fəal istifadə olunması;
- mobil texnologiyaların inkişafı;
- müştərilərlə əlaqələr sistemlərinin (CRM - Customer Relationship Management) yaradılması.

Brendin yaradılması və onun inkişafı kifayət qədər mürəkkəb məsələdir, bu məsələnin həlli öz brend platformasını formalaşdıran ali təhsil müəssisəsinin düşünülmüş məhsul, qiymət və kommunikasiya strategiyalarının nəticəsi olmalıdır. Ali təhsil müəssisəsinin brend-platformasının hazırlanması ardıcılığı şəkil 1-də göstərilir.

Şəkildən göründüyü kimi, brend-platformanın əsasını ali təhsil müəssisəsinin mövqeləşdirilməsi ideyasının axtarışı təşkil edir. Bu ideya təhsil müəssisəsinin unikal xüsusiyyətlərini əks etməli, asan yadda qalan olmalı, istehlakçıların və digər məqsəd qruplarının şüuruna güclü təsir etməlidir. Bir çox Avropa ölkələrinin (Almaniya, Avstriya, İsveçrə) ali təhsil məktəblərində brendin əsas ideyası kimi, ikili təhsil çıxış edir, yəni gələcək mütəxəssislərin həm nəzəri cəhətdən universitetlərdə, həm də praktiki cəhətdən, bilavasitə müəssisələrdə hazırlanması. Təhsil məktəbinin xidmət və ya istehsal müəssisəsi ilə sıx əlaqələr qurması gələcək mütəxəssislərin nəzəri və praktiki hazırlıq səviyyələri arasında olan fərqi azaltmağa imkan verir.



Şəkil 1. Ali təhsil müəssisəsinin brend-platforması [3, səh.16]

Brendin formalaşması və inkişafı probleminin aktuallığı bu sahədə milli universitetlərin marketing fəaliyyətinin fəallaşmasına səbəb olmuşdu. Xüsusilə brendin yaradılması sahəsində Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin həyata keçirdiyi strategiya gözə çarpır. Universitet Azərbaycan Respublikası Prezidentinin cari ilin yanvar ayında imzaladığı sərəncamda "Made in Azerbaijan" brendinin regionda və dünya bazarında tanınması və irəlilədilməsinə ali təhsil müəssisələri səviyyəsində dəstək vermək məqsədilə öz UNEC (University of Economy) brendini yaratmışdır. Bu, milli təhsil sahəsində ilk təcrübədir, brendin yaradılmasının əsas məqsədi ali

təhsil müəssisəsinin beynəlxalq səviyyədə müsbət mövqeləşdirilməsi və rəqabət mübarizəsində üstünlük əldə etməkdir.

UNEC-in həyata keçirdiyi brendləşmənin atributları kimi universitetin elektron saytını, simvolikasını, radiosunu, sosial medialarda fəal profillərin yaradılmasını qeyd etmək olar. Xüsusilə brendin formalaşması sahəsində UNEC-in saytının böyük rolu var. Saytda universitetin strategiyası, missiyası, qarşısına qoyduğu strateji hədəflər əks olunub. “Bizim mərkəz nöqtəmiz – tələbədir” (1) bəyan edərək, tələbələrə dual major sistemini (iki və daha çox ixtisas əldə etmək imkanı) təklif edərək, onlara beynəlxalq mübadilələrdə iştirak üçün şərait yaradaraq, universitet öz rəqabət üstünlüyünü yaratmağa nail olub. UNEC-də “Elektron Universitet” modelinin tətbiq edilməsi nəticəsində tədris prosesinin optimallaşdırılması, zəruri məlumatların asan və tez əldə olunması, tələbələrin tədris materialları ilə təminatının yaxşılaşdırılması, dərslərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi müşahidə olunur. Müəllimlərin, kafedraların və fakültələrin reytinginin müəyyən edilməsi nəticəsində universitetdə rəqabət mühiti yaradılıb, daha fəal müəllimlərin əməkhaqqısı diferensiallaşdırılıb, yeni motivləşdirmə sistemi qurulub. Aparılan islahatlar nəticəsində Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin yeni brendi olan UNEC artıq öz müsbət imicini formalaşdırmış, regionda ən nüfuzlu iqtisad yönümlü universitet kimi özünü mövqeləşdirmiş və səmərəli beynəlxalq əlaqələrini inkişaf edərək bir çox layihələrin iştirakçısı olmuşdur.

Nəticə

Yuxarıda qeyd olunanları ümumiləşdirərək belə nəticəyə gəlmək olar ki:

- ali təhsil müəssisələrində brend strategiyasının formalaşdırılması müasir zamanda universitetlər qarşısında duran ən zəruri məsələlərdəndir;
- optimal brend strategiyasının əsasını ali təhsil müəssisəsinin mövqeləşdirilməsi ideyası təşkil edir;
- ətraf mühitdə baş verən dəyişikliklər və yeni təmayüllər brend strategiyasında əks olunmalıdır;
- brendinq strategiyasının həyata keçirilməsində yüksək texnologiyalar tətbiq olunmalı, universitetlərin saytları adaptiv və çevik dizayna malik olmalı, veb-təhlillər aparılmalı, mobil texnologiyalardan geniş istifadə olunmalıdır;
- ali təhsil müəssisəsinin dünya elm və təhsil məkanına inteqrasiyası məqsədlə dual major proqramlarının tətbiq edilməsi məqsədəuyğundur;
- brendin irəlilədilməsinin tərkibedici hissəsi kimi universitet tələbələrinin irəlilədilməsi çıxış edir. Əmək bazarında ali təhsil müəssisəsinin məzunlarına tələbatı artırmaq üçün xidmət və istehsal müəssisələri ilə geniş əlaqələr qurulmalı, tələbələr xüsusi təcrübə-layihə proqramlarına cəlb olunmalı, onların nəzəri bilikləri praktiki biliklərlə tamamlanmalıdır;

- ölkəmizdə ali təhsil müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması üçün “Brend” kateqoriyası üzrə universitetlərin milli reytinginin tərtib edilməsi zəruridir.

Ədəbiyyat

- [1] [www. Unec.edu.az](http://www.Unec.edu.az)
- [2] Голубков Е.П. Еще раз о понятии бренд. «Маркетинг в России и за рубежом». №2, 2006, стр.4-9
- [3] Неретина Е., Гвоздецкая И., Корокошко Ю. Имидж и бренд вуза: взаимосвязь, особенности формирования и потенциал развития. Integration of education. Vol.19, №1, 2015, p.13-20
- [4] Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Маркетинг образовательных услуг. СПб.: ООО «Книжный дом», 2007, 112 с.

BÜDCƏ XƏRCLƏRİNDƏ ŞOKLARIN İQTİSADI ARTIMA TƏSİRİ

J. A. Abbasov

müəllim, Biznes Məktəbi, UNEC

ceyhunabbasoglu@gmail.com

+994552077756

Dəyərli fikir və mülahizələrinə görə prof. Yadulla Həsənlıy (UNEC), Salman Hüseynova (Mərkəzi Bank) və Xəqani Kərimova (Mərkəzi Bank) minnətdarlığımı bildirirəm.

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 05 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 30 mart 2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 05 January 2017; accepted 30 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Tədqiqat işində Azərbaycanın fiskal siyasətinin effektləri VAR modelinin tətbiqi ilə araşdırıldı və əldə olunmuş nəticələr Türkiyə üçün aparılmış analoji tədqiqatların nəticələri ilə müqayisəli şəkildə təhlil olundu. İqtisadi aktivliyin pozitiv büdcə xərci şokuna elastikliyi əmsali elastiklik əmsalının 0,29 olduğu müəyyənləşdirildi. Azərbaycanın iqtisadi sistemində büdcə xərclərindəki pozitiv şokun iqtisadi aktivliyə təsiri 6 rüblük bir dövrdə davamlı olmuşdur və sonra şokun təsiri sönmüşdür. Bu təsir əvvəlcə pozitiv, sonra isə neqativ tendensiya malik olmuşdur. Pozitiv büdcə xərci şokunun vergi gəlirlərinə təsiri isə 7 rüblük bir dövrü əhatə etmişdir.

Açar sözlər: VAR modeli, responsivim puls təhlili, büdcə xərcləri, vergi gəlirləri, stasionarlıq.

JEL Classification Codes: E62

THE EFFECTS OF FISCAL POLICY SHOCKS

Abstract

In this paper the results of fiscal policy were analyzed by VAR model in Azerbaijan. We compared the results of the research with the outputs of the research works for Turkey. It helped us to define conformability of the results of our research. We founded that, the elasticity of the GDP to the positive shock of budget expenditure is equal to 0.29. For Azerbaijan economy, the influence of the positive shock of budget expenditure to the non-oil GDP had existed for the 6 quarters and then. At the beginning of the period this impact had positive tendency and then it became negative. The influence of the positive shock of budget expenditure to the tax revenue of the government continued for the 7 quarters.

Key words: VAR model, impulse-response analysis, budget expenditures, taxes revenue, the stationarity.

ВЛИЯНИЕ ШОКОВ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

Резюме

В предлагаемой работе была исследована с применением модели VAR эффективность фискальной политики Азербайджана и проанализированы полученные результаты путем сравнения с результатами аналогичных исследований, проведенных для Турции. Было установлено, что коэффициент эластичности экономической активности на позитивный шок бюджетных расходов составил 0,29. В экономической системе Азербайджана влияние позитивного шока в бюджетных расходах на экономическую активность было продолжительным в течении 6 кварталов и затем влияние шока потухло. Это влияние имело вначале позитивную, а затем – негативную тенденцию. А влияние позитивного шока бюджетных расходов на налоговые доходы имело продолжение в течении 7 кварталов.

Ключевые слова: модель VAR, респонсивно-импульсный анализ, бюджетные расходы, налоговые доходы, стационарность.

Giriş. Neft ehtiyatlarının satışından Azərbaycan Respublikası son onillikdə xeyli gəlir əldə etmişdir. Bu gəlirlərin iqtisadiyyatın digər sahələrinin inkişaf etdirilməsinə yönəldilməsi dövlətimizin əsas məqsədi kimi bəyan edilmişdir. Məlumdur ki, neft Azərbaycanın strateji məhsuludur və onun satışı ilə bağlı bütün əməliyyatlar dövlətə məxsusdur. Deməli, neftin gəlirləri də dövlətə məxsusdur. Beləliklə Azərbaycanda neft gəlirlərinin iqtisadiyyatın digər sahələrinin inkişafına yönəldilməsi də dövlətin funksiyalarına daxildir. Bunu isə reallaşdırmaq üçün dövlət əlində olan kanallardan istifadə edir ki, bu kanallardan ən əhəmiyyətli dövlətin fiskal siyasətidir. Məhz bu faktor dövlətin fiskal siyasətinin iqtisadiyyata təsirlərinin araşdırılması və təhlil edilməsini vacib edir və aktuallaşdırır. Bu problem təkcə Azərbaycanda yox, bütün dünyada aktual bir məsələyə çevrilmişdir. 2000-ci illərdən sonra, xüsusi ilə 2008-ci ildə başlayan dünya maliyyə böhranından sonra dövlətin fiskal siyasətinin iqtisadiyyatın digər sahələrinə təsirlərinin öyrənilməsi aktuallaşmışdır. Tədqiqat işində Azərbaycanın fiskal siyasətinin kanalları olan bütçə xərclərinin və vergi gəlirlərinin iqtisadi aktivliyə təsirləri araşdırılmışdır. Fiskal siyasətin effektlərinin öyrənilməsində müasir elmi ədəbiyyatlarda olan metodlar araşdırılmış və onların Azərbaycan fiskal siyasətinin effektlərinin araşdırılmasında tətbiq imkanları nəzərdən keçirilmişdir. Müasir elmi ədəbiyyatlarda fiskal siyasətin araşdırılmasında ən çox yayılmış metodlardan biri olan VAR modellərindən istifadə edilməklə tətbiq olunan metod Azərbaycanda fiskal siyasətin effektlərinin qiymətləndirilməsində istifadə edilmişdir. İşin 1-ci bölməsində bu sahədə mövcud olan ədəbiyyatların və tədqiqat işlərinin xüsusiyyətlərinin təhlili aparılıb. 2-ci hissədə metodoloji məsələlər və nəzəri müddəalar öz əksini tapmışdır.

Tədqiqat işinin statistik göstəriciləri barədə məlumatlar 3-cü bölmədə verilmişdir. Əldə olunmuş empirik nəticələr 4-cü bölmədə əhatə olunmuşdur. 5-ci bölmə aparılmış tədqiqatın ümumiləşmiş nəticələrindən ibarətdir. Sonda istifadə olunmuş ədəbiyyatların siyahısı, “əlavələr” bölməsində isə cədvəl və qrafiklər verilmişdir.

1. Ədəbiyyatın xülasəsi. Fiskal siyasət şoklarının effektlərinin qiymətləndirilməsində bir sıra metodologiyalar mövcuddur. Fiskal siyasət şoklarının effektlərinin qiymətləndirilməsində VAR modellərindən istifadə olunmaqla tətbiq olunan metodologiya daha geniş yayılmışdır. Perotti (2002) VAR modellərindən istifadə olunmaqla aparılmış tədqiqatları 4 istiqamətdə qruplaşdırmışdır: 1) Birinci qrup tədqiqatlarda istifadə olunan metodologiya Ramey və Shapiro (1989) tərəfindən təklif olunmuşdur. Daha sonralar bu metodologiya Romer və Romer (1989), Edelberg və b. (1999), Burnside və b. (2004), Eichenbaum və Fisher (2005) tərəfindən geniş çərçivədə inkişaf etdirilmişdir. Ramey və Shapiro (1989) VAR modelində Koreya və Vyetnam müharibəsi dövrlərini, həmçinin Reyqanın fiskal genişlənmə siyasəti dövrlərini əhatə edən fiktiv (ing: dummy) dəyişənlər daxil etmişlər. Perotti (2002) bu tədqiqatı incələyərkən onun üstünlük və çatışmazlıqlarını göstərmişdir. O qeyd etmişdir ki, bu tədqiqatda Koreya müharibəsi dövrü (1950:Q3) üçün daxil edilmiş fiktiv dəyişən həmin dövrdə mövcud olan digər fiskal şokların da təsirlərini götürə bilər ki, bu da müəyyən kənarlaşmalara səbəb ola bilər. O göstərmişdir ki, doğrudan da həmin dövrdə xalis vergi gəlirləri 1950:Q2 və 1950:Q3 dövrlərində 3 standart səhv həcmində artmışdır. Perotti (2002) davam edərək qeyd edir ki, əgər doğrudan əsas məqsəd təkcə bu epizodik hadisələrin effektlərinin qiymətləndirilməsindən ibarət olarsa, onda bu metod çox faydalı ola bilər. 2) Bu qrupa daxil olan tədqiqatlarda VAR modellərindən istifadə olunarkən VAR modelinin qalıqları ilə struktur şoklar arasında mövcud olan eynizamanlı əlaqələrin üzərində xətti məhdudiyyətlər yox, impuls-respons təhlilində işarə məhdudiyyətləri daha çox önə çəkilir. Bu metodologiya ilk dəfə Uhlig (1997) və Faust (1998) tərəfindən monetar siyasətin təhlil olunmasında tətbiq olunmuşdur. Sonralar Mountford və Uhlig (2002) bu metodologiyayı fiskal siyasət şoklarının təhlilində istifadə etmişlər. 3) Üçüncü qrupa daxil edilmiş tədqiqatlarda Choleski ardıcılığından istifadə olunmaqla fiskal şokların identifikasiyası həyata keçirilmişdir. Bu metodologiya Fatas və Mihov (2001) və Favero (2002) tərəfindən təklif olunmuşdur. Bu metodologiyada şokların identifikasiya olunmasında bəzi sıfır şərtlər qoyulur. Belə ki, hökumət xərclərinin rüb ərzində digər makroiqtisadi göstəricilərdən təsirlənmədiyi fərziyyəsi irəli sürülür. Nəzəri olaraq, doğrudan da hökumət xərclərinin qısa dövrdə hər hansı makrogöstəricidən təsirlənmədiyi aşkardır. Analoji olaraq, modelin digər dəyişənləri üzərində də məhdudiyyətlər qoyulur və şoklar identifikasiya olunur. 4) Sonuncu qrupda Blanchard və Perotti (2002) tərəfindən təklif olunan struktur VAR modellərindən istifadə etməklə fiskal siyasət şoklarının identifikasiya olunmasını

həyata keçirmiş tədqiqatlar ümumiləşdirilmişdir. Bu metodologiya Fatas və Mihov (2001) tərəfindən təklif olunmuş metodologiya ilə oxşardır. Belə ki, Fatas və Mihov (2001) metodologiyasında olduğu kimi Blanchard və Perotti (2002) metodologiyası da VAR modelinin dəyişənləri arasında mövcud olan əlaqələrin bəzi kombinasiyalarda (məsələn, *dövlət xərcləri* $\rightarrow$ $\dot{U}DM$ kimi) sıfır olması şərtindən istifadə edir. Lakin Fatas və Mihov (2001) metodologiyasından fərqli olaraq, Blanchard və Perotti (2002) metodologiyası bəzi əlaqələri xarakterizə edən elastikliklərin (məsələn, verginin $\dot{U}DM$ -a elastikliyi) həm də VAR modelindən kənarda əldə olunaraq əlaqələr üzərində şərtlərin müəyyən edilməsində istifadə edir. Onların qiymətləndirdiyi VAR modeli 3-dəyişənlidir. Bu dəyişənlər, T_t - vergi, G_t - hökumət xərclərindən, X_t - $\dot{U}DM$ -dən ibarətdir. Bütün dəyişənlər real olmaqla rüblük əsasda toplanmışdır. Həmçinin bu dəyişənlər həm adambaşına, həm də loqarifmik olaraq modelə daxil edilir. Blanchard və Perotti (2002) modeldə bir neçə fiktiv dəyişənlərdən də istifadə etmişlər. Fiskal şokların identifikasiya olunması üçün göstəricilərin rüblük olmasının əhəmiyyəti bu işdə xüsusi vurğulanır. Onlar belə fərz edirlər ki, vergilər əsasən ilin sonuncu rübündə toplanır (ABŞ-da), bu səbəbdən sonuncu rübün vergiləri həm cari rübdəki, həm də əvvəlki 3 rübdəki $\dot{U}DM$ -dən asılı olur. Lakin bu üç rübdə (1-ci, 2-ci və 3-cü) qeyd olunan asılılıq sıfıra bərabər olacaqdır.

Biz fiskal siyasət şoklarının effektlərinin təhlili sferasında aparılmış bəzi başqa tədqiqatlarla da tanış olduq. Bu tədqiqatlardan biri Yildirim (2012) tərəfindən Türkiyə iqtisadiyyatında fiskal siyasət şoklarının identifikasiya olunmasına həsr edilmiş tədqiqatdır. O, Türkiyə iqtisadiyyatında fiskal siyasət şoklarının identifikasiya olunmasında Fatas və Mihov (2001) metodologiyasından istifadə etmişdir. Onun gəldiyi nəticələrə görə, Türkiyə iqtisadiyyatında dövlət xərclərindəki artım iqtisadi aktivliyi artırır, lakin bu artım tendensiyası qısa dövrü xarakterə malikdir. Yildirim (2012) bu tendensiyanı dövlət xərclərinin faiz dərəcələrindəki təsirləri ilə izah etmişdir. Belə ki, Türkiyə iqtisadiyyatı üçün dövlət xərclərinin artımı faiz dərəcələrində əhəmiyyətli bir yüksəlişə səbəb olur ki, bu da $\dot{U}DM$ -in komponentlərində bəlli bir daralma ilə nəticələnir. Bu isə dolayısı ilə dövlət xərclərinin iqtisadi aktivliyi, ancaq qısa dövr üçün canlandıra bilməsinə səbəb olur. Lakin əldə olunmuş nəticələrin ədədi qiymətlərlə izah olunmaması, VAR modelinin qiymətləndirilməsi proseduru və qiymətləndirmənin nəticələri, bu nəticələrin etibarlılığını sübut edən test nəticələrinin verilməməsi bu tədqiqatın çatışmazlığı kimi qiymətləndirilməlidir.

Türkiyə iqtisadiyyatında fiskal siyasət şoklarının tədqiq olunmasına həsr olunmuş digər bir tədqiqat işi Cem Çebi və Ali Aşkın Çulha (2013) tərəfindən hazırlanmış tədqiqat işidir. Bu işdə Blanchard və Perotti (2002) metodologiyasında istifadə olunmuş VAR modelinin genişlənməmiş versiyası istifadə olunub. Burada Corsetti və Müller (2006), həmçinin Monacelli və Perotti (2010) kimi real mübadilə məzənnəsi

və ticarət balansı əlavə olaraq VAR modelinə daxil edilmişdir. Qiymətləndirmədə əsas fərziyyələrdən biri odur ki, eyni bir rüb daxilində hökumət xərcləri və vergilər bir-birinə eyni zamanda təsir etmir. Dövlət xərcləri və vergi tənliyindəki ÜDM-in əmsalları ($a(gy); a(ty)$) nəzəri olaraq həm ÜDM-dəki impulslara fiskal dəyişənlərin avtomatik cavablarını, həm də idarə olunan stematik cavabları ifadə edir. İşdə müəlliflər fiskal siyasət şoklarının real mübadilə məzənnəsi və ÜDM-dəki effektlərini öyrənməyə çalışmışlar. VAR modelinə həmçinin sabit həddi və deterministik xətti zaman trendini də daxil edilmişdir. Müəlliflər həmçinin 2009-cu il böhran dövrü üçün fiktiv dəyişən daxil etmişlər. Modelin lag sayı 5-ə bərabər götürülüb. Bunun üçün "Schwarz criterion (SC)"-dən istifadə edilib. VAR modelinin qiymətləndirilməsində müəlliflər bəzi fərziyyələr irəli sürürlər. 1) Onlar fərz edirlər ki, hökumət xərclərinin ÜDM-ə nəzərən elastikliyi sıfırdır ($a(gy)=0$). Bu onunla izah olunur ki, iqtisadi dəyişənlər ilə hökumət xərcləri arasında eyni zamanda avtomatik əks-əlaqə yoxdur. 2) hökumət xərclərinin real mübadilə məzənnəsinə avtomatik cavabı da həmçinin sıfıra bərabərdir ($a(gq)=0$). 3) Verginin ÜDM-ə nəzərən elastikliyi Çebi və Özlale (2012) tərəfindən hesablandığı kimi 1,1 kimi ($a(ty)=1,1$) götürülmüşdür. Onların qənaətinə görə, verginin ÜDM-ə nəzərən elastikliyi aşağı və ya yuxarı hədlərdə olarsa (məsələn; $a(ty)=0,9$ və ya $a(ty)=1,3$) makroiqtisadi dəyişənlərin hökumət xərcləri şoklarına cavabı dəyişməyəcəkdir. Həmçinin onlar vergi və hökumət xərcləri tənliklərindəki xalis ixracın ÜDM-ə nisbəti göstəricisinin əmsallarını da sıfır kimi götürürlər ($a(gnx)=a(tnx)=0$). Ən sonda onlar fərz edirlər ki, hökumət xərcləri makroiqtisadi sxemdə ilk olacaqdır.

2. Metodologiya. Yuxarıda qeyd olundu ki, müasir elmi ədəbiyyatda VAR modellərinin tətbiqi ilə fiskal şokların təsirlərinin qiymətləndirilməsində bir neçə yanaşma mövcuddur. Bu məqalədə biz Azərbaycanda fiskal siyasət şoklarının qiymətləndirilməsi üçün Fatas və Mihov (2001) tərəfindən təklif olunmuş VAR modelindən istifadə etmişik. Bu metodologiyaya əsasən qiymətləndirilən VAR modeli 5 dəyişənlidir. Bu dəyişənlər dövlət xərcləri (g), dövlətin vergi gəlirləri (t), ümumi daxili məhsul (y), faiz dərəcəsi (π) və qiymət səviyyəsindən (τ) (Defilyator) ibarətdir. Lakin biz Azərbaycan üçün qiymətləndirdiyimiz modeldə dövlət xərcləri (g), dövlətin vergi gəlirləri (t), dünya bazarına təklif olunmuş neftin qiyməti (o) və qeyri-neft ümumi daxili məhsulu (y) dəyişənlərindən istifadə etmişik. Bu dəyişənlərdən dövlət xərcləri (g), dövlətin vergi gəlirləri (t) və qeyri-neft ümumi daxili məhsulu (y) dəyişənləri modelin endogen dəyişənləri, dünya bazarına təklif olunmuş neftin qiyməti (o) isə modelin ekzogen dəyişəni kimi daxil edilmişdir. Neft faktorunun modelə ekzogen dəyişən kimi daxil edilməsinin əsas səbəbi onun makroiqtisadi göstəricilər üzərində təsirinin olmasına baxmayaraq, Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyd olunan makroiqtisadi göstəricilərinin dünya bazarında neftin qiymətinə hər

hansı təsir imkanının olmamasıdır. Neft faktorunun VAR modelinə endogen dəyişən kimi daxil edilməsi bu dəyişənin asılı dəyişən kimi iştirakını şərtləndirir ki, bu da yuxarıda qeyd olunduğu kimi, mümkün deyil. Beləliklə bütün bu fərziyyələri nəzərə almaqla modelin riyazi şəklini aşağıdakı kimi ifadə etmək olar:

$$\Theta_t = B_0 + B^g G(L) + B^t T(L) + B^y Y(L) + \Gamma O_t + \Psi E_t + D + U_t \quad (2.1)$$

Burada,

$\Theta_t = (g, t, y)^T$ modelin endogen dəyişənlərindən ibarət vektordur;

G, T və Y 2×1 ölçülü vector matrislərdir;

O_t = modelin eq(k)zogen dəyişənidir;

E_t = endogen dəyişənlər arasında kointeqrasiya tənliyinin qalıq həddidir;

D = fiktiv dəyişəndir;

$U_t = (u_{t,g}, u_{t,t}, u_{t,y})^T$ VAR modelinin qalıqlarından ibarət vektordur;

$B_0 = (\beta_{01}, \beta_{02}, \beta_{03})^T$

B^g, B^t və B^y 3×2 matrislərdir və VECM-in endogen dəyişənlərinin matris

şəklində yazılmış əmsallarıdır;

Γ = ekzogen dəyişənin əmsallarıdır;

Ψ = kointeqrasiya tənliyinin qalıq həddinin əmsalıdır;

(L) = laq operatorudur;

(2.1) tənliklər sisteminin tətbiqi zamanı iki cür VAR modeli qiymətləndirilə bilər. Bu tənliklər sistemində, əgər endogen dəyişənlər arasında kointeqrasiya əlaqəsi mövcud olarsa, onda bu əlaqə tənliyinin qalıqları da tənliklər sisteminin ekzogen dəyişəni kimi iştirak edir. Bu halda qiymətləndirilmiş (2.1) tənliklər sistemi VEC modeli (Vector Error Correction) adlanır. Əgər modelin dəyişənləri kointeqrasiya əlaqəsinə malik deyillərsə və onlar stasionardırlarsa, onda (2.1) tənliklər sistemi VAR (Vector Auto Regressiv) modeli adlanır. Nəzəri qanunauyğunluğa və aparılmış tədqiqatların empirik nəticələrinə görə, fiskal siyasətin tərkibi kimi, vergilərdən fərqli olaraq dövlət xərclərinin rüb ərzində konyunktur hərəkətlərlə heç bir əlaqəsi yoxdur. Dolayısı ilə, iqtisadi göstəricilərdə, bizim modeldə vergi gəlirləri və ÜDM-də baş verən struktur şoklar dövlət xərclərinə eynizamanlı təsirə malik deyil. Analoji olaraq, modelə daxil olan bütün dəyişənlər üçün belə nəzəri müddəalar irəli sürülməli və bundan sonra götürdüyümüz iqtisadi dəyişənlərdən ibarət makroiqtisadi sxemi tərtib etməliyik. Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün xarakterik xüsusiyyətləri nəzərə almaqla biz fiskal şokların identifikasiya olunmasında neftin göstəricisini modelə daxil etmişik. Girişdə qeyd etdiyimiz kimi, neft Azərbaycanın strateji məhsuludur və onun gəlirlərindən istifadə dövlətə məxsusdur. Bu baxımdan, neft gəlirlərinin müəyyən hissəsi mütəmadi olaraq dövlət büdcəsinə transfer olunur və büdcə xərclərinin təmin olunmasında istifadə olunur. Deməli, Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün büdcə xərcləri şoku tərkibində neft gəlirləri şokunun mövcudluğu tipik olacaqdır və

əgər neft gəlirlərinin təsirlərini büdcə xərclərinin təsirlərindən ayırsaq, identifikasiya olunmuş büdcə xərcləri şoku daha real olacaqdır. Lakin yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, biz neft faktorunu VAR modelinə endogen dəyişən kimi daxil edə bilmirik. Deməli, bu dəyişən yalnız digər üç dəyişən üzrə qiymətləndirilən tənliklərin sərbəst dəyişəni kimi iştirak edəcək və özü VAR modelinin asılı dəyişəni olmayacaqdır. Nəticə etibarilə biz neft gəlirlərinin vaxtaşırı dövlət büdcəsinə transfer olunması fonunda bu dəyişənin büdcə xərcləri üzərində eynizamanlı təsirinin mövcudluğuna əmin olsaq da, bu təsiri büdcə xərclərinin təsirindən ayırmaqla (yəni neftin qiymət faktoru modeldə öz əmsalına malik olacaqdır) xərc şokunun identifikasiya edilməsini məntiqli hesab edirik.

Beləliklə bütün bu deyilənləri nəzərə almaqla biz identifikasiya prosesini aşağıdakı kimi sistemləşdirəcəyik:

i. Dövlət xərcləri dəyişəni sistemə daxil olan digər iqtisadi dəyişənlərdə baş verən struktur şoklara eynizamanlı reaksiya göstərmir, yalnız özündə baş verən struktur şoklara cavab verəcəkdir. Deməli, (2.3) sistemində $a_{11} = 1$, $a_{12} = a_{13} = 0$ olacaq.

ii. Dövlətin vergi gəlirlərində baş verən struktur şokların qeyri-neft ÜDM-ə eynizamanlı təsiri yoxdur. Qeyri-neft ÜDM ancaq, dövlət xərclərindəki struktur şoklara eynizamanlı reaksiya göstərə bilər. Deməli, (2.3) sistemində $a_{21} \neq 0$, $a_{22} = 1$, $a_{23} = 0$ olacaq.

iii. Dövlətin vergi gəlirlərində baş verən struktur şoklar eynizamanlı olaraq dövlət xərcləri və qeyri-neft ÜDM dəyişənlərinə təsir göstərmir. Bunun əksinə olaraq, sistemdə mövcud olan bütün şoklar vergi gəlirləri üzərində eynizamanlı təsirə malikdir. Deməli, (2.3) sistemində $a_{31} \neq 0$, $a_{32} \neq 0$, $a_{33} = 1$ olacaq.

Qeyd olunan bu nəzəri müddəalara əsasən bizim modelin dəyişənlərindən ibarət makroiqtisadi sxem aşağıdakı kimi olacaqdır:

$$g \rightarrow y \rightarrow t \quad (2.2)$$

(2.2) makroiqtisadi sxemə və yuxarıda verilmiş nəzəri müddəalara əsasən (2.1) VAR modelinin qalıqları və modelə daxil olan iqtisadi dəyişənlərin struktur şokları arasındakı əlaqəni matris ifadəsində aşağıdakı kimi yazı bilərik:

$$\begin{pmatrix} u_{t,g} \\ u_{t,y} \\ u_{t,t} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \varepsilon_{t,g} \\ \varepsilon_{t,y} \\ \varepsilon_{t,t} \end{pmatrix} \quad (2.3)$$

(i) nəzəri müddəasına və (2.2) makroiqtisadi sxeminə görə $u_{t,g} = \varepsilon_{t,g}$ əlaqəsinin doğruluğunu qəbul edirik. Beləliklə biz dövlət xərclərində baş verən struktur şokların qeyri-neft ÜDM-ə təsirini a_{21} parametrinin qiymətləndirilməsi ilə öyrənə bilərik. Perotti (2002) göstərdi ki, bu parametri $u_{t,y} = \varphi_y + a_{21}u_{t,g} + \varepsilon_{t,y}$ reqresiya tənliyini adi ən kiçik kvadratlar üsulunun köməyi ilə qiymətləndirməklə əldə etmək olar. Analoji olaraq bütün digər dəyişənlərin struktur şoklara elastiklikləri qiymətləndirilir.

3. Statistik göstəricilər və alətlər. Tədqiqat işində qiymətləndirilmiş VAR modelində 4 makroiqtisadi göstəricidən və bir fiktiv dəyişəndən istifadə olunmuşdur.

Onlardan dövlət xərcləri (g) , dövlətin vergi gəlirləri (t) və qeyri-neft ümumi daxili məhsulu (y) dəyişənləri modelin endogen dəyişənləri, dünya bazarına təklif olunmuş brent markalı neftin qiyməti (o) isə modelin ekzogen dəyişəni kimi modelə daxil edilib. D kimi işarə olunmuş fiktiv dəyişən isə 2009:Q4 və 2010:Q1 dövrləri üçün 1, qalan dövrlər üçün isə 0 kodlaşdırılması aparılmaqla tərtib olunmuşdur. Modelin dəyişənləri 2001:Q1 – 2015:Q2 dövrünü əhatə edir. Modelin lag sayı 2-ə bərabər götürülüb. Lag uzunluğunun müəyyən olunması üçün lag-ın seçilməsi kriterilərindən istifadə olunmuşdur. Lag uzunluğunun 2-ə bərabər olmasını müəyyən edən kriterilərin sayı (bax: Əlavələr, cədvəl 1) daha çoxdur ("Akaike information criterion (AIC)" də daxil olmaqla). Digər tərəfdən biz 1-dən 8-dək bütün laglarda VAR modelini qiymətləndirdik və hər bir modeldə AİC kriterisi qiymətlərini götürərək müqayisə etdik. Elmi ədəbiyyatlarda bu kriterinin qiyməti hansı lagda daha kiçik olarsa, onda həmin lag sayı VAR modelinin qiymətləndirilməsi üçün optimal lag sayı hesab olunur. Bizim model üçün AİC kriterisinin qiyməti 2-ci lagda ən kiçik oldu. Beləliklə ikinci yanaşma ilə də optimal lag uzunluğunun 2 olması müəyyənləşdirildi. Lag sayının müəyyən edilməsi üçün biz dəyişənlərin mövsümi faktorlardan təmizlənmiş və reala çevrilmiş, sonra isə logarifmik götürülmüş qiymətlərindən istifadə etməklə qiymətləndirilmiş VAR modelindən istifadə etmişik. VAR modelinin bütün dəyişənləri mövsümi faktorlardan təmizlənmişdir. Dövlət xərcləri, vergilər və ÜDM dəyişənləri Azərbaycanın ÜDM deflyatorundan istifadə etməklə 2012-ci ilin ikinci rübünün qiymətlərində real dəyərinə çevrilmişdir. ÜDM üzrə statistik göstəricilər Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi internet sahifəsindən “rüblük ÜDM” bölməsindən əldə olunmuşdur. Dövlət xərcləri və vergilərin statistik göstəriciləri isə Dövlət Statistika Komitəsinin “Sosial İqtisadi İnkişaf” aylıq bülletenlərindən toplanmışdır. Modelin ekzogen dəyişəni olan brent markalı neftin qiymət göstəricisi “Federal Reserve Economic Data” [1] internet mənbəsindən toplanmışdır. Brent markalı neftin qiymət göstəricisi İngiltərənin istehlak qiymətləri indeksindən [2] istifadə olunmaqla real dəyişənə çevrilmişdir. Bu zaman endogen dəyişənlərdə olduğu kimi 2012Q2CPI=100 kimi götürüldü. Eyni zamanda bu göstərici də mövsümi faktorlardan təmizlənmişdir. Sonrakı qiymətləndirmələrdə bütün dəyişənlər loqarifmik olaraq götürülmüş və VAR modelində dəyişənlərin birinci tərtib fərqləri daxil edilmişdir.

Tədqiqatda qiymətləndirmələr, testlər və qrafik görüntülər Eviews və Excell proqramları vasitəsi ilə həyata keçirilmişdir.

4. Empirik nəticələr

4.1 VAR modeli. Dəyişənlərin stasionarlığı VAR modelinin qiymətləndirilməsində vacib keyfiyyətlərdəndir. Bu səbəbdən, biz ilk olaraq modelin dəyişənlərinin stasionarlığını “Augmented Dickey-Fuller” testi ilə yoxladıq. Bütün dəyişənlər 0,01 inam səviyyəsində yalnız 1-ci tərtib fərqdən stasionardırlar, yəni I(1) prosesi ilə tə-

yin olunublar (bax: Əlavələr, cədvəl 2). Beləliklə biz dəyişənlərin birinci tərtib fərqlərini modelə daxil edəcəyik. VAR qiymətləndirməsində müəyyənləşdirilən optimal lag uzunluğu nəzərə alınarkən bu lagda modeldə serial korrelyasiyanın yoxlanılması vacibdir. VAR qiymətləndirməsinə aid ədəbiyyatlarda bu, əsasən LM testi vasitəsi ilə həyata keçirilir. Bu testin nəticələrinə əsasən qiymətləndirdiyimiz VAR modelində serial korrelyasiyanın olmadığını müəyyən etdik (bax: Əlavələr, cədvəl-4). Məlumdur ki, VAR modeli iki formada qiymətləndirilə bilər. Əgər dəyişənlər arasında birgə hərəkət və ya dəyişim mövcud olarsa, başqa sözlə bu dəyişənlər (VAR modelinin dəyişənləri) kointeqrasiyaya malik olarlarsa, onda biz məhdudiyyətli VAR modelini (restricted VAR və ya Vector Error Correction (VECM)) qiymətləndiririk, əgər bu dəyişənlər arasında kointeqrasiya əlaqəsi yoxdursa deməli məhdudiyyətsiz VAR (unrestricted VAR) modeli qiymətləndiriləcəkdir. Biz yuxarıda statistik göstəricilər bölməsində qeyd etmişdik ki, lag seçimi kriteriyaları modelin 2 laglı olmasını göstərir. Buna görə də dəyişənlər arasında kointeqrasiya əlaqəsi 2 laglı olmaqla Johansen kointeqrasiya testi vasitəsi ilə yoxlanılmışdır. Aparılmış testin nəticəsinə əsasən dəyişənlərin 0.05 inam səviyyəsində kointeqrasiya əlaqəsinə malik olduqları məlum olmuşdur (bax: Cədvəl-3). Beləliklə, biz məhdudiyyətli VAR modelini, yəni VECM qiymətləndirəcəyik. Qiymətləndirilmiş VEC modelinin nəticələri ilə “cədvəl VECM”-də (bax: Əlavələr) daha ətraflı tanış olmaq olar.

4.2. Şokların identifikasiyası: Eynizamanlı tənliklər sistemi. Perotti (2002) şokların identifikasiya olunması prosesində 3 addım müəyyən etmişdir. Bu addımları biz Fatas və Mihov (2001) tərəfindən təklif olunmuş metodologiyadan istifadə edərək də ardıcıl həyata keçirəcəyik. Dövlət xərcləri və vergi daxilolmaları tənliklərinin (VECM-də) qalıqları ilə onların şokları arasındakı əlaqə tənliklərindən (bax: (2.3)) istifadə edərək birinci mərhələ aşağıdakı kimi həyat keçirilir:

$$u_{t,g} = a_{11}\varepsilon_{t,g} + a_{12}\varepsilon_{t,y} + a_{13}\varepsilon_{t,t} \quad (4.1a)$$

$$u_{t,y} = a_{21}\varepsilon_{t,g} + a_{22}\varepsilon_{t,y} + a_{23}\varepsilon_{t,t} \quad (4.1b)$$

(i) nəzəri müddəasına və (2.2) makroiqtisadi sxeminə görə $u_{t,g} = \varepsilon_{t,g}$ olacaqdır. İkinci addımda biz $\varepsilon_{t,y}$ şokunun identifikasiya olunmasını həyata keçirəcəyik və eyni zamanda $u_{t,y}$ qalığının dövlət xərcləri şokuna elastikliyin müəyyənləşdirilməsinə çalışacağıq. Bu mərhələdə (ii) nəzəri müddəasına və (2.2) makroiqtisadi sxeminə görə $u_{t,y} = a_{21}u_{t,g} + \varepsilon_{t,y}$ (bundan sonra eq.1) əldə edəcəyik. Buradan biz $\varepsilon_{t,y}$ şokunu identifikasiya edə bilərik. Göründüyü kimi, $u_{t,y}$ qalığının dövlət xərcləri şokuna elastikliyi a_{21} əmsalına bərabərdir. Perotti (2002) göstərir ki, $u_{t,y}$ -in $u_{t,g}$ üzərində reqressiyasını adi ən kiçik kvadratlar üsulu vasitəsi ilə qiymətləndirməklə a_{21} əmsalını əldə etmək mümkündür. Biz qeyd olunan reqressiya asılılığını qiymətləndirdikdən sonra $a_{21} = 0.29$ olduğunu müəyyən etdik. Qeyd edək ki, bu əmsal 0,02 inam səviyyəsində əhəmiyyətli alınmışdır. Üçüncü addımda biz identifikasiya

olunmuş $\varepsilon_{t,g}$ və $\varepsilon_{t,y}$ şoklarından istifadə etməklə $\varepsilon_{t,t}$ şokunu identifikasiya edəcəyik. Eyni zamanda $u_{t,t}$ qalığının dövlət xərcləri şokuna və ÜDM-dəki şoklara elastikliyi-ni (uyğun olaraq a_{31} və a_{32} əmsallarını) əldə edə biləcəyik. (iii) nəzəri müddəasına və (2.2) makroiqtisadi sxeminə görə $\varepsilon_{t,t}$ şokunun identifikasiya olunması üçün $u_{t,t} = a_{31}\varepsilon_{t,g} + a_{32}\varepsilon_{t,y} + \varepsilon_{t,t}$ (bundan sonra eq. 2) tənliyindən istifadə olunacaqdır. Bu tənliyi adi ən kiçik kvadratlar üsulunun tətbiqi ilə qiymətləndirdikdən sonra $a_{31} = 0,124$ və $a_{32} = 0,26$ olduğu müəyyənləşdirildi. Qeyd edək ki, bu əmsallar uyğun olaraq 0,08 və 0,002 inam səviyyələrində əhəmiyyətli alınmışdır.

Beləliklə dövlət büdcə xərclərində bir standart kənarlaşma qədər pozitiv şok qeyri-neft ÜDM tənliyinin qalığını ($u_{t,y}$) 0,29 vahid artırır. Eyni ilə dövlət büdcə xərclərində bir standart kənarlaşma qədər pozitiv şok vergi gəlirləri tənliyinin qalığını ($u_{t,t}$) 0,124 vahid, qeyri-neft ÜDM-də bir standart kənarlaşma qədər pozitiv şok vergi gəlirləri tənliyinin qalığını ($u_{t,t}$) 0,26 vahid artırır. Elastiklik əmsallarının qiymətləndirilməsində istifadə olunan (eq.1) və (eq.2) reqressiya tənliklərinin statistik parametrləri uyğun olaraq cədvəl 5 və cədvəl 6-da verilmişdir (bax: əlavələr). Hər iki tənliyin qalıqlarının stasionarlığı (qrafik olaraq) uyğun olaraq şəkil 1 və şəkil 2-də (bax: əlavələr) göstərilib. Bu üsulla şoklar identifikasiya olunarkən tapılmış elastiklik əmsalları bütün seçmə dövr üçün orta elastikliyi ifadə edir. Lakin bu üsulla biz şokun təsirinin ədədi qiymətini (orta olaraq) müəyyən edə bilirik. Bundan fərqli olaraq Choleski üsulu ilə responsiv-impuls analizi hər bir dövrdə bir iqtisadi dəyişəndəki şoka digər iqtisadi dəyişənin cavabının identifikasiya olunmasına imkan verir. Növbəti bölmədə bu üsulun tətbiqi həyata keçiriləcək.

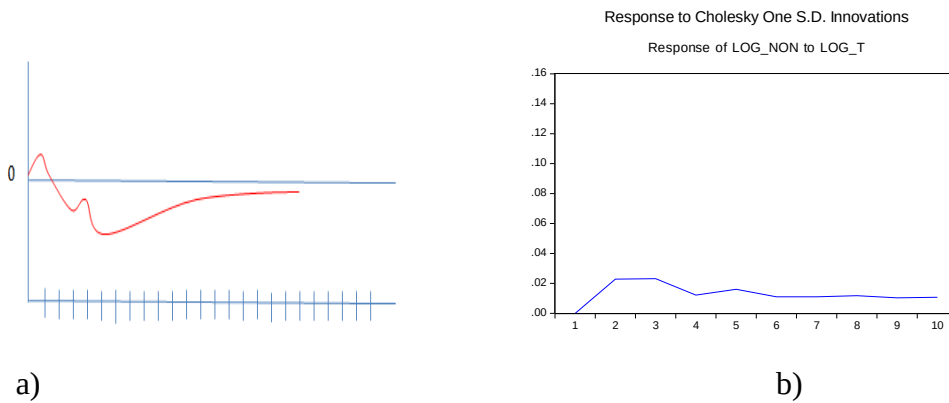
4.3. Şokların identifikasiyası: responsiv-impuls təhlili. Bu bölmədə VAR qiymətləndirilməsində geniş istifadə olunan responsiv-impuls təhlili vasitəsi ilə dövlət büdcə xərcləri və dövlətin vergi gəlirlərindəki şokların təsirləri araşdırılacaqdır. Şəkil 3-ün 1-ci sətrində yerləşən qrafiklərdə dövlət büdcə xərclərində pozitiv şoka qeyri-neft ÜDM-in və vergi gəlirlərinin reaksiyaları təsvir olunub. Sətrin birinci qrafikində dövlət büdcə xərclərinin pozitiv şokuna qeyri-neft ÜDM-in reaksiyası şəkilləndirilmişdir. Qrafikdən pozitiv xərc şokuna qeyri-neft ÜDM-in birinci rübdə neqativ reaksiyasını görmək olar. Belə bir vəziyyətin izah olunması həm nəzəri, həm də praktik baxımdan çətindir. Lakin bu tendensiya sonrakı iki rüb ərzində pozitiv təbiətə malik olmuşdur. Növbəti iki rüb ərzində kiçik dalğalanmalar möcud olmuş və şokun təsiri 6-cı rübdən sonra sönməyə başlamışdır. 1-ci sətrin ikinci qrafiki dövlət büdcə xərclərində pozitiv şoka vergi gəlirlərinin reaksiyasını göstərir. Göründüyü kimi, dövlət büdcə xərclərində pozitiv şok vergi gəlirlərində birinci dövr üzrə artım tendensiyası yaradır. Sonrakı bir rüb ərzində isə dövlət büdcə xərclərində pozitiv şoka vergi gəlirləri neqativ reaksiya göstərməyə başlayır. Sonra yenə bir rüb ərzində artım tendensiyası, bundan sonrakı iki rüb ərzində izə azalma tendensiyası bir-

birini əvəz etmişdir. Ümumilikdə 7-ci rübdən sonra şokun təsiri sönməyə başlamışdır. Şəkil 3-ün 2-ci sətrində verilmiş qrafiklər pozitiv gəlir şokunun qeyri-neft ÜDM və dövlət büdcə xərcləri üzərindəki təsirlərini xarakterizə edir. Sətrin 1-ci qrafikində pozitiv gəlir şokuna qeyri-neft ÜDM-in reaksiyası təsvir olunub. Şəkildən görünür ki, başlanğıcda heç bir reaksiyanın olmadığını görə bilərik. Əslində başlanğıcda şokun təsirinin olmaması (2.2)-də verilmiş makroiqtisadi sxemə uyğundur. Pozitiv vergi gəliri şoku 2-ci rübdə qeyri-neft ÜDM-ə pozitiv təsir göstərmişdir. Lakin 2-ci rübdən sonra qısa müddət ərzində kiçik dalğalanmadan sonra şokun təsiri sönmüşdür. Şəkil 3-ün 3-cü sətrində yerləşən qrafiklərdə pozitiv qeyri-neft ÜDM şokuna dövlət büdcə xərclərinin və vergi gəlirlərinin reaksiyaları təsvir olunub. Birinci qrafik pozitiv qeyri-neft ÜDM şokunun vergi gəlirlərinə təsirini göstərir. Təsvirdən görünür ki, pozitiv qeyri-neft ÜDM şoku vergi gəlirlərinə ilk üç rüb ərzində negativ təsir etmişdir. Sonrakı bir rüb ərzində bu, pozitiv tendensiya ilə əvəz olunmuş və ümumilikdə 4 rübdən sonra pozitiv qeyri-neft ÜDM şokunun vergi gəlirləri üzərindəki təsiri sönməyə başlamışdır. İkinci qrafikdə isə pozitiv qeyri-neft ÜDM şokunun büdcə xərclərinə təsiri xarakterizə olunur. Qeyd edək ki, bu şokun büdcə xərcləri üzərindəki təsiri 7 rüb davam etmiş və sonra sönməyə başlamışdır. Birinci rübdə (2.1) sxeminə uyğun olaraq heç bir təsir yoxdur. İkinci rüb ərzində pozitiv, 3-cü rüb ərzində neqativ, 4-cü rüb ərzində pozitiv, 5-ci və 6-cı rüblərdə yenidən neqativ, 7-ci rüb ərzində təkrarən pozitiv tendensiyalar bir-birini əvəz etmişdir.

5. Nəticə. Əldə olunmuş nəticələrin daha yaxşı incələnməsi üçün biz Türkiyə iqtisadiyyatı üçün aparılmış bəzi tədqiqatların nəticələrindən müqayisə üçün istifadə edəcəyik. Yildirim (2012) dövlət xərcləri, ÜDM, faiz dərəcələri, qiymət səviyyəsi və vergi gəlirləri dəyişənlərindən istifadə etməklə Türkiyə üçün fiskal siyasət şoklarının təsirlərini qiymətləndirmişdir. Türkiyə üçün pozitiv xərc şokunun iqtisadi aktivliyə təsiri ilk 8 rübdə pozitiv, sonrakı 8 rübdə neqativ xarakterə malik olmuş, ümumilikdə 16 rübdən sonra pozitiv şokun təsiri sönməyə başlamışdır. Türkiyə iqtisadiyyatı üçün pozitiv xərc şokunun 8-ci rübdən sonra iqtisadi aktivliyi azaltması faiz dərəcələrinin davranışı ilə izah olunur. Belə ki, pozitiv xərc şoku həm də faiz dərəcələrini yüksəldir. Buna səbəb isə artan dövlət xərcləri səbəbindən büdcə kəsirinin yaranması və bu kanal vasitəsi ilə də faiz dərəcələrində yüksəlmənin başlamasıdır. Yüksək faiz dərəcələri isə Türkiyə iqtisadiyyatında ÜDM-in komponentləri olan istehlak və yığıma təsir göstərməyə başlayır ki, bu da iqtisadi aktivliyi boğmağa başlayır. Türkiyə iqtisadiyyatı üçün pozitiv xərc şokunun vergi gəlirlərindəki təsirləri, bu şokun iqtisadi aktivliyə təsiri ilə oxşar olmuşdur. Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün isə pozitiv xərc şokunun vergi gəlirləri və iqtisadi aktivliyə təsirləri fərqli olmuşdur (bax: Şəkil 3, sətr 1: 1-ci və 2-ci qrafiklər). Belə ki, Azərbaycan üçün büdcə xərclərinin iqtisadi aktivliyə birinci rübü əhatə edən negativ təsiri mövcud olsa da, sonrakı iki rüblük bir

dövrə şokun təsiri pozitiv tendensiyaya malik olmuşdur. Ümumilikdə şokun təsiri 6 rübdən sonra sönmüşdür. Ölkəmizin iqtisadiyyatı üçün büdcə xərclərində pozitiv şokun vergi gəlirlərinə təsiri təqribən ilk iki rübdə pozitiv, sonrakı bir rüb ərzində neqativ xarakterə malik olmuşdur. Sonrakı bir neçə rübdə kiçik dalğalanmalar müşahidə olunmuş və təqribən 7 rübdən sonra şokun təsiri sönmüşdür.

Azərbaycan və Türkiyə üçün fiskal siyasətin kanallarından biri olan vergi gəlirlərinin iqtisadi aktivliyə təsiri şəkil N-də verilib. Şəklin N-in a) bəndində olan qrafik Türkiyə iqtisadiyyatında pozitiv vergi gəliri şokunun iqtisadi aktivliyə təsirini, b) bəndində olan qrafik isə Azərbaycan iqtisadiyyatında pozitiv vergi gəliri şokunun iqtisadi aktivliyə təsirini göstərir. Türkiyə üçün başlanğıcda şokun heç bir təsiri yoxdur. Azərbaycan üçün də eyni ilə başlanğıcda şokun heç bir təsiri yoxdur. Lakin qısa dövrdən sonra Türkiyə üçün təsir neqativ xarakterə malikdir.



Şəkil N: Gəlir şokunun iqtisadi aktivliyə təsiri

Azərbaycan nümunəsində pozitiv gəlir şokunun təsiri ilk üç rübdə pozitiv olmuş və bundan sonra şokun təsiri sönmüşdür. Bu, izah baxımından müəyyən çətinliklər törədir. Belə ki, əslində pozitiv vergi gəlirləri şokunun ilk dövrlərdə iqtisadi aktivliyə neqativ təsirinin gözlənilməsi daha məntiqə uyğun olardı. Türkiyə nümunəsində isə eyni şokun təsiri 20 rüblük dövrü əhatə edir. Türkiyə iqtisadiyyatı üçün pozitiv vergi şokunun iqtisadi aktivliyi azaltması artan vergilərin istehlakı boğması ilə izah olunur (dolayısı vergilərin vergi daxilolmalarındakı payının yüksəkliyi səbəbindən). Qiymətləndirilmiş VAR modelindən əldə olunan nəticələrə görə (bax: əlavələr, cədvəl VECM), ekzogen dəyişən olan neftin qiymətinin 1% artması büdcə xərclərinin 0,29%, dövlət vergi gəlirlərinin isə 0,13% artımına səbəb olduğunu söyləmək olar. Bu əmsallar uyğun olaraq 94% və 86% əminlik səviyyəsində əhəmiyyətli alınmışdır. Lakin ekzogen dəyişən olan neftin qiymətinin qeyri-neft ÜDM üzərindəki təsirini xarakterizə edən elastiklik əmsalı əhəmiyyətsiz alınmışdır.

Ədəbiyyat

- [1] <https://research.stlouisfed.org/fred2>
- [2] <https://research.stlouisfed.org/fred2>, Federal Reserve Economic Data, Consumer Price Index of All Items in the United Kingdom
- [3] Attiya Yasmin Javid and Umaima Arif. (2009). Dynamic Effects of Changes in Government Spending in Pakistan's Economy. The Pakistan Development Review, The Silver Jubilee Annual General Meeting and Conference of the Pakistan Society of Development Economists Islamabad. Vol. 48, No. 4, pp. pp. 973-988. Islamabad: Pakistan Institute of Development Economics.
- [4] Cem ÇEBİ and Ali Aşkın ÇULHA. (2013). The Effects of Government Spending Shocks on the Real Exchange Rate and Trade Balance in Turkey. Ankara: Central Bank of the Republic of Turkey.
- [5] Michael B. Devereux and Woon Gyu Choi. (2006). Asymmetric Effects of Government Spending: Does the Level of Real Interest Rates Matter? IMF Staff Papers , Vol. 53 (Special Issue), pp. 147-181.
- [6] ERKAM S. (2010). MALİYE POLİTİKALARININ ETKİNLİĞİ: TEORİ VE BİR UYGULAMA. Ankara: Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.
- [7] Pär Hansson and Magnus Henrekson. (1994). A New Framework for Testing the Effect of Government Spending on Growth and Productivity. Public Choice , Vol. 81 (No. 3/4), pp. 381-401.
- [8] Jordi Galí, J. David López-Salido and Javier Vallés. (2007). Understanding the Effects of Government Spending on Consumption. Journal of the European Economic Association , Vol. 5 (No. 1), pp. 227-270.
- [9] Linnemann L. (2006). The Effect of Government Spending on Private Consumption: A Puzzle? Journal of Money, Credit and Banking, , Vol. 38 (No. 7), pp. 1715-1735.
- [10] Michael B. Devereux and David R. F. Love. (1995). The Dynamic Effects of Government Spending Policies in a Two-Sector Endogenous Growth Model. Journal of Money, Credit and Banking , Vol. 27 (No. 1), pp. 232-256.
- [11] Antonio Fatas and Ilian Mihov. (2001). The Effects of Fiscal Policy on Consumption and Employment: Theory and Evidence.
- [12] Perotti Roberto, Olivier Blanchard. (2002). An Empirical Characterization of the Dynamic Effects of Changes in Government Spending and Taxes on Output. The Quarterly Journal of Economics , Vol. 117 (No. 4), pp. 1329-1368.
- [13] Olivier Blanchard and Roberto Perotti. (2002). An Empirical Characterization of the Dynamic Effects of Changes in Government Spending and. The Quarterly Journal of Economics , Vol. 117 (No. 4), pp. 1329-1368.

- [14] Roberto Perotti . (2002). Estimating the effect fiscal policy in OECD countries . European Central Bank. Working paper No 168 .
- [15] Roberto Perotti, Ricardo Reis and Valerie Ramey. (2007). In Search of the Transmission Mechanism of Fiscal Policy [with Comments and Discussion]. NBER Macroeconomics Annual , Vol. 22 , pp. 169-249.
- [16] Yildirim Z. (2012). THE EFFECTS OF FISCAL POLICY SHOCKS ON MACROECONOMIC VARIABLE. İİBF Dergisi. Anadolu Üniversitesi

Əlavələr

Cədvəl 1. Lag uzunluğunun müəyyənəşdirilməsi kriteriləri

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1279.541	NA	2.10E+17	48.39776	48.50929	48.44065
1	-1166.086	209.7845	4.07E+15	44.45607	44.90217*	44.62762
2	-1151.056	26.08949	3.26e+15*	44.22853*	45.00921	44.52874*
3	-1146.582	7.25882	3.90E+15	44.39934	45.5146	44.82821
4	-1133.317	20.02387*	3.38E+15	44.23836	45.6882	44.7959
5	-1125.735	10.58544	3.66E+15	44.29189	46.07631	44.97809

* Hər bir kriteri üzrə optimal lag uzunluğunu göstərir. Cədvəldən göründüyü kimi, 5 kriteridən 3-də (AIC də daxil olmaqla) optimal lag uzunluğu 2-ə bərabərdir.

Cədvəl 2. Modelin dəyişənlərinin stasionarlıq testləri

	g	Δg	y	Δy	t	Δt	o	Δo
“Augmented Dickey-Fuller” testinin kəmiyyəti	0.0325*	13.159**	0.387*	8.439**	0.484*	6.599**	-2.34*	-4.61**
	(0.951)	(0.000)	(0.981)	(0.000)	(0.886)	(0.000)	(0.163)	(0.000)

() = statistik kəmiyyətin ehtimalıdır,

g = mövsümi təmizlənmiş real büdcə xərcləri,

Δg = g -nin birinci tərtib fərqi,dir,

y = mövsümi təmizlənmiş real ÜDM,

Δy = y -nin birinci tərtib fərqi,dir,

t = mövsümi təmizlənmiş real vergi daxilolmaları,

Δt = t -nin birinci tərtib fərqi,dir,

o = mövsümi təmizlənmiş brent markalı neftin real qiymətləri,

Δo = o -nin birinci tərtib fərqi,dir,

* 99% inam səviyyəsində qeyri-stasionarlığı göstərir,

** 99% inam səviyyəsində stasionarlığı göstərir.

Cədvəl 3. Johansen kointeqrasiya testinin nəticələri

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)				
No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.3676	31.8063	29.7971	0.0290
At most 1	0.1269	7.5211	15.4947	0.5179
At most 2	0.0062	0.3301	3.8415	0.5656

Trace test indicates 1 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)				
No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.3676	24.2852	21.1316	0.0174
At most 1	0.1269	7.1910	14.2646	0.4668
At most 2	0.0062	0.3301	3.8415	0.5656
Max-eigenvalue test indicates 1 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				

* Testin nəticəsi 0,05 inam səviyyəsində kritik qiymətdən böyükdür.

** Testin kəmiyyətinin ehtimalı 0,05-dən kiçikdir.

Hər iki testin nəticəsinə görə dəyişənlər kointeqrasiyaya malikdir.

Cədvəl 4. Serial korrelyasiyanın yoxlanılması-LM testi

Lags	LM-Statistik kəmiyyəti	p-qiyməti
1	30.37747	0.00040
2	13.69294	0.13370*
3	18.47496	0.03000
4	14.48445	0.10610
5	9.73101	0.37270
6	3.34826	0.94890
7	21.31714	0.01130
8	29.65629	0.00050
9	18.57077	0.02910
10	7.50064	0.58510

* p-qiymətinin 0,05-dən böyük olması 2-ci ləqda serial korrelyasiyanın olmadığını göstərir.

Cədvəl VECM: VECM modeli

	D(LOG_G)	D(LOG_NON)	D(LOG_T)
CointEq1	-0.586409	0.250196	0.109283
	(-0.23683)	(-0.21645)	(-0.13236)
	[-2.47605]	[1.15592]	[0.82563]
D(LOG_G(-1))	-0.490783	-0.184876	0.020987
	(-0.20297)	(-0.1855)	(-0.11344)
	[-2.41796]	[-0.99662]	[0.18501]
D(LOG_G(-2))	-0.36995	-0.112516	-0.01718
	(-0.14785)	(-0.13512)	(-0.08263)
	[-2.50224]	[-0.83270]	[-0.20792]
D(LOG_NON(-1))	-0.293129	-0.436217	-0.014333
	(-0.21041)	(-0.1923)	(-0.1176)
	[-1.39313]	[-2.26843]	[-0.12188]
D(LOG_NON(-2))	-0.352719	-0.212397	-0.17746
	-0.18821	-0.17201	-0.10519
	[-1.87412]	[-1.23482]	[-1.68711]
D(LOG_T(-1))	0.488757	0.443939	0.031427
	(-0.26574)	(-0.24287)	(-0.14852)

	[1.83921]	[1.82788]	[0.21160]
D(LOG_T(-2))	0.331447	0.294653	0.165277
	(-0.22778)	(-0.20818)	(-0.12731)
	[1.45510]	[1.41540]	[1.29827]
C	0.134215	0.075681	0.059725
	(-0.02844)	(-0.02599)	(-0.01589)
	[4.71946]	[2.91185]	[3.75769]
D(LOG_OIL_PRICE)	0.289705	0.010539	0.12772
	(-0.15343)	(-0.14022)	(-0.08575)
	[1.88820]	[0.07516]	[1.48945]
D1	-0.782921	-0.304409	-0.395442
	(-0.14233)	(-0.13008)	(-0.07954)
	[-5.50090]	[-2.34025]	[-4.97132]

Cointegrating Equation			
LOG_G(-1)	LOG_NON(-1)	LOG_T(-1)	C
1	-0.651729	-0.714483	2.803023
	(-0.12959)	(-0.11886)	
	[-5.02929]	[-6.01099]	

() = standart səhvi ifadə edir,

[] = t-statistikanı ifadə edir,

G - mövsümi faktorlardan təmizlənmiş, 2012-ci ilin ikinci rübünün qiymətlərində real dəyərində çevrilmiş, (deflyatorla) və logarifmik götürülmüş bütçə xərclərinin birinci tərtib fərqi,

T - mövsümi faktorlardan təmizlənmiş, 2012-ci ilin ikinci rübünün qiymətlərində real dəyərində çevrilmiş (deflyatorla) və logarifmik götürülmüş vergi gəlirlərinin birinci tərtib fərqi,

Y - mövsümi faktorlardan təmizlənmiş, 2012-ci ilin ikinci rübünün qiymətlərində real dəyərində çevrilmiş (deflyatorla) və logarifmik götürülmüş qeyri-neft ÜDM-in birinci tərtib fərqi,

OİL - neftin fiziki həcm göstəricisi (hasilatı).

Cədvəl 5. Eq.1 reqressiya tənliyi

Asılı dəyişən: u_y^*	
Metod: Ən kiçik kvadratlar üsulu	
Seçmə müşahidə (adjusted): 2001Q4 2015Q2	
Müşahidə sayı: 55 (təmizləmədən sonra)	
İzahedici dəyişən	Əmsal
e_g^{**}	0.29 (0.02)

() daxilində olan ədədlər əmsalların əhəmiyyətlik səviyyələrini göstərir,

* qeyri-neft ÜDM tənliyinin (VAR modelində) qalığı,

** dövlət bütçə xərclərində şok.

Cədvəl 6. Eq.2 reqressiya tənliyi

Asılı dəyişən: u_t^*
Metod: Ən kiçik kvadratlar üsulu

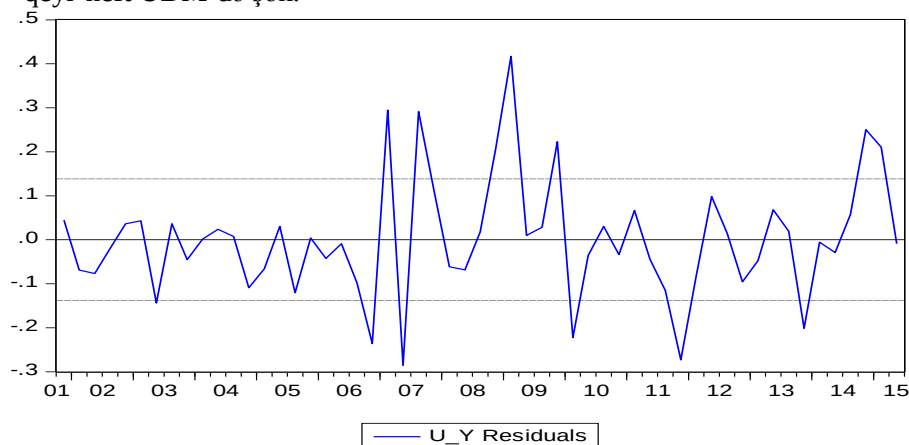
Seçmə müşahidə (adjusted): 2001Q4 2015Q2	
Müşahidə sayı: 55 (təmizləmədən sonra)	
İzahedici dəyişən	Əmsal
e_g**	0.124 (0.08)
e_y***	0.26 (0.002)

() daxilində olan ədədlər əmsalların əhəmiyyətlik səviyyələrini göstərir,

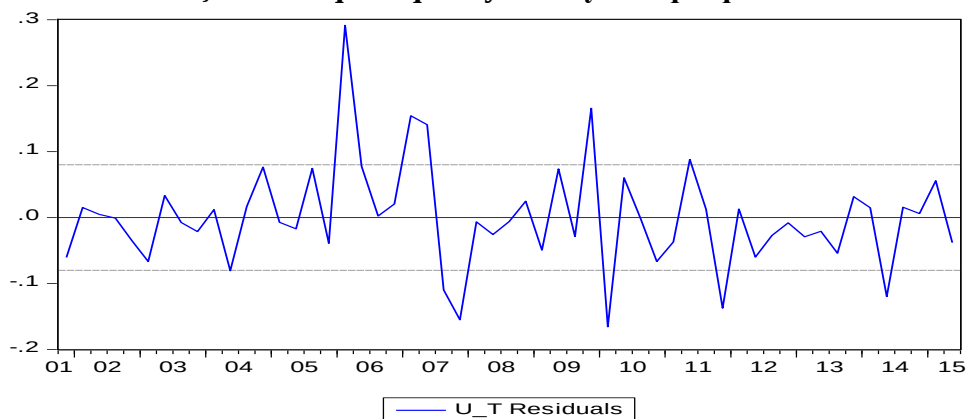
* Vergi tənliyinin (VAR modelində) qalığı,

** dövlət büdcə xərclərində şok,

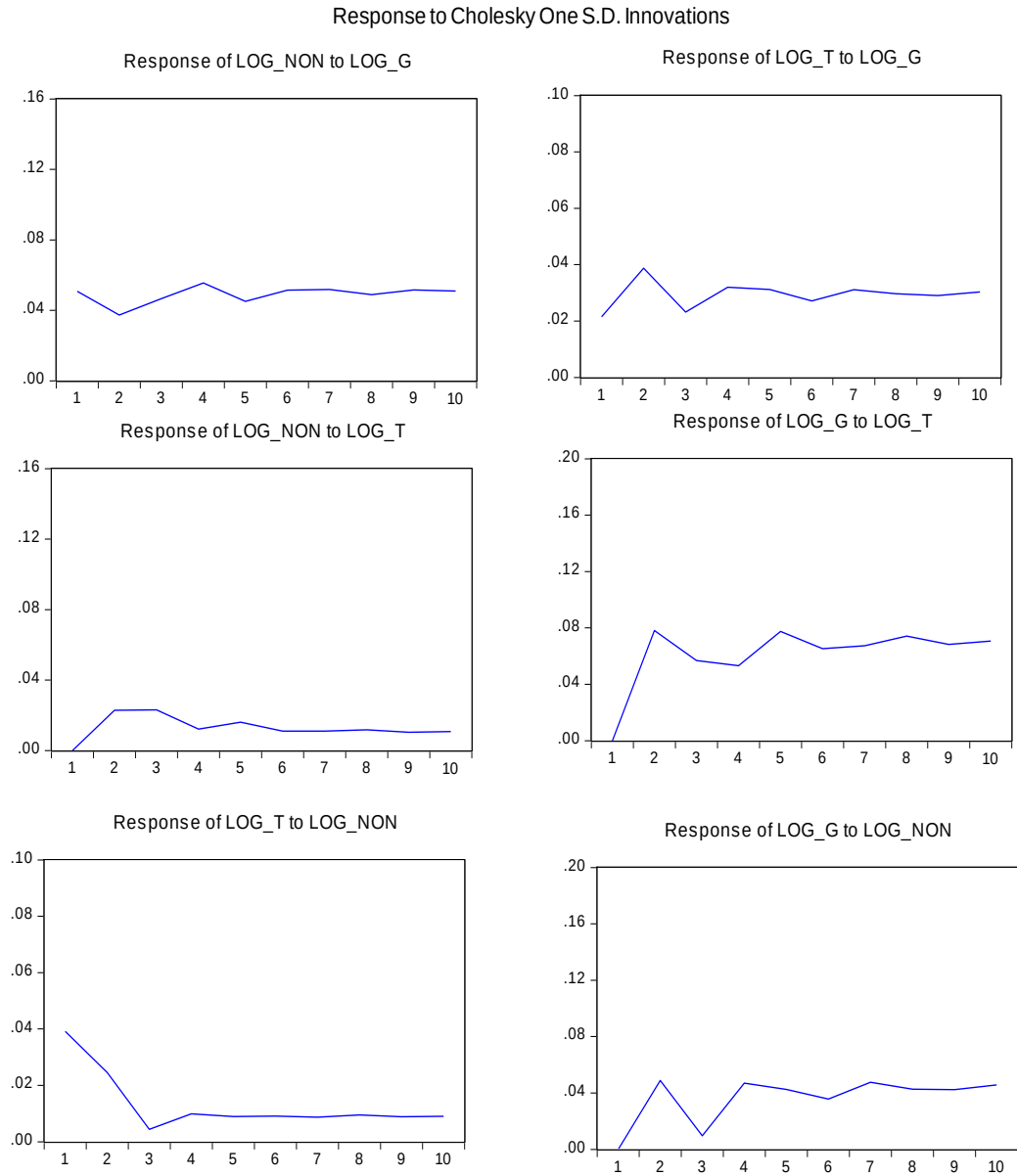
*** qeyr-neft ÜDM-də şok.



Şəkil 1. Eq.1 regressiya tənliyinin qalıqları



Şəkil 2. Eq.2 regressiya tənliyinin qalıqları



Şəkil 3. Responsiv-impuls təhlili

УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКИМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ АЗЕРБАЙДЖАНА НА ОСНОВЕ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ МОДЕЛИ

И.Р. РЗАЕВА

д.ф.э., UNEC

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 05 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 05 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Резюме

В статье предлагается модель, на основании которой проводится анализ основных направлений перехода к инновационному социально-ориентированному типу развития туристской деятельности в Азербайджанской Республике. Анализ показывает, что для эффективного развития туризма необходимо, учитывая широкий спектр факторов развития данной индустрии, оценить имеющийся туристский потенциал страны, факторы, необходимые для повышения конкурентоспособности туристского продукта, инвестиционную привлекательность данного сектора экономики и в конечном итоге, адекватно оценить экономическую эффективность отрасли.

Ключевые слова: социально-ориентированная модель, туристская отрасль, социальный туризм, инвестиции, маркетинг.

JEL Classification Codes: L83

AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATININ TURİZM SEKTÖRÜNÜN SOSIAL YÖNÜMLÜ MODEL ƏSASINDA İDARƏ EDİLMƏSİ

Xülasə

Məqalədə təqdim olunan model əsasında Azərbaycan Respublikasında turizm fəaliyyətinin innovativ sosial yönümlü inkişafının əsas istiqamətləri təhlil olunur. Təhlil onu göstərir ki, turizmin səmərəli inkişafı üçün, bu industriyanın geniş spektrli inkişaf amillərini nəzərə alaraq, ölkənin mövcud turizm potensialının və turizm məhsulunun rəqabətqabiliyyətiyyətinin yüksəldilməsi amillərini giymətləndirmək lazımdır. Nəticədə isə iqtisadiyyatın bu sektorunun investisiya baxımından cəlbediciliyi və sahənin iqtisadi səmərəliliyinin adekvat giymətləndirilməsi nəzərə alınmalıdır.

Açar sözlər: sosial yönümlü model, turizm sənayesi, sosial turizm, investisiya, marketing.

MANAGEMENT OF TOURISM SECTOR OF AZERBAIJAN ECONOMY ON THE BASIS OF SOCIAL-ORIENTED MODEL

Abstract

The article proposes a model, based on which the analysis of the basic directions of the transition to the innovative socially-oriented type of tourist activity in the Azerbaijan Republic. A research shows that for effective development of tourism should be given a wide range of factors of the development of the industry, to assessment the existing tourist potential of the country, the factors needed to improve the competitiveness of the tourism product, the investment attractiveness in this sector of the economy and, ultimately, to adequately assess the cost-effectiveness of the sector.

Keywords: social-oriented model, the tourist industry, social tourism, investment, marketing.

1. Постановка проблемы. С начала глобального финансового кризиса 2008-го года Азербайджан взял курс на постепенный переход к инновационному, социально-ориентированному типу своего экономического развития, предусматривающего диверсификацию экономики. Переход национальной экономики от экспортно-сырьевого к инновационному, социально-ориентированному типу развития позволит расширить конкурентный потенциал азербайджанской экономики за счёт наращивания её сравнительных преимуществ, среди которых приоритетными являются туристские возможности страны. Именно рост туристского потенциала может и должен стать катализатором преобразования устоявшейся системы социально-экономического развития страны. Наращивание туристского потенциала предусматривает создание высококонкурентной институциональной среды, стимулирующей предпринимательскую активность и привлечение капитала в туристскую деятельность. Для формирования такой среды необходимыми условиями являются [2]:

- создание и развитие конкурентного рынка товаров и услуг благодаря последовательной демонаполизации экономики;
- всесторонняя поддержка образования новых туристских компаний и новых видов туристского бизнеса, основывающихся на инновациях, существенное стимулирование развития малого бизнеса;
- снижение инвестиционных и предпринимательских рисков за счёт защиты прав собственности и повышения предсказуемости туристской политики государства;

- повышение договороспособности туристских организаций и транспарентности ведения туристского бизнеса;

- обеспечение высокого качества государственного управления в сфере туризма.

Поэтому переход к инновационному социально ориентированному типу развития туристской индустрии предусматривает на начальном этапе разработку эффективной модели государственной политики в области туризма на основе стратегического планирования. Применение данной модели позволит, во-первых, совершенствовать стратегию развития и управления сферой туризма, во-вторых, генерировать обоснованные программы развития регионального туризма, обеспечивающие благоприятные условия инвестирования, в-третьих, разработать эффективный институциональный механизм управления туристской отраслью и, наконец, в-четвёртых, вырабатывать долгосрочную политику управления региональным туризмом.

В настоящее время туристский бизнес в Азербайджане находится на стадии формирования внутриотраслевых, межотраслевых и внешнеэкономических связей. Для полноценного формирования туристского сектора экономики республики необходимо создать эффективную систему государственного регулирования туристской деятельности на базе инновационных подходов в сфере туризма, которые подразумевали бы проведение аналитических исследований, обеспечивающих получение исчерпывающей информации для выработки системы текущих и перспективных предложений по принятию управленческих решений, подлежащих выполнению соответствующими органами государственной власти.

2. Модель формирования социально ориентированной государственной политики в области туризма. Нами рассмотрена универсальная структурная модель формирования государственной политики в области развития туризма на основе стратегического планирования, которая может быть адаптирована для планирования развития туризма Азербайджана (рис.1), как на уровне страны в целом, так и на уровне отдельных регионов.

Как видно из представленной модели, политика государства в области регулирования развития туризма должна учитывать, как интересы отдельных её граждан (социальный туризм), так и интересы всего общества в целом (Блок 1). Для обоснования целей государственной туристской политики необходимо осуществить анализ исторического опыта развития туризма, а также оценить имеющийся туристский потенциал страны (Блок 2) на предмет:

- наличия необходимых природно-климатических, демографических, исторических факторов;
- наличия рекреационных зон, лечебно-оздоровительных баз, заповедников, национальных парков;

- наличия комплексов для проведения международных мероприятий;
- обеспеченности туристскими учреждениями;
- оценки уровня развития инфраструктуры страны в целом.

При формировании государственной политики немаловажное значение имеет анализ факторов внешней среды (Блок 3). Государство должно вовремя адекватно реагировать на возможные возникшие угрозы и принимать соответствующие меры. Как известно, на развитие туризма влияют как экономические, так и политические факторы. К примеру, из-за нестабильной политической обстановки в Турции, туризм в стране переживает кризис. По данным Всемирной Туристской Организации (ВТО) в 2014 году Турцию посетило 36,8 млн. чел. Но уже в 2015 году Турция потеряла примерно 60% иностранных туристов [7]. В тоже время на 20% повысился спрос на туристском рынке Италии и Испании. Таким образом, в модели экономического развития страны должны учитываться все возможные сценарии, которые могут возникнуть на мировом рынке туризма.

Рис.1. Структурная модель формирования государственной политики в области туризма



Источник: Модель разработана автором.

Главной целью государства в области развития туризма должно быть создание конкурентоспособного туристского комплекса, развитие которого внесёт вклад в активизацию внешнеторгового баланса страны, роста ВВП, увеличение рабочих мест и решение многих социальных проблем (Блок 4).

Следующей ступенью в процессе формирования государственной политики в области туризма является разработка системы количественных показателей, позволяющих определить эффективность от реализации поставленной задачи. Эффективность государственной политики развития туризма должна оцениваться с точки зрения экономических, социальных и экологических критериев (Блок 5).

Экономическая эффективность туризма может оцениваться на базе системы мультипликаторов, позволяющих учитывать, как прямое, так и косвенное влияние туризма. Социальная эффективность туризма определяется по степени его воздействия на систему образования, здравоохранения, миграцию рабочей силы. Туристская индустрия оказывает влияние на окружающую среду, причём это влияние может быть, как положительным, так и отрицательным. Для получения положительных экономических результатов от развития туристской отрасли и минимизации негативного влияния на окружающую среду, необходимо осуществлять стратегическое планирование этой отрасли с учётом концепции устойчивого развития туризма.

Для полноценного развития туризма в стране необходимы также эффективная нормативно-правовая база туризма, кадровое, информационное, научное обеспечение туристской сферы, и, безусловно, эффективно разработанная маркетинговая стратегия страны в области туризма. Ресурсные возможности страны для развития туризма определяются инвестициями, а также адекватными бюджетными отчислениями в туристскую сферу (Блок 7).

Для привлечения инвестиций в туристский сектор экономики необходимо, прежде всего, повысить уровень инвестиционной привлекательности, являющейся основополагающим фактором достижения высоких темпов социально-экономического роста и повышения конкурентоспособности страны или отрасли, в частности. Инвестиционная стратегия в рамках предлагаемой модели, должна способствовать достижению высокой эффективности применяемых инвестиций, направленных на создание конкурентоспособного туристского продукта. По данным Госкомстат Азербайджанской Республики в 2012 году объём инвестиций в экономику Азербайджана составил 12,776 млрд. манатов, из которых 209,8 млн. манатов (или 1,6% от всех инвестиций) были направлены в туристский сектор страны. Для сравнения в Табл.1 показана динамика инвестиций в туристский сектор экономики Турции.

Таблица 1. Динамика инвестиций в целом в экономику и туристский сектор Турции

Годы	Инвестиции в туристский сектор экономики (млрд. долл. США)	Объём инвестиций в экономику страны (млрд. долл. США)	Доля инвестиций в туристский сектор в общем объёме инвестиций (%)
2000	1,860	46,940	4,00
2002	1,860	31,600	5,90
2005	2,000	16,000	12,00
2006	1,200	14,300	8,30
2007	1,000	14,600	6,80
2008	1,215	15,320	7,90
2012	1,115	12,900	8,60

Источник: Государственный Институт Статистики Турции, 2012 г.
WorldInvestmentReport.

Поэтому при разработке целевых программ по отдельным мероприятиям в области туризма необходимо проведение комплексных научно-исследовательских, социально-экономических, экологических и прочих мероприятий, обеспечивающих эффективное решение основных задач.

И, наконец, конечным этапом в реализации государственной программы развития туризма является текущий контроль над реализацией планов по конкретным мероприятиям в области развития туризма, а также стратегический контроль, оценивающий уровень достижения поставленных целей.

3. Государственное управление туристским сектором экономики на основе маркетинга туристского продукта. Одним из главных рычагов государства в управлении туристским сектором является маркетинг. В отличие от маркетинга обычных потребительских товаров, маркетинг туристского продукта осуществляется на двух уровнях: на уровне государства и на уровне туристских фирм. При этом, основными целями маркетинга на уровне, как страны, так и отдельного туристского предприятия являются:

□ *экономические*, к которым можно отнести максимальное получение прибыли в длительной перспективе, определение новых сегментов рынка, улучшение сбыта, рационализация продукта и системы распределения, предупреждение устаревания некоторых продуктов и услуг, а также укрепление рыночных позиций по отношению к конкурентам;

□ *социальные*, подразумевающие разработку такой туристской услуги, которая подходила бы для слоёв населения с низким доходом, при условиях не нанесения вреда окружающей среде, содействия улучшению социальных условий трудящихся и не ущемления прав и обязанностей людей, занятых в производстве туристских услуг и т.д. [3].

Разработка государственной маркетинговой стратегии развития внутреннего и иностранного туризма базируется на следующей информации:

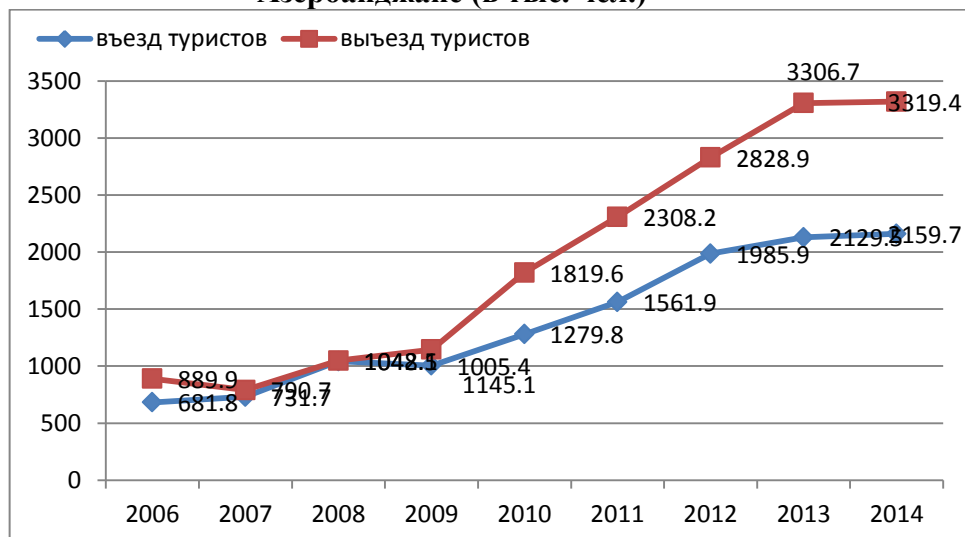
- данных по фонду средств размещения – показатели, отражающие текущее состояние дел, число койко-мест, период оборота, тарифы, процент занятости мест, данные о разработке и планировании нового жилья;
- данных о международном и национальном авиационном, морском, железнодорожном и автомобильном транспорте, о банках и других финансовых учреждениях, агентствах путешествий и экскурсий, ресторанах, магазинах сувениров, гидах и гидах-переводчиках, конгрессах и семинарах, школах туризма;
- данных о рынке – мнения потенциальных клиентов, интенсивность путешествий, мнения специалистов по туризму (агентов по путешествиям, организаторов конференций);
- данных о местных, региональных и национальных туристских службах (бюро, инициативных группах) – количественные, финансовые показатели по налогам, размеры инвестиций, региональное и национальное планирование;
- данных о датах прибытия и отъезда туристов, продолжительность пребывания;
- подробные данные о профессии, цели путешествия туристов, города, которые туристы посетили в данной стране или в других странах во время одного путешествия;
- данных о наиболее часто используемых средствах размещения, транспортных расходах.

Рассмотрим современное состояние развития туризма в Азербайджане. Как видно из рис. 2, в Азербайджане туристский бизнес развивается с преимущественной ориентацией на выезд. Одной из причин этого является несоответствие гостиничной базы, курортно-рекреационных зон республики мировым требованиям. Хотя Азербайджан и обладает богатыми туристскими ресурсами, в частности, уникальными возможностями для развития морского (пляжного) туризма, лечебно-оздоровительного, экстремального, приключенческого туризма, тем не менее, большинство из существующих в Азербайджане туристских фирм предпочитают заниматься отправкой своих граждан за границу, потому что выездной туризм приносит им большую прибыль, чем въездной.

Развитие внутреннего туризма является движущим фактором для развития международного туризма. По данным Министерства культуры и туризма, в 2013 году только 30% жителей Азербайджана проводили свой отпуск (в основном краткосрочный) в пределах своей страны, а это всего лишь 0,4% населения республики, в то время как в развитых странах этот показатель составляет 50-70%. Кроме того, по рекомендациям ВТО и Международного Бюро со-

ционального туризма соотношение внутреннего и выездного туризма в интересах национальной экономики должно быть в пропорции 4/1, то есть на четырёх туристов, путешествующих в пределах своей страны должен приходиться один путешествующий за рубежом. К сожалению, в Азербайджане это соотношение имеет обратный характер.

Рис. 2. Динамика въездного и выездного туристского потока в Азербайджане (в тыс. чел.)



Источник: Госкомстат Азербайджанской Республики на 2015 г.

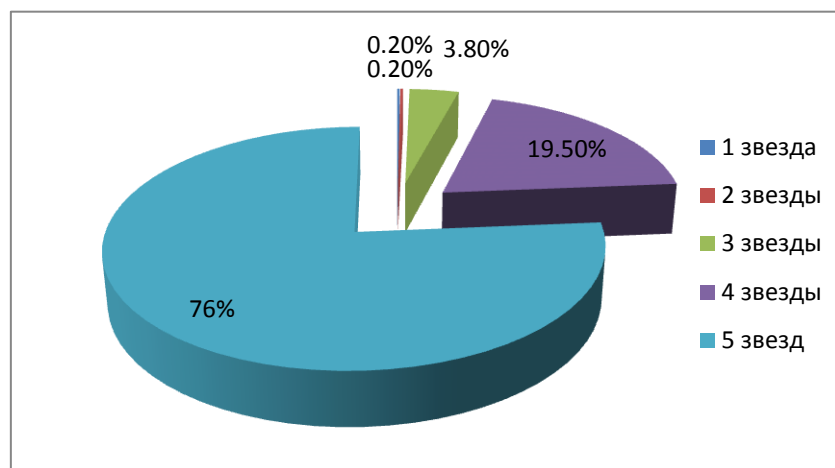
Для успешной реализации туристского продукта необходимо в рамках предлагаемой модели решить некоторые вопросы, связанные с ценой туристского продукта. Очень важная проблема туристского сектора экономики Азербайджана – это нереально высокие цены туристских услуг, причём эти цены в большей степени не соответствуют качеству предлагаемых услуг. Сложный визовый режим в стране тормозит развитие туризма в Азербайджане. К примеру Грузия отменила визовый режим более со 100 странами мира. Существующая визовая политика в Азербайджане не даёт возможности полноценно использовать туристский потенциал страны. Хотя, как должно необходимо отметить, что в 2016 году с несколькими странами, в первую очередь со странами Персидского залива, визовый режим был несколько упрощён, что положительно сказалось на потоке туристов с этого региона. Необходимо также отметить ещё два фактора, увеличившие поток туристов в Азербайджан в 2016 году, – это девальвация национальной валюты и стабильная политическая ситуация в стране.

Тормозящим фактором развития туризма в стране является недостаточное количество 3-х звёздочных отелей, которые и рассчитаны на туристов сред-

него класса. Хотя по данным Госкомстата Азербайджана более 80% гостиниц страны считаются гостиницами 2-х, 3-х и 4-х звёздочными, но большинство из них не предоставляют туристам необходимых соответственно их категории услуг и приносят незначительный доход (см. рис.3).

Усугубляет ситуацию нереально завышенная цена проживания в отелях, не соответствующая предоставляемым услугам. По мнению специалистов компании JonesLangLa SalleHotels, которые оказывают консалтинговые и инвестиционные услуги в сфере гостиничного сектора, столица Азербайджана г. Баку является одним из привлекательных и приоритетных городов для крупных компаний гостиничного рынка. Согласно статистической информации компании JonesLangLaSalleHotels в 2011 года в г. Баку было насчитано около 6,4 тыс. гостиничных номеров, из которых всего лишь 1,7 тыс. (27%) номеров относилось к категории «стандарт», остальные (73%) – относились к номерам высокого класса.

Рис. 3. Распределение доходов от гостиничного хозяйства по отдельным категориям гостиниц на 2013 г.



Источник: Госкомстат Азербайджанской Республики, 2014г.

Выводы. В отдельных регионах Азербайджанской Республики предпринимаются существенные шаги по концентрации сил на развитие туризма и туристских кластеров. Тем не менее, применяемые региональными властями меры воздействия в этом направлении являются все же недостаточными. Необходимо обеспечить информационно-методическую поддержку политики туристско-рекреационного комплекса, находить пути совершенствования маркетинговых стратегий формирования организационно-методологических основ управления потребительским рынком туристских услуг. Поэтому, в процессе

перехода на социально-ориентированную модель развития туризма, государственный стратегический маркетинговый план развития отрасли позволит:

- обеспечить значительный вклад в устойчивое развитие экономики регионов путём увеличения налоговых платежей в местный бюджет;
- повысить уровень качества жизни населения;
- обеспечить дополнительное финансирование программ по защите и восстановлению объектов культуры исторического наследия и природы;
- проводить экологические программы по сохранению и развитию социально-культурной среды региона;
- обеспечить устойчивое развитие внутреннего туристского рынка.

Литература

- [1] Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003
- [2] Денгаев А.М. Формирование инновационной социально-ориентированной модели развития туристской отрасли // Молодой ученый. – 2015. – №8. – С. 503-506.
- [3] Квартальнов В.А. Туризм. М.: учебник, изд. Финансы и статистика, 2002, С. 223.
- [4] Формирование инновационной социально-ориентированной модели развития туристской отрасли. // Молодой ученый. №8, С. 503-506. 2015.
- [5] Еганлы С.Т., Гаджиев Э.М. Международный туризм и развитие туризма в Азербайджанской Республике. Баку: ЭЛМ. . (2003).
- [6] Темный Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика.2010.
- [7] www.unwto.org
- [8] <http://data.worldbank.org>
- [9] [http:// www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)

ƏMƏK EHTİYATLARININ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ: AZƏRBAYCAN VƏ XARİCİ ÖLKƏLƏRİN TƏCRÜBƏSİ

F.Q.Mikayılov

i.e.f.d., İqtisadi Araşdırmalar Elmi-Tədqiqat İnstitutu, UNEC
f_mikayilov@yahoo.com; mobil: 055-847-32-44

N.R. Nəbizadə

dissertant, İqtisadi İslahatlar Elmi-Tədqiqat İnstitutu,
İqtisadiyyat Nazirliyi
nbnbzhd@gmail.com; Mobil: 055-852-83-92

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 20 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 20 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Əmək ehtiyatları hər bir ölkə üçün onun sahib olduğu təbii resurslar qədər əhəmiyyətli-
dir. Onların düzgün istifadəsi gələcəkdə bir çox neqativ halların yaranmasının qarşısını
ala bilər. Tədqiqatın başlıca məqsədi əmək ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi zamanı
təhsil amilinin önəmini araşdırmaqdan ibarətdir, çünki insanın yalnız sosial amil olaraq
qəbul edilməsi artıq keçilmiş mərhələdir. Bu gün insan kapitalı bilikli, ixtisaslı, iqtisadi
artıma töhfə verən iqtisadi faktora çevrilib. Bu transformasiya isə yalnız təhsil sayəsində
mümkün olmuşdur. Tədqiqatda insan kapitalı və əmək ehtiyatlarının fərqli tərəfləri
müəyyən edilmiş, bir çox ölkələrin təmsalında təhsil xərclərinin ümumi daxili məhsulda
payı, onun iqtisadi inkişafa təsiri öyrənilmiş, təhsil səviyyəsi və əhəlinin gəlirləri arasın-
dakı əlaqə təhlil edilmişdir. Eyni zamanda, Azərbaycanın müəyyən göstəricilər üzrə
digər ölkələrlə müqayisəsi verilmiş, son illərin dinamikası əldə edilmiş, əmək bazarında
tarazlı məşğulluğun təmin edilməsi, korporativ təhsil məsələləri ilə bağlı statistik
məlumatlar verilmişdir. Bununla yanaşı, Azərbaycanın bu istiqamətdə həyata keçirdiyi
işlər və ölkələrin təcrübələri diqqətə alınaraq, müəyyən təkliflər irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: insan kapitalı, təhsil, iqtisadi artım, təhsil xərcləri, əmək bazarı, məşğulluq.

JEL Classification Codes: R23, J08

EVALUATION OF LABOR RESOURCES: AZERBAIJAN AND THE EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES

Abstract

Labor resources, as important for each country as its natural resources. Their proper
use can help to avoid negative consequences in the future. The main purpose of this

study is the assessment of importance of education factor. Consideration of people just social factor already passed stages. Today being more knowledgeable, educated, skilled human capital have become an economic factor which contributes to economic growth. This transformation was made possible only through education. The study identified different sides of human capital and labor resources, was analyzed expenditure on education as percentage of gross domestic product and its impact on economic development, was studied the relationship between education levels and incomes. At the same time, certain indicators were compared with other countries. On the other hand a balanced employment in the labor market has been analyzed and was given some statistical data of corporate education. Moreover, taking into consideration the works carried out in this direction in Azerbaijan and the foreign experience were put some proposals.

Key words: human capital, education, economic growth, education expenses, labor market, employment

ОЦЕНКА ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ: АЗЕРБАЙДЖАН И ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Резюме

Трудовые ресурсы важны для каждой страны так же как и природные ресурсы. При правильном использовании трудовых ресурсов можно избежать негативных последствий в будущем. Основная цель этого исследования – изучение важности образования при оценке фактора труда. Принятие человека как социального фактора - пройденный этап. Сегодня это знающие, опытные и экономические факторы, которые способствуют экономическому росту в целом. Это преобразование стало возможным только через образование. В рамках исследования были определены различные стороны человеческого капитала и трудовых ресурсов, расходы на образование (в % ВВП) во многих странах, изучено ее влияние на экономическое развитие, а также проанализирована взаимосвязь между уровнем образования и доходами. В то же время, приведено сравнение страны с другими странами по некоторым показателям. Изучены подходы по обеспечению сбалансированной занятости на рынке труда, приведены статистические показатели корпоративного образования. Кроме того, принимая во внимание опыт других стран были выдвинуты и конкретные предложения.

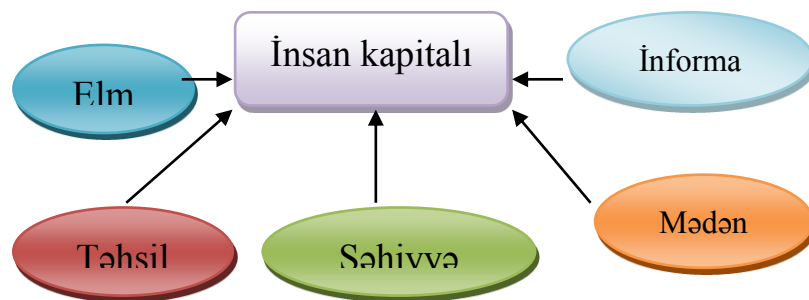
Ключевые слова: человеческий капитал, образование, экономический рост, расходы на образование, рынок труда, занятость.

Giriş. Əmək ehtiyatları hər bir ölkə üçün çox mühüm əhəmiyyətə malikdir. İnkişafın davamlığının təmin edilməsi, iqtisadiyyatın genişlənməsi, ümumi daxili məhsu-

lun (ÜDM) artırılması bilavasitə əmək ehtiyatları/insan kapitalı hesabına mümkündür. Hər bir fəaliyyət, hər bir yenilik insanlar tərəfindən və insanlar üçün edilir.

İnkişaf etmiş ölkələrdə fiziki kapitalın bərpası sistemi istehsal amillərinin iyerarxiyasında çox əhəmiyyətli keyfiyyət dəyişikliyinə səbəb olmuşdur. Neoklassik iqtisadçıların fikrincə son elmi-texnoloji nailiyyətlərin tətbiqinin iqtisadi fəaliyyətdə intensivləşdirilməsi ixtisaslı işçi qüvvəsinin daha yüksək inkişafını təmin edir [1].

Əmək ehtiyatları dedikdə əhalinin işləmək qabiliyyəti olan hissəsi başa düşülür. Başqa sözlə ifadə etsək, əmək ehtiyatları əhalinin fiziki və mənəvi keyfiyyətləri, həmçinin ümumi və professional bilik və bacarıqlara malik olan hissəsi başa düşülür. Onların tərkibinə təkcə iqtisadi cəhətdən fəal əhali deyil, həm də hazırda işləməyən və iş axtarmayan əmək qabiliyyətli şəxslərin digər kateqoriyaları, o cümlədən istehsalatdan ayrılmaqla təhsil alanlar da daxil edilir [2]. Əmək ehtiyatları özündə birbaşa olaraq əhalini ehtiva edir ki, bura təhsilli və təhsili olmayan, ixtisaslı və ixtisassız insanlar daxildir. Bir çox hallarda insan kapitalı və əmək ehtiyatları anlayışları eyni qəbul edilir. Bununla belə, əmək ehtiyatlarından fərqli olaraq insan kapitalı iqtisadiyyat və cəmiyyətin inkişafı, həmçinin ailə rifahının yaxşılaşdırılması üçün intensiv istehsal faktorudur.



İnsan kapitalının formalaşması mənbələri

Digər bir ifadə ilə insan kapitalı özündə əmək ehtiyatları ilə yanaşı, insan kapitalının effektivliyini təmin edən təhsil, elm, səhiyyə, təhlükəsizlik, həyat keyfiyyəti kimi sahələrə edilmiş investisiyaları da birləşdirir [3].

İnsan kapitalının əhəmiyyəti klassik iqtisadçılardan başlayaraq müasir dövr iqtisadçıları da daxil olmaqla hər zaman vurğulanmışdır. İnsan kapitalının müasir nəzəriyyəsinin inkişafına Teodor Şults, Herri Bekker, Edvard Denison, Robert Solou, C. Kendrik, Saymon Kuznets, İrvinq Fişer, Robert Lukas və digər iqtisadçılar, sosioloqlar və tarixçilər töhfə vermişdir. İqtisadçı və tarixçilərin əksəriyyəti Vilyam Petti və Adam Smiti insan kapitalı nəzəriyyəsinin genişləndirilməsi və təbliğ edilməsində əsas

kultivatorlar hesab edirlər. Adam Smit özünün məşhur “Millətlərin sərvəti” əsərində ilk dəfə olaraq daha yüksək əməkhaqqı və bacarıqlı işçi arasında əlaqə qurmuşdur [4].

Qeyd etmək lazımdır ki, insan kapitalı anlayışı bir termin kimi öz mövcudluğunu İqtisadiyyat üzrə Nobel mükafatı laureatı Teodor Şultsa bərlüdür. Belə ki, məhsuldarlıq və təhsil arasında birbaşa əlaqə olduğunu ilk dəfə məhz Şults bildirmişdir. O, həmçinin insan kapitalını iqtisadi inkişafın mənbəyi kimi dəyərləndirmiş və ənənəvi iqtisadiyyatın insan biliyinin əhəmiyyətini və dəyərini tam olaraq qəbul etmədiyini qeyd etmişdir [5].

Uzun illər insan kapitalı inkişafın yalnız sosial faktoru olaraq qəbul edilirdi. Lakin XX əsrin ikinci yarısından etibarən başlayan elmi-texniki inkişaf, ixtisaslı insanlara olan tələbat insana olan münasibəti dəyişərək onun iqtisadi faktor kimi əhəmiyyətini artırmışdır. Nəticədə insan kapitalının yüksək bilik səviyyəsi və keyfiyyəti ölkə iqtisadiyyatının inkişafını təmin etmiş oldu. İnsan kapitalı inkişaf edən ölkələrin iqtisadiyyatlarının dayanıqlı inkişafında həlledici faktor oldu.

Azərbaycanda da bu mövzu diqqətdən kənar qalmamışdır. Müxtəlif dövrlərdə görkəmli iqtisadçı alimlər Şahbaz Muradov, Asəf Nadirov, Ziyad Səmədzadə və başqaları öz elmi əsərlərində əmək ehtiyatlarından istifadənin ictimai-iqtisadi problemləri, əmək ehtiyatlarının sosial-iqtisadi aspektləri, əmək ehtiyatlarından hərtərəfli və səmərəli istifadə edilməsi ilə məsələlər tədqiq və təhlil etmişlər [6]. Əmək ehtiyatlarının, insan kapitalının, demoqrafiya siyasətinin, insan potensialının, ölkədə baş verən etno-demoqrafik proseslərin nəzəri-metodoloji və praktiki aspektlərdən tədqiqi, əmək resurslarından istifadəyə regional yanaşmanın vacibliyi, mütərəqqi struktur dəyişikliklərinin və ona adekvat ixtisaslı kadr hazırlığının təmin edilməsi, hər bir respublikanın demoqrafik inkişaf xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla bu sahədə səmərəli demoqrafik siyasətin işlənilib hazırlanması [7], əmək ehtiyatlarının sahə, ərazi proporsiyaları, demoqrafik inkişaf və əmək ehtiyatlarından istifadə [8] Azərbaycan alimlərinin elmi araşdırmalarının əsas mövzularını təşkil etmişdir.

Əmək ehtiyatlarının artım templəri, onun yaş strukturu böyük ölçüdə əmək ehtiyatlarının kəmiyyət parametrlərini müəyyən edir. Bu gün dünyada əmək ehtiyatlarının böyük hissəsini iqtisadi fəal əhali təşkil edir. Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadi fəal əhalinin çoxluq təşkil etməsi milli iqtisadiyyatın yüksəlişi üçün zamanət vermir. Çünki hər hansı bir ölkənin əmək ehtiyatlarını qiymətləndirmək üçün sadəcə kəmiyyət deyil, bununla bərabər onun təhsil səviyyəsi, məşğulluğun sahəvi strukturu, işçi qüvvəsinin kvalifikasiyası, həmçinin səhiyyənin səviyyəsi, qidalanma, təhlükəsizlik, insan haqlarının qorunması kimi bir çox iqtisadi və sosial keyfiyyət göstəriciləri nəzərə alınmalıdır.

Bilik, yuxarıda vurğulandığı kimi, milli iqtisadiyyatların hərəkətverici qüvvəsi, həmçinin yaşadığımız informasiya cəmiyyətində ən vacib resursdur. Sübut olunmuşdur

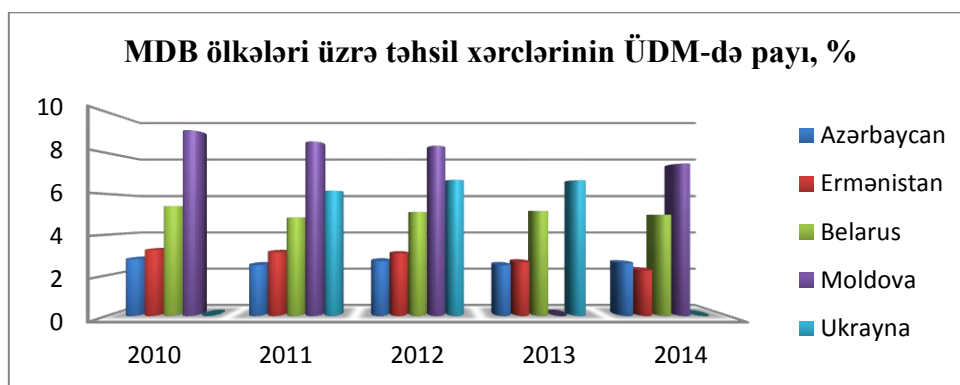
ki, işçilərin təhsil səviyyəsi ilə ümumi daxili məhsul arasında birbaşa əlaqə mövcuddur. Təhsil səviyyəsi yüksək olan insanların iqtisadi artıma töhfəsi daha böyükdür. Ali təhsilli insanların gəlirlərinin artım səviyyəsi ortalama olaraq iqtisadi artımın yarısını təşkil edən əsas amillərdəndir [9]. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (İƏİT) 2012-ci ili əhatə edən “Təhsilə baxış” adlı hesabatında Fransa, Norveç, İsveçrə, Böyük Britaniya kimi ölkələrdə ümumi daxili məhsulda artımın 60%-dən çoxunun ali təhsilə malik insanlar tərəfindən yaradılması qeyd olunmuşdur. Hesabatda göstərilən digər bir maraqlı məqam təhsil səviyyəsindən asılı olaraq insanların əmək haqları arasındakı nəzərəçarpan fərqlərdir. Məsələn, ümumi təhsilə sahib olan şəxslərin illik əməkhaqqı ortalama 38000 ABŞ dolları, tam orta təhsili olanlar üçün bu rəqəm 46000 ABŞ dolları, ali təhsil müəssisələrini bitirənlər üçün isə 68000 ABŞ dolları təşkil edir. Eyni zamanda Avstriya, Danimarka, İrlandiya, İtaliya, Lüksemburq, Niderland, Norveç və ABŞ-da işəgötürənlər ali təhsilə sahib mütəxəssisləri cəlb etmək üçün İƏİT-nin orta rəqəmindən 20000 ABŞ dolları artıq xərcləyirlər [9, s. 40].

Burada iki göstərici üzərində durmaqla məsələ haqqında daha aydın mənzərənin şahidi olmaq olar:

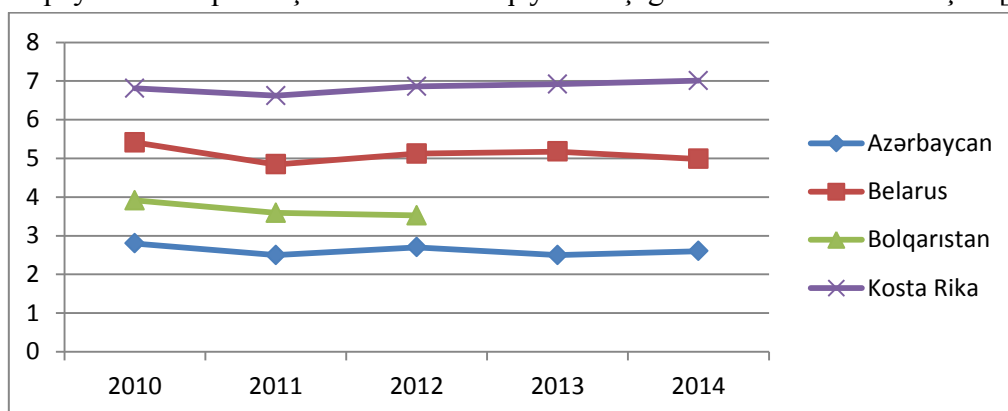
- təhsil xərclərinin ümumi daxili məhsulda payı;
- təhsil səviyyəsinə görə əhalinin bölgüsü.

Azərbaycanın təhsil xərclərinin ümumi daxili məhsulda payına əsasən digər ölkələrlə müqayisəsini müxtəlif parametrlərə görə aparmaq olar ki, bunların arasında MDB ölkələri ilə müqayisə, vaxtilə Sovet blokuna daxil olan hazırkı Şərqi Avropa ölkələri ilə müqayisə, ümumi daxili məhsulun həcminə görə, əhalinin sayı baxımından, neft ilə zəngin ölkələr (hətta neftlə zəngin islam ölkələri) ilə müqayisə və s. göstərmək mümkündür. Təbiidir ki, iqtisadi müqayisələr şərti xarakter daşıyır və daha çox kəmiyyət ölçülərinə əsaslanır. Bir çox hallarda bu cür müqayisə səthi təsvir yaradır. Əslində hər bir halda, institusional islahatların əhəmiyyəti unudulmamalıdır.

Aşağıdakı cədvəl Müstəqil Dövlətlər Birliyinə daxil olan bir qrup ölkənin təhsil xərclərini əks etdirir. Cədvəldən də göründüyü kimi, seçilmiş ölkələr arasında Moldova, Belarus və Ukrayna fərqlənir [10]. Azərbaycanda təhsil xərclərinin dinamika son 15 ildə fərqli dinamika nümayiş etdirmişdir. 2000-2004-cü illərdə təhsil xərclərinin ÜDM-də payı 3%-dən çox olsa da, sonrakı illərdə daha çox azalma tendensiyası müşahidə olunub. 2010-2014-cü illər üçün isə bu rəqəm müvafiq olaraq, 2.8%, 2.5%, 2.7%, 2.5%, 2.6% olmuşdur [11].



Bir digər müqayisə kimi, ümumi daxili məhsulun həcminə əsaslanan müqayisəni göstərmək olar. ÜDM iqtisadiyyatın ümumi mənzərəsini yaradan önəmli bir alətdir ki, onun vasitəsilə iqtisadiyyatdakı genişlənməni və ya kiçilməni, iqtisadiyyat üçün təhdid və riskləri müəyyən etmək, hər hansı qabaqlayıcı tədbirlər görmək şansı yaranır. Başqa bir deyimlə, ümumi daxili məhsulu havanın necə olacağını kosmosdan görməyə imkan verən peykə də bənzətmək olar. Bu baxımdan, Dünya Bankının statistikasına əsasən, ümumi daxili məhsulun həcminə görə, Azərbaycanla təxmini olaraq eyni sırada qərarlaşan ölkələrin müqayisəsi aşağıdakı cədvəldə verilmişdir [12]:

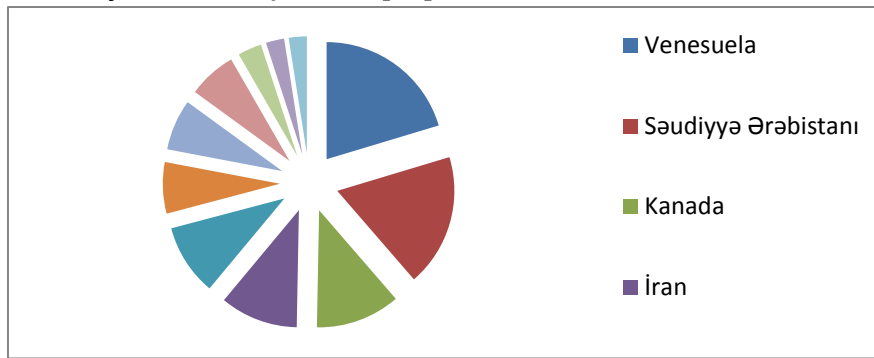


Cədvəldən Kosta-Rikanın digər ölkələri qabaqladığı aydın görünür. Ölkənin 2010-2014-cü illəri əhatə edən dövrdə təhsilə ayırdığı vəsait ümumi daxili məhsulun müvafiq olaraq 6.81%, 6.62%, 6.86%, 6.92%, 7.01% təşkil etmişdir.

Neftlə zəngin ölkələrin təhsilə ayırdıqları vəsait bəlkə də ən çox maraq doğuran müqayisələrdən biridir. Çünki neft gəlirlərinin düzgün diversifikasiyası gələcək onilliklər və əlbəttə gələcək nəsillər üçün əlverişli zəmin yaratmaqla olduqca böyük əhəmiyyət kəsb edir. İlk öncə təsdiq olunmuş neft ehtiyatlarının həcminə görə ilk 11-likdə olan ölkələrə nəzər salmaq [13]:

Qeyd etmək yerinə düşər ki, Venesuelanın 2015-ci il üçün təsdiq edilmiş neft ehtiyatları 300 milyard barel, Səudiyyə Ərəbistanı – 266 milyard barel, İran - 158 milyard barel, İraq - 142 milyard barel, Küveyt – 101 milyard barel, Birləşmiş Ərəb

Əmirlikləri – 98 milyard barel, Qatar - 25 milyard və s. təşkil edir. Azərbaycan üçün bu rəqəm 7 milyard barel təşkil edir [14].



Venesuelanı çıxmaq şərti ilə digər ölkələrdə islam dini hakimdir. Müqayisə olaraq neftlə zəngin islam ölkələrinin seçilməsi təsadüf deyil. Çünki dünyada islam ölkələrində iqtisadi artımın yalnız neft gəlirləri hesabına mümkün olması faktı geniş yayılıb. Doğrudan, bu ölkələrdə adambaşına düşən ümumi daxili məhsulun həcmi çox yüksəkdir. Burada əsas məsələ neft ixracı hesabına formalaşan gəlirlərin hansı hissəsinin təhsilə yönəldilməsinin müəyyən edilməsidir. Məsələn, Səudiyyə Ərəbistanında büdcədən təhsilə ayrılmış xərclər 2015-ci ildə 57 milyard dollar (37 milyard funt sterling) və ya büdcənin ümumi xərclərinin 25%-ini təşkil etmişdir [15]. Ölkədə 1981-2008-ci illər aralığında təhsil xərclərinin ümumi daxili məhsulda payı ortalama olaraq 5.99% təşkil etmişdir ki, 1981-ci ildə 3.89%-lik minimum 1998-ci ildə 8.34% olmaqla maksimum həddə çatmışdır [16]:

Qətərdə təhsil xərclərinin tarixi trendinə nəzər saldıqda, əsas etibarilə 1998-ci ildən başlayaraq ümumi artımı görmək mümkündür [17].

Digər önəmli neft ixracatçısı olan İranda 1971-2014-cü illər arasında təhsil xərclərinin ümumi daxili məhsulda minimum payı 1974-cü ildə 2.83% olmuş, maksimum göstərici isə 1981-ci ilə təsadüf etmişdir. Həmin zaman təhsilin ÜDM-də payı 7.47% olmuşdur [18]:

Təbiidir ki, təhsil xərcləri insan inkişafının əsas komponentlərindən olmaqla İnsan İnkişafı Hesabatlarında da özünü göstərmişdir. Son illər adıçəkilən ölkələr hesabatda mütəmadi olaraq “yüksək” və “çox yüksək” insan inkişafı qrupunda yer almışlar. 2015-ci ildə nəşr olunmuş İnsan İnkişafı Hesabatında Qatar 32-ci (0.850), Səudiyyə Ərəbistanı 39-cu (0.837), Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri 41-ci (0.835), Küveyt 48-ci (0.816) sırada qərarlaşmaqla “çox yüksək insan inkişafı”, İran isə 69-cu (0.766) sırada qərarlaşmaqla “yüksək insan inkişafı” qrupunda yer almışdır [19].

Təhsil amili əmək bazarında tələb və təklif arasındakı uyğunsuzluğun aradan qaldırılması üçün mühüm alətdir. Məhz bu faktor işəgötürənlərin seçimlərində həlledici rol oynayır. Hazırlıqlı, bilikli işçi qüvvəsi şirkətlərə rəqiblər üzərində üstünlük qazandırmaqla, həm də rəqabət apara bilmək imkanlarını artırır. Bununla

belə, 90-cı illərdən başlayaraq ABŞ və Avropa ölkələrində korporativ universitetlər də geniş vüsət almağa başlamışdır. Bu cür universitetlər ənənəvi bildiyimiz ali təhsil ocaqlarından daha çox hər hansı bir işin özəlliklərini, eyni zamanda şirkət tərəfindən müəyyən olunmuş hədəflərə çatmaq üçün bacarıqlı və bilikli işçi qüvvəsinin öyrədilməsini əhatə edir. 1993-cü ildə yalnız 400 şirkətdə mövcud olan korporativ universitetlər, 2001-ci il etibarilə artıq 2000-dən çox şirkətdə yaradılmışdır [20]. IBM (ABŞ), Bank Santander (İspaniya), Huawei (Çin), Infosys (Hindistan), Boeing (ABŞ) kimi meqaşirkətlər də korporativ universitetlərə sahibdirlər [21].

“Deloitte” firması tərəfindən 2014-cü ildə aparılmış qiymətləndirməyə əsasən dünyada korporativ təhsilin müxtəlif formalarına çəkilən illik xərclər 130 milyard ABŞ dolları təşkil edir. ABŞ-ın özündə bu rəqəm illik 70 milyard dollara bərabərdir. Texnologiya sferasında fəaliyyət göstərən firmalar il ərzində bir işçinin təhsilinə 1800 dollar pul xərcləyir [22].

Hesablamalara əsasən, 2013-cü ildə Rusiyada firmalar öz işçilərinin təhsilinə 46.7 milyard rubl xərcləmişlər. Rusiyanın ən böyük kommersiya bankı olan “Sberbank” öz əməkdaşlarının təhsili üçün 2014-cü ildə 2.1 milyard rubl, 2015-ci ildə isə 3.4 milyard rubl xərcləmişdir [21, s.1]. Nə qədər paradoksal səslənsə də, aparılmış sorğular 60%-a qədər işəgötürən öz işçilərinin bilik səviyyəsinin qənaətbəxş olmadığını vurğulamışdır.

Əmək ehtiyatlarının vacib keyfiyyət parametri onların səmərəli istifadəsidir. Hərçənd, səmərəli istifadəni çətinləşdirən, eyni zamanda əmək ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi üçün istifadə olunan digər bir sosial-iqtisadi faktor - işsizlik mövcuddur. Beynəlxalq Əmək Təşkilatının metodologiyasına əsasən işsiz olan, lakin işəxtaran və hal-hazırda işə başlamağa hazır olan əmək qabiliyyətli yaşda olan insanlar işsiz olaraq qəbul edilir [23]. İşsizlik işsizlərin sayının iqtisadi fəal əhəlinin sayına nisbəti kimi hesablanır. İşsizlik həm ayrıca götürülmüş hər hansı bir ölkəyə, həm də bütünlükdə dünya ölkələrinə öz potensiallarını reallaşdırmaqda ciddi maneədir. Son statistik göstəricilərə əsasən Avropa Birliyinə daxil olan ölkələr arasında ən yüksək işsizlik faizi Yunanıstanda qeydə alınmışdır. Bu ölkədə işsizlik göstəricisi 23.4% təşkil edir. Yunanıstanı 19.2%-lə İspaniya izləyir. Portuqaliya və İtaliya kimi Cənubi Avropa ölkələrində işsizlik müvafiq olaraq 10.8% və 11.6%-dir. Ən aşağı göstəricilər Çexiya (3.8%), Almaniya (4.1%) və Böyük Britaniyada (4.7%) müşahidə edilmişdir [24].

ABŞ Əmək Departamentinin məlumatlarına əsasən 2015-ci ildə aparılmış əhali sorğusu 25 yaşdan yuxarı insanlar arasında işsizlik göstəricisi, gəlir və təhsil səviyyəsi üzrə asılılığı göstərmişdir [25]:

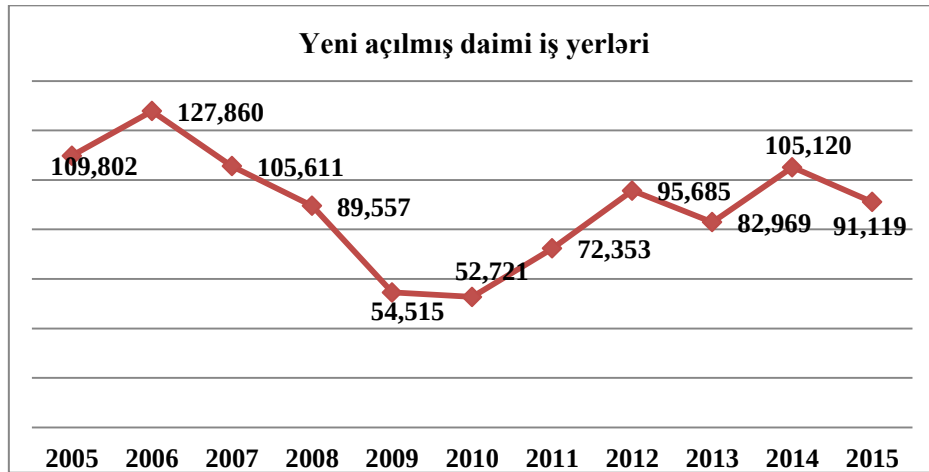
Təhsil səviyyəsinə uyğun olaraq işsizlik və mənfəət, 2015		
Təhsil səviyyəsi	İşsizlik səviyyəsi (faiz)	Həftəlik orta gəlir
Doktorantura (Doctoral degree)	1.7	\$1,623
Magistratura (Master's degree)	2.4	1,341
Bakalavr (Bachelor's degree)	2.8	1,137
Subbakalavr (<u>Associate's degree</u>)	3.8	798
Kollec (Some college, no degree)	5.0	738
Ümumi orta təhsil (High school diploma)	5.4	678
Natamam orta təhsil (Less than a high school)	8.0	493

Sorğunun nəticələrinə əsasən bütün təhsil səviyyəsində olan insanlar arasında işsizlik səviyyəsi 4.3% və həftəlik orta gəlirlər 860 ABŞ dollar təşkil etmişdir.

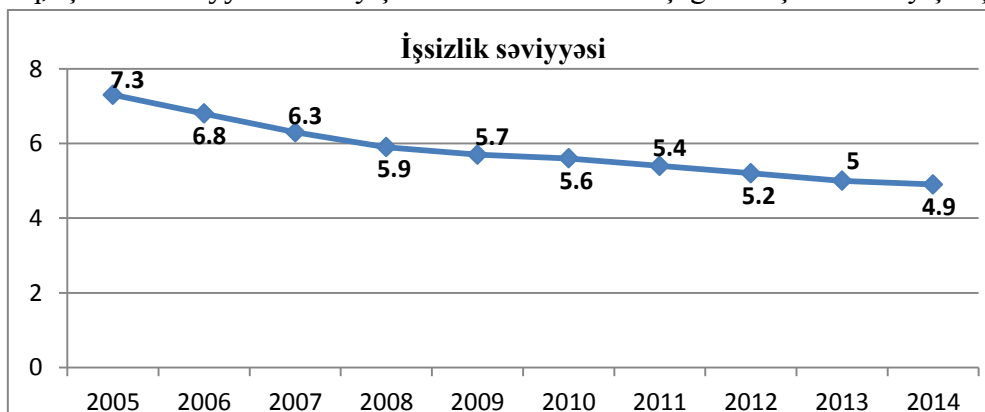
Müxtəlif dünya ölkələrində işsizlikdən müdafiə məqsədilə fərqli sosial-iqtisadi siyasət həyata keçirilir. Bura işsizlikdən sığorta, sosial müavinətlər, əmək bazarının tənzimlənməsi, işsizlikdən müdafiə üçün liberal model sistemi və s. aiddir. İşsizliyin azaldılması, dolayısıyla məşğulluğun təmin edilməsi üçün bir neçə yanaşma mövcuddur. Yanaşmalardan biri əmək bazarının özünü tənzimləməsidir, ikinci bir yanaşma məşğulluğun təmin edilməsi üçün dövlət müdaxiləsi, bir digər yanaşma isə həm bazar iştirakçıları, həm də dövlət tənzimlənməsi yolu ilə əmək bazarına təsir etməklə məşğulluğun həll edilməsidir.

Azərbaycan Respublikasında son illərdə həyata keçirilən sosial-iqtisadi siyasətin əsas istiqamətlərindən biri də əmək bazarının inkişafı və işçi qüvvəsindən səmərəli istifadə edilməsidir. Ölkədə aparılan islahatlar iqtisadiyyatda əsaslı keyfiyyət dəyişikliklərinə səbəb olmuş, dinamik iqtisadi inkişaf təmin edilmişdir. Regionların iqtisadi inkişafının təmin edilməsi, əhəlinin sosial rifahı və həyat səviyyəsinin daha da yüksəldilməsi, ölkə iqtisadiyyatının, xüsusilə qeyri-neft sektorunun inkişafı istiqamətində müvafiq tədbirlər həyata keçirilmişdir. Əmək ehtiyatlarından daha dolğun istifadə etməklə əhəlinin səmərəli məşğulluğunun təmin edilməsi, əhəlinin özünü məşğulluğunun inkişafı üçün şəraitin yaradılması, əmək bazarında tələb və təklif arasında uyğunluğun gücləndirilməsinə yönəldilmiş institusional infrastrukturun təkmilləşdirilməsi məqsədilə 2006-2015-ci illəri əhatə edən Məşğulluq Strategiyası təsdiq edilmişdir [26]. Məşğulluq Strategiyasında müəyyən edilmiş prioritet hədəflərə çatmaq üçün birinci mərhələdə 2007-2010-cu illər üçün [27], ikinci mərhələdə isə 2011-2015-ci illər üçün Dövlət Proqramları [28] təsdiq edilmişdir.

Adları çəkilən Strategiya, Dövlət Proqramlarının uğurlu icrası nəticəsində 2005-2015-ci illəri əhatə edən dövr ərzində respublikada yeni açılmış daimi iş yerlərinin sayı aşağıdakı cədvəldə verilmişdir [29]:



Daimi iş yerinin yaradılması ölkədə əmək qabiliyyətli əhali arasında məşğulluq səviyyəsinin əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlməsinə imkan vermişdir. Buna müvafiq olaraq, işsizlik səviyyəsinin dəyişməsinin dinamikası aşağıdakı şəkildə dəyişmişdir:



Nəticə və təkliflər. Əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə mühüm sosial və iqtisadi indikatorlardan biridir. Əmək bazarında tələb və təklif arasında tarazlığın təmin olunması, işsizlik kimi sosial problemin həll edilməsi, əhəlinin məşğulluğunun təmin edilməsi əmək ehtiyatları sahəsində düzgün siyasətin aparılmasını labüd edir. Əmək ehtiyatlarının düzgün qiymətləndirilməsi, onların ehtiyaclarının qarşılınması orta və uzunmüddətli dövrdə iqtisadi inkişafa müsbət töhfə verilməsini şərtləndirir.

Eyni zamanda, əmək ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi, onların potensialından effektiv istifadə baxımından aşağıdakıların diqqətdə saxlanılması iqtisadi inkişafın bütün sahələrində müsbət dəyişikliklərə gətirə bilər:

- Korporativ təhsilə ayrılan vəsaitlərin artırılması. Bu ilk növbədə şirkət və müəssisələrə orta və uzunmüddətli dövr ərzində bazarda dəyişən konyunkturaya uyğun olaraq rəqabət üstünlüyünü təmin edir. Bilikli işçi qüvvəsi yeni texnologiyaların mənimsənilməsi, bəzi hallarda isə çevik qərar verilməsi, yeni strategiya və hədəflərin seçilməsi üçün əvəzedilməz faktordur. Bəzi ölkələrin təcrübələri hətta iqtisadi böhran vaxtlarında belə firmalar tərəfindən öz əməkdaşlarının təhsili üçün kifayət qədər vəsait xərcləndiyini göstərir.

- Təhsil xərclərinin ümumi daxili məhsulda payının artırılması. Bir çox ölkələrin təcrübələri təhsil səviyyəsi və əhalinin gəlirləri, həmçinin iqtisadi artım arasında bir-başə əlaqə olduğunu göstərmişdir. Təhsil səviyyəsinin yüksək olması gələcəkdə ölkənin elm, innovasiya ixdal edən dövlətdən elm ixrac edən, bununla yanaşı təhsil almaq üçün cəlbedici məkana çevrilməsinə şərait yaradır.

- Azərbaycanda məşğulluğun təmin edilməsi istiqamətində bir çox dövlət proqramı və strategiyalar uğurla icra edilmişdir. Bununla belə, gələcəkdə də məşğulluğun təmin edilməsi mərhələli xarakter daşımali və hər bir mərhələ üçün dəqiq hədəf və prioritetlər müəyyən edilməlidir.

- Təhsil səviyyəsindən asılı olaraq insanların gəlirlərinin dəyişməsi danılmaz faktır. Bir çox hallarda hər hansı təhsil pilləsini bitirən şəxs üçün daha yuxarı təhsil pilləsinə keçid çətinləşir. Bu məqsədlə bir təhsil pilləsindən digər təhsil pilləsinə keçidin asanlaşdırılması istiqamətində işlərin həyata keçirilməsi həm bu kateqoriyadan olan insanların gəlir səviyyəsinin artmasına, həm də ümumilikdə iqtisadi artıma dəstək verə bilər.

Ədəbiyyat

- [1] Economics and sociology. Labour Force Availability as an Economic Development Factor in Post Socialist Countries.
- [2] <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/375185>
- [3] <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=3&page=35>: "Человеческий капитал как междисциплинарная область исследований"
- [4] http://www.personal.psu.edu/afk119/blogs/career_tech_ed/2009/12/human-capital-development-theory.html: Human Capital Development Theory: Implications for Education - Comparison of Influential Twenty-First Century Economists Samuel Bowles and Gary S. Becker
- [5] https://az.wikipedia.org/wiki/%C4%B0nsan_kapital%C4%B1 : İnsan kapitalı
- [6] <http://www.science.gov.az/news/open/653> : Görkəmli alim, xoşməramlı ziyalı
- [7] <http://www.azerbaijan-news.az/index.php?mod=3&id=90176>
- [8] <http://www.samedzade.az/az/pages/29/233> : Görkəmli iqtisadçı alim
- [9] https://www.oecd.org/edu/EAG%202012_e-book_EN_200912.pdf : Education at a glance 2012

- [10] <http://data.uis.unesco.org/?queryid=181> : Education: Expenditure on education as % of GDP (from government sources)
- [11] <http://budget.az/main?content=331> : Təhsil xərcləri
- [12] <http://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf> : Gross domestic product 2015
- [13] <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2244rank.html> : Country Comparison :Crude Oil - Proved Reserves
- [14] http://www.opec.org/opec_web/en/data_graphs/330.htm : OPEC share of world crude oil reserves, 2015
- [15] <https://www.gov.uk/government/publications/saudi-arabia-record-budget-for-2015/saudi-arabia-record-budget-for-2015> : Saudi Arabia - record budget for 2015
- [16] <http://www.theglobaleconomy.com/SaudiArabia/>
- [17] http://www.theglobaleconomy.com/Qatar/Education_spending/
- [18] http://www.theglobaleconomy.com/Iran/Education_spending/
- [19] http://hdr.undp.org/sites/default/files/2015_human_development_report.pdf: Human Development Report 2015, Work for Human Development
- [20] https://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_university
- [21] <http://www.rbc.ru/business/27/04/2015/552c5db89a7947afb2f0f06a>: Зачем Сбербанку собственный университет стоимостью больше 10 млрд руб
- [22] <http://www.forbes.com/sites/joshbersin/2014/02/04/the-recovery-arrives-corporate-training-spend-skyrockets/#78f3b6234ab7>: Spending On Corporate Training Soars: Employee Capabilities Now A Priority
- [23] <http://laborsta.ilo.org/applv8/data/c3e.html> : Main statistics (annual) - Unemployment
- [24] http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Unemployment_rates_seasonally_adjusted_October_2016.png: Unemployment rates, seasonally adjusted, October 2016
- [25] https://www.bls.gov/emp/ep_chart_001.htm: Earnings and unemployment rates by educational attainment
- [26] <http://e-qanun.az/framework/10793>: Azərbaycan Respublikasının məşğulluq strategiyası (2006-2015-ci illər)
- [27] <http://e-qanun.az/framework/13340> : Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyasının həyata keçirilməsi üzrə Dövlət Proqramı (2007-2010-cu illər)
- [28] <http://e-qanun.az/framework/22533> : Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyasının həyata keçirilməsi üzrə 2011-2015-ci illər üçün Dövlət Proqramı
- [29] <http://stat.gov.az/> : Yeni açılmış daimi iş yerləri

YERLİ ÖZÜNÜİDARƏETMƏNİN İNKİŞAFINDA İNNOVASIYA İNVESTİSİYALARININ ROLU

S.N. Musayeva

i.f.d., b.m., UNEC

mob: 050-647-21-37; iş nömrəsi: 012-440-05-62

sevil.musayeva.1980@mail.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 05 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 27 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 05 January 2017; accepted 27 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Yerli özünüidarəetmənin iqtisadi əsaslarının inkişafında əsas məqsəd yerli əhəmiyyətli məsələlərin həllində effektivliyi yüksəltməkdir. Məlum olduğu kimi, yerli özünüidarəetmənin inkişafının əsasında iqtisadi proseslər dayanır. Belə ki, yerli cəmiyyətin iqtisadi fəaliyyətini “bələdiyyə təsərrüfatı” anlayışı ilə ifadə etmək olar. Bələdiyyə təsərrüfatını yerli özünüidarəetmə orqanlarının iqtisadi və təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirdiyi bir alət kimi qəbul etmək olar. Birbaşa layihələri sosial cəhətdən dəqiq istiqamətlənməlidir. Bu layihələr yüksək dərəcədə kommersiya riskləri daşıyır. Sosial sahədə və ya mühəndis infrastruktur sahəsində olan layihə əmtəə və xidmətlərin istehsal xərclərini əhəmiyyətli dərəcədə azaltmağa imkan verir və uyğun olaraq bu layihə yüksək səmərəliliyə və qısa müddətdə özünü doğrultmağa qadirdir. Ölkəmizdə mövcud sektorda xərclər daha çox olduğundan, bu, bizim ölkəmiz üçün daha çox aktualdır. Belə ki, yatırımlar mövcud ərazidə biznes üçün müsbət şəraitin formalaşmasına birbaşa təsir göstərir və investisiyanın cəlb olunması mübarizəsində ərazinin rəqabət qabiliyyətini yüksəldir.

Açar sözlər: yerli özünüidarəetmə, həll, iqtisadi proseslər, bələdiyyə təsərrüfatı, layihə.

JEL Classification Codes: O31, R42, H76

THE ROLE OF INNOVATION INVESTMENT IN DEVELOPMENT OF LOCAL SELF GOVERNMENT

Abstract

The main purpose in development of economic basis of local government is the increasement of efficiency of the solution of the local importance problems. It is evidence that, the economic processes stand on the basis of the development of local self-governance. So, the economic activity of local society would be expressed by the notion of “municipal economy”. The municipal economy can be accepted as a tool of implementing economic and production activity of local government bodies.

The projects in the field of social or engineering infrastructure give the the chance to reduce the production expenditures of commodity and services. Appropriately this project leads to high efficiency and can prove itself in a short period. The expenses towards the existing sector are much more in our country and so it is very urgent so the capital investments directly influence to the formation of positive condition for business and increases the competitiveness of the territory in investment attraction.

Keywords: local government, solution, economic process, municipal economy, project

РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Резюме

Основной целью в развитии экономических основ местного самоуправления является повышение эффективности решения задач местного значения. Как известно, в основе развития местного самоуправления стоят экономические процессы. Так что экономическое развитие местного общества можно выразить понятием «муниципальное хозяйство». Муниципальное хозяйство следует воспринимать как инструмент претворения в жизнь экономической и хозяйственной деятельности органов местного самоуправления. Проект в области социальной или инженерной инфраструктуры делает возможным значительно уменьшить производственные затраты на товары и услуги и, соответственно, способствуя повышению рациональности, оправдывает себя.

Ключевые слова: местное самоуправление, решение, экономические процессы, муниципальное хозяйство, проект.

Yerli özünüidarəetmənin iqtisadi əsaslarının inkişaf və təkmilləşdirilməsində əsas məqsəd yerli əhəmiyyətli məsələlərin həlli effektivliyini yüksəltməkdir. Bu sferada əsas məsələlər aşağıdakılardır:

- 1) Yerli özünüidarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi;
- 2) Bələdiyyə təhsilinə yeniliklər gətirilməsi;
- 3) Yerli özünüidarəetmə orqanlarının strukturunun təkmilləşdirilməsi;
- 4) Yerli özünüidarəetmənin ərazi strukturlarının yaradılması;
- 5) Bələdiyyə mülkiyyətində olan maliyyə və material vasitələrinin uyğunluğunun təmin edilməsi;
- 6) Bələdiyyə təsərrüfatının idarəetmə effektivliyinin yüksəldilməsi.

Yerli özünüidarəetmənin inkişafının əsasında iqtisadi proseslər dayanır. Belə ki, yerli cəmiyyətin iqtisadi fəaliyyətini «bələdiyyə təsərrüfatı» anlayışı ilə ifadə etmək olar. Bələdiyyə təsərrüfatını yerli özünüidarəetmə orqanlarının iqtisadi və təsərrüfat

fəaliyyətinin həyata keçirdiyi bir alət kimi qəbul etmək olar. Bu məfhum mahiyyət etibarilə bir çox mənalarda işlədilir.

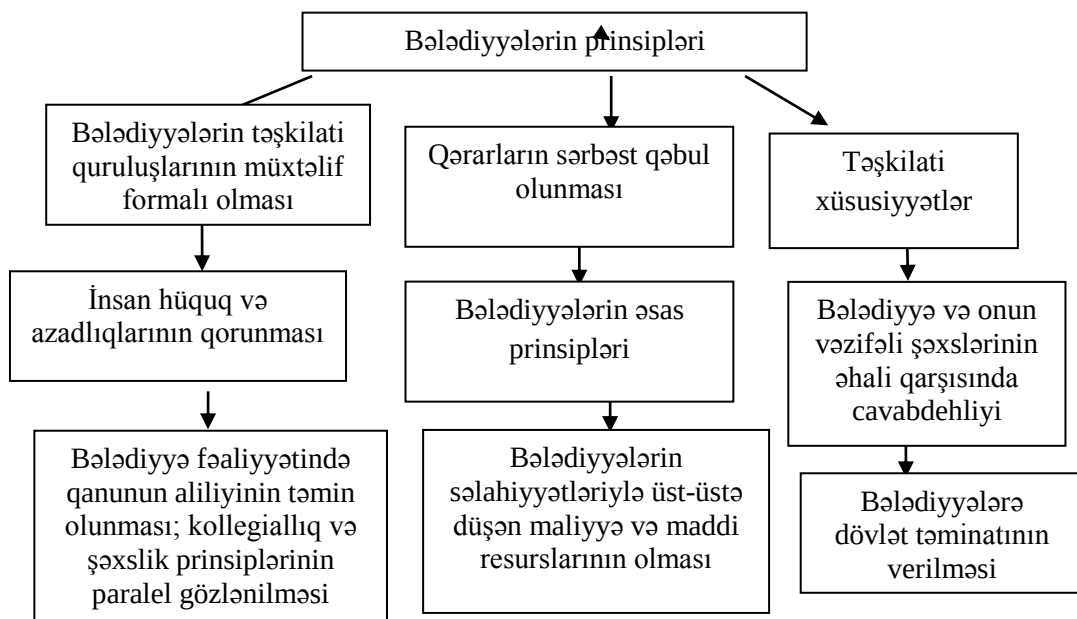
Bələdiyyə elminin klassiklərinin fikirlərinə əsasən bu, mülkiyyət formasından asılı olmayaraq təsərrüfat subyektlərinin davranışına təsir edən əhalinin və yerli özünüidarəetmə orqanlarının fəaliyyətidir.

Başqa bir nöqteyi-nəzərdən baxsaq, bələdiyyə təsərrüfatı bələdiyyə mülkiyyətinə aid olan müəssisə və təşkilatların məcmusudur.

Bir başqa fikirlərə əsasən, bələdiyyə təsərrüfatı qanunlar çərçivəsində hərəkət edən təsərrüfat subyektlərinə aiddir.

Bu anlayışlar içərisində bələdiyyə təsərrüfatını tam və dolğun ifadə edən fikir L.A.Velixova məxsusdur. Bələdiyyə təsərrüfatı dedikdə o, müəssisə və təşkilatların cəmini nəzərdə tutur ki, məhz bu təşkilatlar bələdiyyənin əhatə etdiyi ərazilərdə əhalinin ictimai tələbatlarının ödənilməsinə istiqamətlənmiş təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirir.

Bələdiyyə təsərrüfatı yerli əhəmiyyətli məsələlərin həlli məqsədini güdür. Bələdiyyənin nəticələrindən bələdiyyə ərazisində yaşayan bütün əhali istifadə edir. Bu zaman onlar bələdiyyə təsərrüfatının təklif etdiyi xidmətlərin «sifarişçiləri» kimi çıxış edirlər. Bu prosesin əsasında bələdiyyələrin müasir prinsipləri dayanır.



Sxem 1. Bələdiyyələrin müasir prinsipləri

Bələdiyyə təsərrüfatı müxtəlif təsərrüfat subyektlərindən ibarətdir və bu subyektlərin fəaliyyətini müvafiq yerli özünüidarəetmə orqanı müəyyən və koordinasiya edir.

Son zamanlar bələdiyyələr öz gələcəklərinin maliyyə vəsaitlərindən birbaşa asılı olduğunu başa düşmüşlər. Bu vəsaitlər isə yerli büdcəyə birbaşa, müxtəlif növ vergilərdən daxil olur. Bələdiyyələrin maliyyə vəsaitləri isə öz növbəsində gəlir gətirən kapital qoyuluşlarından çox asılıdır. Buna görə də, bələdiyyələrin investisiya kapitalının cəlb olunmasına daha çox diqqət yetirməsi vacibdir.

Lakin hələ də investisiyanın cəlb olunması prosesini ləngidən bir çox fikirlər mövcuddur. Məsələn, belə bir fikir mövcuddur ki, yerli hakimiyyət orqanlarından investisiyaların cəlb olunmasından çox şey asılı deyil və müsbət investisiya iqliminin yaradılması ilə bağlı bütün məsələlər daha yüksək səviyyələrdə həll olunur. Lakin bu belə deyil. Doğrudur, bəzən bələdiyyələrin imkanları hakimiyyət subyektləri tərəfindən məhdudlaşdırılır. Bununla belə, yerli idarəetmə orqanlarının rəşional investisiya siyasətini yürütmək üçün kifayət qədər mənbələri həmişə mövcuddur və bu mənbələr hesabına o, müsbət investisiya şəraitinin yaradılmasını təmin edə bilər.

Bələdiyyələr yerli özünüidarəetməni həyata keçirən zaman yerli əhəmiyyətli məsələlər meydana çıxır ki, bu məsələlərin həllində bələdiyyələr investisiyaların cəlb olunmasını təmin edə bilərlər.

Yerli əhəmiyyətli məsələləri şərti olaraq 3 qrupa ayırmaq olar:

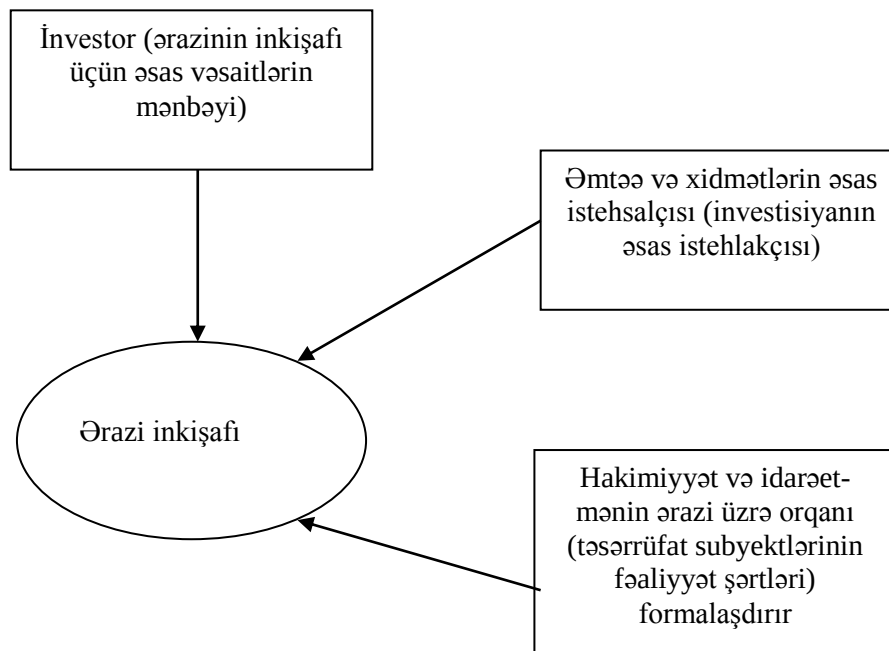
Birinci qrupa bələdiyyələrin administrativ orqanlarının nəzarəti altında olan məsələlər daxildir. Buraya yerli maliyyə vəsaitlərindən və bələdiyyə mülkiyyətindən istifadə aiddir. Bələdiyyələr üçün bu qrup məsələlər xüsusi administrativ resurslar hesab olunur və bu resursların köməyiə regionda investisiya mühitinin və bələdiyyələrin inkişafı üçün lazımi şərait formalaşdırılır.

İkinci qrupa idmanın, mədəniyyətin, əhaliyə xidmət sferasının, biznesin inkişafı üçün lazımi şəraitin təmin olunması ilə bağlı məsələlər daxildir. Bu məsələlərin həllində bələdiyyə administrasiyası xüsusi kapitalla qarşılıqlı təsirdə olur. Bələdiyyələr üçün bu qarşılıqlı təsirin əsas məqsədi – vergi ödəyən müəssisələrin sayının artması və yerli büdcəyə daxil olan vergilərin yüksəldilməsi, həmçinin əhalinin məşğulluq səviyyəsinin artırılmasıdır.

İndikativ idarəetmə ərazilərin idarə olunması zamanı investisiya proseslərinin həyata keçirilməsində əsas metoddur.

Hakimiyyət orqanlarının investisiya siyasətindəki əsas problemi dərk etmək üçün əsas iştirakçıların təyin olunması, həmçinin hakimiyyət orqanlarının rolunu və yerini müəyyən edən prinsipial mövqelərin müəyyənəşdirilməsi çox vacibdir. Burada əsas və vacib məsələ odur ki, investisiya siyasəti 3 əsas iştirakçının (əhalinin, investorun və investisiya istehlakçısının) ümumi maraqlarının əks olunduğu zonaya istiqamətlənsin.

Aşağıdakı şəkildə prosesin 3 başlıca iştirakçısının əsas rolları göstərilmişdir.



Sxem 2. Ərazi inkişafının iştirakçıları

Ərazinin inkişaf prosesi kifayət qədər çoxlu sayda resurs tələb edir. Ərazinin inkişafında resurs çatışmazlığı bütün ölkələrdə idarəetmə orqanlarının ağırlı cəhəti hesab olunur. Buna görə də, hətta XIX əsrdə bələdiyyə xadimləri arasında aşağıdakı aforizm çox məşhur idi: «Bələdiyyə idarəsi bacardığı qədər inkişaf edir».

İnkişaf üçün vacib olan resursların əldə olunması mənbələri məhduddur. Bunlara aşağıdakılar aiddir:

- təsərrüfat fəaliyyətindən yığılan vergilər əsasında formalaşan yerli və regional büdcələrin vəsaitləri;
- maliyyə təşkilatlarının kreditlərini və korporativ kreditləri özündə birləşdirən borc vəsaitləri;
- ərazidə yerləşmiş digər təsərrüfat subyektlərinin vəsaitləri.

Birinci qrupa daxil olan resurslar məhduddur. Belə ki, resursların müəyyən hissəsini hakimiyyət orqanları sosial infrastruktura yönəldirlər. Bələdiyyə müəssisələrinin vəsaitləri isə onların özünün inkişafına istiqamətlənməlidir.

İkinci qrup vəsaitlərdən istifadə layihələrin reallaşdırılmasında kommersiya riskləri, həmçinin kredit şərtləri ilə məhdudlaşır. Belə ki, bu zaman əhalinin vəsaitlərindən istifadə olunur. Korporativ kreditlərdən yüksək ictimai əhəmiyyətli konkret layihələrdə istifadə etmək olar. Bu zaman əhalinin hakimiyyət orqanlarına böyük inamı olmalıdır.

Qeyd olunanlardan belə məlum olur ki, yuxarıda sadalanan investisiya resurslarından yalnız birinci qrupa daxil olan resurslar hakimiyyət orqanları üçün birbaşa

investisiya qoymağa şərait yaradır. Bu resursun istifadəsi hakimiyyət orqanlarının səlahiyyətləri ilə məhdudlaşır.

Bu qrupun digər məhdudiyyəti isə investisiyaya yönəldilən vəsaitin özünün həcmi ilə bağlıdır. Hakimiyyət orqanları müvafiq layihələrin reallaşdırılması üçün lazım olan vəsaitlərə görə həmişə çətinlik çəkirlər. Belə ki, birbaşa investisiya layihələri sosial cəhətdən dəqiq istiqamətlənməlidir və bu layihələr yüksək dərəcədə kommersiya riskləri daşımır.

Lakin bu fikir həmin layihələrin aşağı səmərəliliyini əks etdirmir. Belə ki, sosial və ya mühəndis infrastrukturuna sahibində olan layihə əmtəə və xidmətlərin istehsal xərclərini əhəmiyyətli dərəcədə azaltmağa imkan verməklə bərabər, bu layihə yüksək səmərəliliyə və qısa müddətdə özünü doğrultmağa qadirdir.

Bu, bizim ölkəmiz üçün daha çox aktualdır, çünki bizdə mövcud sektorda xərclər daha çoxdur.

Hakimiyyət orqanlarının birbaşa investisiyalarının digər bir əhəmiyyətli rolu da vardır ki, bu da ərazilərdə biznes infrastrukturunun inkişafıdır. Mövcud yatırım hakimiyyət və idarəetmə orqanlarının sosial istiqamətləri ilə tam uyğundur, bu zaman risk minimaldır. Belə yatırımlar çox vacibdir. Belə ki, bu yatırımlar mövcud ərazidə biznesin inkişafı üçün müsbət şəraitin formalaşmasına birbaşa təsir göstərir və investisiyanın cəlb olunması mübarizəsində ərazinin rəqabət qabiliyyətini yüksəldir.

Yerli özünüidarəetmə orqanları dövlət və bələdiyyə investisiyalarını aşağıdakı sferalara yönəldə bilərlər:

- mühəndis infrastrukturunun inkişafına (nəqliyyat, rabitə, telekommunikasiya, su təchizatı, kanalizasiya, istilik sistemləri və s.). Belə ki, yaxşı təşkil olunmamış infrastrukturda istənilən investisiya layihəsi kifayət qədər baha və riskli olacaqdır;

- biznes infrastrukturunun müdafiəsinin formalaşdırılmasına. Bu qrupa mövcud ərazidə sığorta, maliyyə, konsaltinq şirkətlərinin mövcudluğu və biznesin inkişafı və genişlənməsi üçün kadrların hazırlanması aiddir. Düzgün qurulmuş biznesin müdafiə sistemi investisiya layihələrinin həyata keçirilməsində riskin aşağı salınması faktorlarından biri kimi çıxış edir;

- investisiya müdafiəsinin informasiya infrastrukturunun formalaşmasına. Bu faktor müasir hakimiyyət orqanları tərəfindən kifayət qədər qiymətləndirilmir. Belə ki, informasiya mühitinin yaradılması investora mövcud layihəni həyata keçirmək üçün vacib olan informasiyanı daha tez əldə etmək imkanı verir.

Investisiya layihələri bir qayda olaraq ərazi investisiya proqramları vasitəsilə reallaşdırılır. Proqram paketi hakimiyyət və idarəetmə orqanlarının həmin ərazi üzrə fəaliyyət planlarının bir hissəsini təşkil edir.

Fəaliyyət proqramı idarəetmə fəaliyyətinin xarakter və növlərinə görə qruplaşdırılmış 3 əsas bloku özündə birləşdirir:

1. Birbaşa investisiyalasdırma proqramı. Buraya ərazi investisiya layihələri aiddir.

2. Kənardan investisiyalasdırma proqramı. Buraya isə mövcud ərazinin digər mülkiyyətçiləri tərəfindən reallaşdırılan layihələr aiddir. Bu zaman hakimiyyət və idarəetmə orqanı onların fəaliyyətini koordinasiya edir.

3. Sosial investisiya layihələri. Buraya qeyri-kommersiya xarakterli layihələr aiddir. Bu layihələr mənfəət məqsədi güdmürsə, büdcə vəsaiti hesabına həyata keçirilir.

Bu qeyd olunanlardan belə məlum olur ki, hər 3 növ müxtəlif cür idarəetmə təsirlərinin olmasını tələb edir. Birinci halda bu, investisiyanın indikativ idarə olunmasıdır və lazımi infrastrukturun yaradılması ilə həyata keçirilir. İkinci halda, digər təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyəti koordinasiya olunmalıdır. Üçüncü halda isə əsas idarəetmə metodu kimi müəssisələrin şəbəkə idarəetməsi başa düşülür.

Beləliklə bütün bu idarəetmə təsirləri birbaşa və ya dolaylı formada müsbət investisiya mühitini formalaşdırır və ərazinin investisiya potensialını yüksəldir.

Ərazinin investisiya potensialı dedikdə, həmin ərazidə investisiya layihələrini həyata keçirən zaman yaranan risk dərəcələrini müəyyən edən faktorların məcmusu başa düşülür.

Bura həmçinin mənfəətin əldə olunması və bu layihələrin özünü doğrultma imkanlarının müəyyən olunması da aiddir.

Başqa sözlə desək, investisiya potensialı kimi ərazinin investor üçün cazibədarlığı və ya biznesin inkişafı üçün lazımi şəraitə malik olması başa düşülür.

Investisiya potensialını təşkil edən faktorlar 2 qrupa – dəyişən və dəyişməz faktorlara ayrılır.

Dəyişməz faktorlara aşağıdakılar aiddir:

- ərazinin coğrafi vəziyyəti (ərazinin coğrafi əlverişliliyi, əsas bazarlara, resurslara və nəqliyyat yoluna çıxış imkanı);
- təbii resursların mövcudluğu.

Başqa sözlə desək, bu faktorlarla barışmaq lazımdır. Belə ki, onlar həm müsbət, həm də mənfi ola bilər.

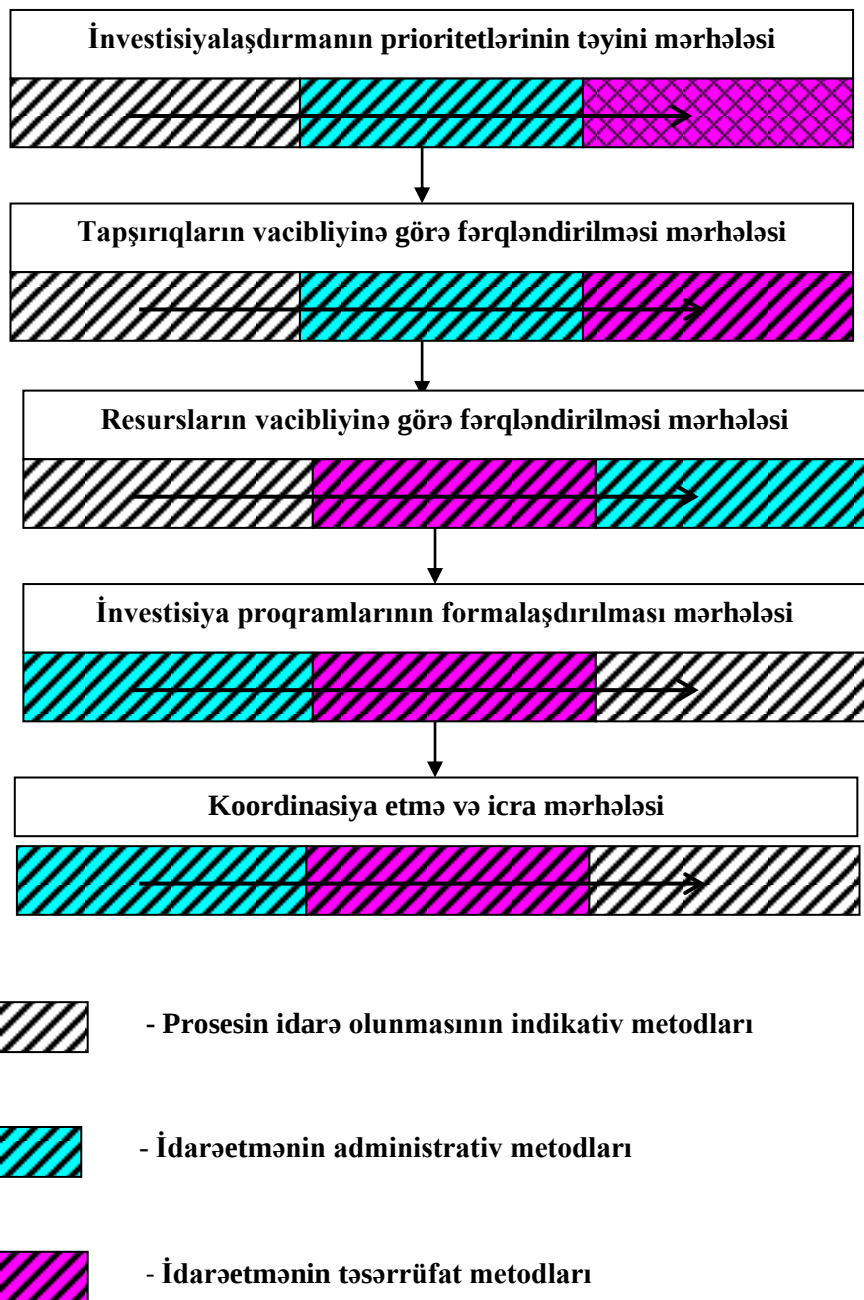
Dəyişən faktorlara isə müəyyən müddətdə dəyişməsinə görə fərqlənən faktorlar aiddir. Bu faktorlar 2 qrupa ayrılır:

- tədricən dəyişən faktorlar. Bura ərazinin texniki və nəqliyyat infrastrukturuna aiddir (yolların, limanların, aeroportların, qaz və neft kəmərlərinin, elektrik xətlərinin mövcudluğu). Eyni zamanda ərazinin intellektual potensialı, sosial, siyasi və iqtisadi vəziyyəti də bu qrupa daxildir;

- tezdəyişən faktorlar. Bura isə yerli qanunvericilik (bələdiyyə ərazilərində investisiya fəaliyyətini tənzimləyən normativ hüquqi aktlar sistemi), hakimiyyət və idarəetmə orqanlarının investora münasibətdə yürütdükləri siyasət daxildir.

Beləliklə, faktorların dəyişilməsinə təsir etməklə ərazinin ümumi investisiya potensialını dəyişmək mümkündür.

Bundan əlavə, dəyişməyən mənfi faktorlar həmin ərazinin nə vaxtsa cəlbedici olmasına dəlalət etmir. Ərazinin cəlbediciliyi dəyişən faktorlar yaxşılaşdıqda, dəyişməyən faktorlardan asılı olmur.



Şəkil 1. İnvestisiya siyasətinin formalaşması və həyata keçirilməsinin əsas mərhələsi

Buna görə də, bələdiyyənin investisiya siyasətinin əsasında dəyişən faktorlara təsir metodları dayanmalıdır.

Investisiya siyasətinin idarə olunması ərazinin idarə olunması prosesi ilə sıx əlaqədardır. Lakin bu xüsusiyyət ona ayrı bir proses kimi baxmağa maneçilik törətmir.

Şəkildə investisiya siyasətinin formalaşmasının və həyata keçirilməsinin əsas mərhələləri göstərilmişdir. Şəkildən məlum olur ki, hər mərhələdə idarəetmə və hakimiyyət orqanlarının müxtəlif bölmələri fəaliyyət göstərir və bu bölmələrin motivasiyası fərqlidir. Burada həmçinin proseslərin idarəetmə metodları da fərqlənir.

Birinci 3 mərhələni həyata keçirdikdən sonra bu haqda olan məlumatı müəyyən zaman müddətində “Investisiya siyasətinin əsas istiqamətləri” adlı sənədə daxil etmək lazımdır. Bu sənədin strukturu onun reallaşdırılması üçün seçilmiş metodlardan asılıdır.

Bələdiyyə qurumlarının investisiya fəaliyyətinin xüsusiyyətləri. Son vaxtlar bələdiyyələr onların gələcəyinin birbaşa olaraq yerli xəzinədarlığa daxil olan maliyyə vəsaitlərindən asılı olduğunu dərk etdikdən və maliyyə vəsaitlərinin də əsas mənbəyinin kapital qoyuluşlarından gələn gəlir olduğunu yəqin etdikdən sonra onlar öz diqqətlərini investisiya kapitalının cəlb olunmasına yönəltilmişlər.

Xüsusilə yerli əhəmiyyətli məsələlərin həllində investisiyaların cəlb olunması böyük rola malikdir. Yerli əhəmiyyətli məsələləri şərti olaraq aşağıdakı 3 qrupa bölmək olar:

I qrup - bilavasitə bələdiyyə orqanlarının nəzarəti və səlahiyyəti altında olan məsələlər. Buraya yerli maliyyə və ya bələdiyyə mülkiyyətindən istifadə kimi məsələlər aid edilir. Onların vasitəsilə regionda investisiya iqlimi yaxşılaşdırılır, digər qrup məsələlərin həllinə zəmin yaradılır.

II qrup - biznesin, əhaliyə xidmətin, mədəniyyət və idmanın inkişafı üçün şəraitin yaradılması ilə bağlı məsələləri əhatə edir. Onları həll edərkən bələdiyyə idarəetmə orqanları intensiv olaraq özəl kapitalla əlaqəyə girir. Bu əlaqənin də bələdiyyə üçün əsas məqsədləri vergi ödəyicisi olan müəssisələrin sayının artırılması, yerli büdcəyə daxil olan vergilərin artması, o cümlədən əhali məşğulluğunun yüksəldilməsidir.

III qrup - sosial əhəmiyyətli məsələləri, xüsusilə səhiyyə, təhsil idarələrinin saxlanması, əhəlinin elektroenergetika, qaz, istilik və su ilə təminatı kimi problemləri özündə birləşdirir. Bu qrup daha çox vəsait tələb edir. Yerli büdcə və əhali vəsaitləri yalnız belə idarələrin saxlanması xərclərini ödəyə bilər, onların təkmilləşdirilməsi və müasirləşdirilməsi isə yalnız xarici investisiyalar hesabına baş verir.

Bələdiyyə qurumlarının investisiya siyasətinin mahiyyəti aşağıdakı əsas vəziyyətlərlə özünü büruzə verir:

- yerli investisiya siyasətini digər lokal siyasətlərə uyğunlaşdırmaq və bələdiyyə fəaliyyətini təmin edən prioritet sosial, iqtisadi və ekoloji problemlərin müəyyən olunması;
- bələdiyyələrin maliyyə-iqtisadi bazasının möhkəmləndirilməsi məqsədilə əraziyə yerli və xarici investorların cəlb olunmasına yönəlmiş qaydalar sisteminin

işlənib hazırlanması;

- yerli investisiya siyasətinin mərkəzi siyasətlə uzlaşdırılması;
- investisiya resurslarının cəlb olunması və səmərəli istifadəsi üzrə aktiv nəzarət sisteminin yaradılması.

Bələdiyyə qurumlarına investisiyaların cəlb olunması konsepsiyası. Bələdiyyələrə investisiyaların cəlb olunmasının orijinal konsepsiyasının hazırlanması zəruriyyəti investisiya obyektı kimi onların xüsusiyyətlərinə əsaslanır. Bələdiyyə idarəetmə orqanları investisiya vəsaitlərini iki istiqamətdə axtarır tapmalı və onları əsasən gəlirli layihələrə yönəltməlidirlər. Aydındır ki, bələdiyyə qurumlarının investisiya iqlimi investisiya şəraitinin piramidası əsasında formalaşır: ölkənin investisiya mühiti, regionun investisiya iqlimi və bələdiyyə qurumunun öz investisiya potensialı və riski.

Ölkə iqtisadiyyatında bir tərəfdən donor-regionların, digər tərəfdən isə dotasiyalasdırılan regionların olması da investisiya iqliminə güclü təsir edir. Məsələn, mərkəzin dotasiyalarından çox asılılıq, yerli büdcədən istifadə olunması, regional siyasətin bu və ya digər prioritet istiqamətlərinin seçilməsində bələdiyyələrin daha çox mərkəzi hakimiyyətin qərarlarından asılılığına səbəb olur. Həmçinin qeyd etmək ki, iqtisadiyyatın dayanıqlı diversifikasiya olunmuş strukturu investisiya risklərini xeyli azaldır.

Investisiya iqliminin formalaşmasında əsas rolu coğrafi mövqe, təbii-iqlim xüsusiyyətləri, resurs təminatı, əhalinin demoqrafik strukturu oynayır. Həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, investisiya iqlimi regionun və konkret müəssisələrin rəqabət qabiliyyətliliyi ilə sıx bağlıdır. Investisiyanın cəlb olunması konsepsiyasının formalaşmasının prinsipləri aşağıdakılardır:

- 1) bələdiyyə ərazisində investisiya fəaliyyətinin hüquqi sferasının vahidliyi;
- 2) bələdiyyə qurumu ərazisində əlverişli investisiya iqlimi və təkmil investisiya infrastrukturunun yaradılması;
- 3) bələdiyyə qurumunun inkişaf xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq investisiya qoyuluşlarının diversifikasiyası;
- 4) investisiya fəaliyyəti iştirakçıların dəstəklənmə və stimullaşdırılması;
- 5) yüksək effektiv və tez reallaşan investisiya layihələrinin qarışıq maliyyələşdirilməsi (dövlət-özəl) və onun üzərinə sərt nəzarət qoyulması.

Ədəbiyyat

- [1] «Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası». Bakı–Qanun, 2009.
- [2] «Azərbaycan Respublikasında bələdiyyələrin fəaliyyətinə dair qanunvericilik əsasları». Bakı, «Qanun», 2006
- [3] «Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi». Bakı-Qanun-2008
- [4] Abdullayev E.I., Həsənova S.H. «Bələdiyyə hüququ». Bakı, ABU, «Təhsil» EIM, 2002

- [5] Ağayev R. «Yerli özünüidarə və Azərbaycanca yoxsulluğun azaldılmasında bələdiyyələrin rolu» Bakı-2006.
- [6] Aslanov A. «Yerli özünüidarə sistemində yerli xidmət barədə qeydlər». «Yerli özünüidarə məsələləri» bələdiyyələr üçün elmi-praktik jurnalı 2(13)-2004
- [7] Azadov E.H. «Bələdiyyələr yerli idarəetmənin təşkilati formasıdır». Bakı, 1998
- [8] Azadov E., Bağırzadə M., Əhmədov F., Mehtəliyev A., Fətullayev Ə. «Azərbaycan bələdiyyələri: ilk təcrübə, əsas problemlər və inkişaf perspektivləri» Bakı-2004.
- [9] Bayramov Q.T. «Bələdiyyələrdə biznes işinin təşkili». Bakı, «Adiloğlu», 2004.
- [10] Bələdiyyələr haqqında sənədlər toplusu. Bakı, «Qanun» nəşriyyatı. 2005.
- [11] Bələdiyyələrin təşkili, hüquqi vəziyyəti və fəaliyyəti (sənədlər toplusu). «Hüquq ədəbiyyatı» nəşriyyatı. Bakı-2003.
- [12] Bələdiyyə mülkiyyəti. «Bələdiyyə» qəzeti, 7 avqust 2002-ci il. № 04(04)
- [13] Əhmədzadə M., Ağayev Ə., Cəfərov E. «Bələdiyyələrdə mühasibat uçotu». Bakı, «Adiloğlu», 2003.
- [14] Cəfərov B.A., Cavadov Ə.Ə., Məmmədov S.D. «Bələdiyyələrin işinin təşkili». Bakı, «Qanun», 2004.
- [15] Güləliyev M., Zülfüqarlı M., Güləliyev Ç. «Yerli özünüidarə Avropa təcrübəsi» Vətəndaş Təşəbbüsləri mərkəzi. Bakı, «Çaşıoğlu» mətbəəsi, 2003.
- [16] Пукилкин А.В. «Экономика муниципального сектора». Москва, «ЮНИТИ-ДАНА», 2007.
- [17] Пукилкин А.В. «Экономика муниципального сектора». Москва, «ЮНИТИ-ДАНА», 2007.

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ И РЕЗЕРВОВ ИХ СНИЖЕНИЯ

А.А. Губадова

к.э.н., ст. преподаватель, UNEC

Ф.М. Мирзоева

ст. преподаватель, UNEC

E-mail: fmirzoeva@bk.ru; Mobil: (+994 50) 531 02 07

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 05 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 27 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 05 January 2017; accepted 27 March 2017; published online 03 April 2017

Резюме

В статье рассматриваются актуальные вопросы управленческого анализа производственных затрат и себестоимости продукции, который целесообразно проводить на предприятиях малого и среднего бизнеса, обоснована роль оперативного анализа в управлении затратами на производство в условиях инфляции и кризисной экономики. Целью исследования является выработка практических рекомендаций по выявлению резервов сокращения затрат на производство продукции (работ, услуг) кондитерских предприятий. Результаты проведенного анализа могут способствовать улучшению и совершенствованию организации проведения управленческого анализа затрат.

Ключевые слова: материальные затраты, затраты на оплату труда, непроизводительные расходы, брак в производстве.

JEL Classification Codes: M11

İSTEHSAL XƏRCLƏRİ VƏ ONLARIN AZALDILMASI EHTİYATLARININ İDARƏETMƏ TƏHLİLİNİN PRAKTİK ASPEKTLƏRİ

Xülasə

Məqalədə istehsal xərcləri və onların azaldılması ehtiyatlarının kiçik və orta biznes müəssisələrində aparılması məqsəduyğun olan idarəetmə təhlilinin aktual məsələləri nəzərdən keçirilmiş, inflyasiya və böhran iqtisadiyyatı şəraitində istehsal xərclərinin idarə edilməsində operativ təhlilin rolu əsaslandırılmışdır. Tədqiqatın məqsədi şirniyyat müəssisələri məhsullarının (işləri, xidmətləri) istehsalına olan xərclərin azaldılması ehtiyatlarının aşkar edilməsi üzrə praktik tövsiyələrin hazırlanmasıdır. Aparılmış təhlilin nəticələri xərclərin idarəetmə təhlilinin aparılması təşkilinin yaxşılaşdırılması və təkmilləşdirilməsinə kömək edə bilər.

Açar sözlər: material xərcləri, əmək xərcləri, səmərəsiz xərclər, istehsalda brak.

PRACTICAL ASPECTS OF MANAGERIAL ANALYSIS OF PRODUCTION SITES AND RESERVES FOR THEIR DECREASE

Abstract

This article discusses topical issues of management analysis of production costs and the cost of production, which is expediently carried out in small and medium businesses; It substantiated the role of operational analysis in the cost of production management in conditions of inflation and the crisis economy. The purpose of the research is to develop practical guidance on the identification of reserves to reduce costs for the production of goods (works, services) of confectionery companies. The results of the analysis can help to improve the organization and perfection of management of the analysis of costs.

Key words: material costs, labor costs, non-productive expenses, marriage in production.

Введение. В настоящее время каждый товаропроизводитель, стремясь к выпуску качественной и конкурентоспособной продукции, в то же время, заинтересован в экономном расходовании всех видов ресурсов. В этой связи большое значение имеет строгий учет и анализ использования материальных, трудовых и финансовых средств. На практике, для характеристики всех затрат живого и овеществлённого труда на изготовление продукции за определённый период, применяют термин «затраты на производство». Важно своевременно оценить складывающиеся хозяйственные ситуации с формированием этих затрат и себестоимости производимой продукции, вовремя вскрыть отрицательные причины и недостатки в работе предприятия, определить внутрихозяйственные резервы снижения производственных затрат. Всё это способствует более эффективному управлению производством и принятию нужных управленческих решений.

Отметим, что управление организацией предполагает ежедневную, ежечасную обработку поступающих многочисленных массивов информации. Именно в процессе анализа формируется и выдаётся информация о состоянии и движении материальных, трудовых, финансовых и др. ресурсов организации. Надо уметь отслеживать тенденции, понимать и оценивать характер имеющих место изменений в экономике предприятия за отчётный период. Такое осмысление и понимание входящей информации обеспечиваются посредством управленческого учёта и анализа, предоставляющих нужную информацию менеджменту [1]. Следует подчеркнуть, что после управленческого учета следующей функцией управления предприятием, на основе результатов выполнения которой принимаются управленческие решения, является управленческий анализ [2].

Управленческий анализ представляет собой важнейший элемент функции контроля, способствует оценке эффективности использования производственных ресурсов предприятия, подготовке информации для обоснования управленческих решений в сфере затрат, ценообразования и др. Объектом анализа затрат может быть весь объем произведенной и реализованной продукции, производственные затраты, отдельные виды продукции, отдельные виды производств, отдельные технологические процессы и операции. В системе управления затратами анализ заканчивает функциональный цикл и одновременно является его началом.

Подчеркивая роль управленческого анализа как сложноэлементного образования, включающего оперативный, тактический и стратегический анализ, А.Д. Шеремет уточняет, что управленческий анализ является еще более развернутым анализом, по сравнению с комплексным анализом хозяйственной деятельности... При узкой трактовке управленческого учета и анализа их область часто ограничивается учетом и анализом затрат, в первую очередь себестоимости продукции [3].

Таким образом, проведение систематического и своевременного анализа всех расходов имеет важное значение для выявления резервов снижения производственных затрат и себестоимости продукции. Практика показывает, что существующий на сегодняшний день уровень организации планирования, учёта и анализа издержек производства имеет существенные недостатки на предприятиях среднего и малого бизнеса, не всегда проводится предварительный контроль и анализ возможных резервов снижения расходов, что существенно ослабляет значение показателей бизнес-плана как контрольных критериев, помогающих реально оценить сложившуюся ситуацию в формировании себестоимости продукции, особенно в условиях кризиса и инфляции. Все вышесказанное обосновывает выбор темы исследования и обуславливает актуальность представленной статьи.

Оценка факторов и резервов снижения производственных затрат. Практически на каждом предприятии, в том числе и по производству продуктов питания, менеджеры систематически ищут пути снижения издержек производства. Рассмотрим следующую типичную ситуацию. Малое предприятие «Сладости» занимается производством кондитерских изделий. Производство не автоматизировано. В штате организации 30 основных рабочих, 2 вспомогательных рабочих. Работники администрации: руководитель, 2 сотрудника бухгалтерии, два менеджера. Недавно, из-за роста цен на электроэнергию, себестоимость продукции увеличилась. В связи с этим руководителем было принято решение любыми возможными способами сократить себестоимость

до прежнего уровня. Для того, чтобы выяснить, за счёт чего это можно сделать, бухгалтером-аналитиком была составлена таблица (см. табл.1), в которой все затраты предприятия на выпуск продукции он распределил на основные и накладные. Эту таблицу бухгалтер передал менеджеру для принятия управленческого решения. Для того, чтобы отыскать практические резервы снижения затрат, проанализируем данные таблицы и выявим, за счёт чего предприятие может уменьшить себестоимость выпускаемой продукции (см. табл.1).

Таблица 1. Информация о затратах на производство продукции малого предприятия «Сладости»

Сгруппируем основные направления деятельности по снижению затрат

Элементы затрат	Сумма (в манатах)	Удельный вес каждого элемента в общей сумме затрат на производство (в %)
Основные затраты	2 539 260	81,01
В том числе		
Сырьё и материалы	1 784 960	56,94
Возвратные отходы	1 700	0,05
Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций		
Заработная плата основного персонала	756 000	24,12
Прочие основные затраты		
Накладные затраты	584 892	18,66
Производственные	339 092	10,82
В том числе		
Амортизация производственных основных средств	74 032	2,36
Затраты на топливо и энергию на эксплуатационные цели	142 000	4,53
Затраты на ремонт и техническое обслуживание оборудования	37 000	1,18
Заработная плата вспомогательного персонала	60 480	1,93
Потери от брака	7 580	0,24
Затраты по обеспечению санитарно-гигиенических и бытовых условий	18 000	0,57
Непроизводственные затраты	245 800	7,84
В том числе		
Заработная плата административного и общехозяйственного персонала	189 000	6,03
Амортизация офисных основных средств	1 800	0,06
Затраты на содержание зданий, занимаемых административно-управленческим персоналом	18 000	0,57
Итого затрат по производству	3 124 152	99,67
Внепроизводственные затраты	10 500	0,33
Итого полная себестоимость	3 134 652	100,00

следующим образом:

1) Мероприятия в сфере управления издержками, в первую очередь, связаны с экономией производственных издержек, особенно по статьям, имеющим наибольший удельный вес в структуре себестоимости. Производство материалоёмкое, т.к. больше половины затрат в себестоимости занимают материальные затраты (56,94%). Если учесть затраты на топливо и энергию на эксплуатационные цели (4,53%), то общая сумма будет 61,47%. По нашему мнению, необходимы строгое нормирование и контроль расхода сырья, грамотное калькулирование, повсеместный контроль за использованием каждой копейки, каждого килограмма сырья и материалов.

Сырье и материалы входят в себестоимость по цене их приобретения с учетом расходов на перевозку, поэтому правильный выбор поставщиков материалов влияет на себестоимость продукции. Нужно обеспечить поступление сырья и материалов от таких поставщиков, которые находятся на небольшом расстоянии от предприятия, работать с местными производителями, перевозить готовые продукты наиболее дешевым видом транспорта.

Далее, отметим, что снижение материальных затрат может быть обеспечено сокращением затрат на сырье и материалы за счет использования более дешевых компонентов изделий, но без ущерба, в то же время, качеству продукции, внедрением ресурсосберегающих технологий.

Повышение цен на электроэнергию требует необходимость её экономии. Здесь надо будет выяснить, сколько процентов тепла уходит на сторону. Если цены и дальше будут повышаться, то необходимыми должны быть следующие меры:

- введение поцехового электронного учета потребления электроэнергии;
- энергоемкое производство перевести на работу во вторую смену;
- в качестве элементов системы освещения можно рекомендовать использование очень экономных светодиодных светильников;
- для электроосвещения основных производственных помещений (за исключением отделений рецептурно-подготовительных, варочных, фасовки, упаковки) с малой плотностью рабочих мест и малой точностью зрительной работы необходимо применять систему комбинированного освещения, создавая нормируемый уровень освещенности только в зонах размещения рабочих мест;
- модернизация, закупка современного оборудования, которое позволяет, сократив затраты, увеличить мощности производства.

2) В части непроизводственных расходов:

В стоимостном выражении 37000 манат остались неучтенными (245 800 манат - (189 000 + 1 800 + 18 000) = 37000 манат). Они составляют 1,18% от

полной себестоимости $(7,84 \% - (6,03\% + 0,06\% + 0,57 \%) = 7,84 \% - 6,66 \% = 1,18\%)$ или $(37000 : 3\,134\,652 \times 100\%)$.

Удельный вес указанных расходов в общей сумме непроизводственных затрат занимает $15 \% (37000 : 245\,800 \times 100\%)$ – это немало. В основных затратах неучтенные затраты составляют $1,25\% (37000 : 245\,800 \times 100\%)$. Следует проследить за динамикой этих затрат и тщательно проанализировать их состав, проводить ежедневный анализ данных по затратам предприятия за прошедший период.

3) Заработная плата основного персонала занимает достаточно большой удельный вес в себестоимости продукции – $24,12 \%$, административного и общехозяйственного персонала – $6,03\%$. А заработная плата вспомогательного персонала – $1,94\%$. Итого $32,09\%$ трудовых затрат в себестоимости. Необходимо сокращение фонда оплаты труда или изменение системы оплаты труда с учетом результатов деятельности предприятия. По нашему мнению, можно пересмотреть расходы на персонал следующим образом (см. рис.2):

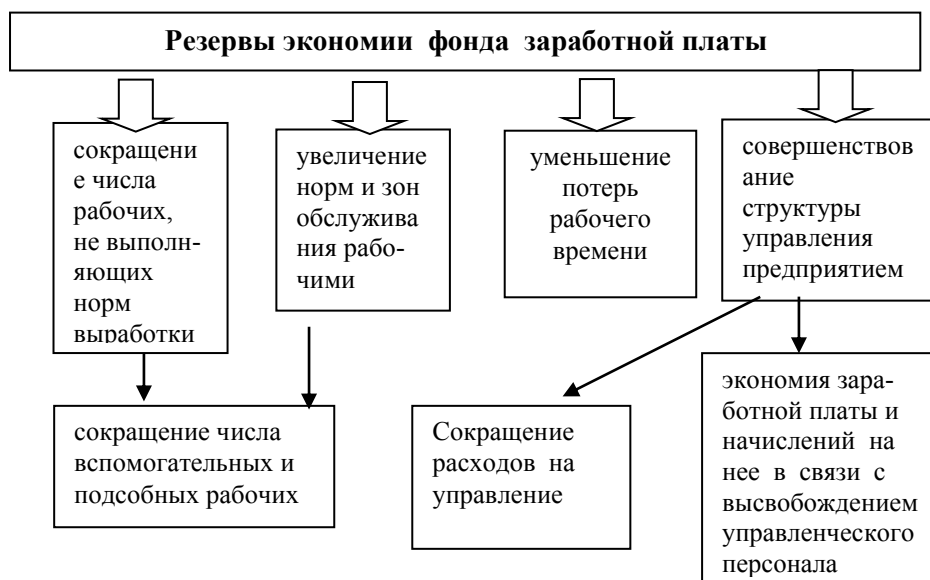


Рис.1. Резервы экономии затрат на оплату труда кондитерского предприятия «Сладости»

Заработную плату вспомогательного персонала – на 1 вспомогательного рабочего приходится 30 240 манат – если сократить зарплату каждого на 10% – высвободится 6048 манат $(30\,24 \times 2)$. Заработная плата административного и общехозяйственного персонала: на 1 административного работника приходится в среднем 37 800 манат – можно сократить на 10% – высвободится $3780 \times 5 = 18\,900$ манат. В этом случае будет экономия: 6048 манат + 18 900 манат = 24 948 манат.

Дополнительная экономия возникает при совершенствовании структуры управления предприятием в целом. Она выражается в сокращении расходов на управление и в экономии заработной платы и начислений на нее в связи с высвобождением управленческого персонала. Поэтому можно сократить 1-го менеджера, не уменьшая зарплату остальных – в этом случае экономия составит примерно 37800 манат. Всё это составит 2% от полной себестоимости $((37800 \text{ манат} + 24\,948 \text{ манат}) : 3\,134\,652 \times 100\%)$.

Значительное уменьшение затрат живого труда может произойти при увеличении норм и зон обслуживания, сокращении потерь рабочего времени, уменьшении числа рабочих, не выполняющих норм выработки. Эту экономию можно подсчитать, если умножить количество высвобождающихся рабочих на среднюю заработную плату в предыдущем году (с начислениями на социальное страхование и с учетом расходов на спецодежду, питание и т.п.).

В целом, считаем, что надо поставить и систематически выполнять задачу обеспечения такой структуры себестоимости, при которой примерно 45-50% приходится на стоимость сырья и материалов, 20-25% - на фонд заработной платы, оставшаяся - на налоги, вспомогательные, накладные и прочие расходы.

4) Повышение технического уровня производства (см. рис.2). Можно предложить сокращение численности основных рабочих с одновременным внедрением автоматизации производственных процессов, что даст определённую экономию фонда оплаты через некоторое время с учётом окупаемости автоматизации и позволит снизить долю фонда оплаты труда в себестоимости продукции [4].



Рис.2. Резервы снижения себестоимости продукции кондитерского предприятия «Сладости»

Фасовочный автомат, фасовочно-упаковочный автомат, автоматический весовой дозатор, специальное или универсальное оборудование для выработки

разнообразного ассортимента кондитерских изделий, устройства для подготовки сырья и приготовления различных полуфабрикатов для разных цехов - сиропная, начиночная станции, машины для просеивания, размола сахара и т.д. дают возможность повысить выработку на одного работника, а также сократить и численность вспомогательных и подсобных рабочих в производстве, и следовательно, экономии производственных и управленческих расходов.

Изменение номенклатуры и ассортимента производимой продукции является также одним из важных факторов, влияющих на уровень затрат на производство. При различной рентабельности отдельных изделий (по отношению к себестоимости) сдвиги в ассортименте в сторону более дешевых изделий, которые чаще покупают, могут приводить к уменьшению затрат на производство. Влияние изменений структуры продукции на себестоимость анализируется по переменным расходам по статьям калькуляции. Расчет влияния структуры производимой продукции на себестоимость необходимо увязать с показателями повышения производительности труда работников.

5) Улучшение организации производства. Для уменьшения себестоимости изделий можно предложить также следующий вариант:

- разбить бизнес-процессы организации на три части: поставки – производство – сбыт, оценить резервы снижения себестоимости на этих стадиях;
- проводить систематический анализ сбыта;
- ввести производственный контроль, контроль за выполнением планов и задач, систему проверок производства и управления качеством;
- определить, какую площадь занимает производство основной продукции, проанализировать, насколько часто меняется оборудование;
- определить, как можно использовать свободные площади, если они имеются;
- повысить коэффициент сменности, упорядочить подсобно-технологические работы.

6) Следующим фактором снижения расходов будет повсеместная компьютеризация всего документооборота, в т.ч. и учета затрат. Все производство надо охватить компьютерными сетями, все службы работают на одной базе данных, чтобы каждый специалист видел, как проходят средства. Это жизненно необходимо, если нужен оперативный и наглядный контроль за всеми видами технологических операций: от прихода сырья на склад и калькуляции до списания готовой продукции после её продажи. Существует множество бухгалтерских компьютерных программ, позволяющих успешно вести бухгалтерский учет и формировать отчетность, которые являются важнейшими источниками экономического анализа. На небольших предприятиях внедряются

обычно простые бухгалтерские системы типа «1-С Бухгалтерия», «Галактика» и т.п., имеющие в своем составе минимальные аналитические возможности.

7) Есть резервы снижения себестоимости выпускаемой продукции и за счет внедрения более прогрессивных методов менеджмента на предприятии, в том числе и создания здесь маркетинговой службы. На наш взгляд, эти мероприятия позволят управлять себестоимостью, планомерно добиваться ее снижения.

8) Эффективность мер по снижению себестоимости связана, в первую очередь, с ростом производительности труда рабочих, обеспечивающего в определенных условиях экономию на заработной плате. Рассмотрим, в каких условиях при росте производительности труда на предприятиях снижаются затраты на заработную плату рабочих. Увеличение выработки продукции на одного рабочего может быть достигнуто за счет осуществления организационно-технических мероприятий, благодаря чему изменяются, как правило, нормы выработки и соответственно им расценки за выполняемые работы. Увеличение выработки может произойти и за счет перевыполнения установленных норм выработки без проведения организационно-технических мероприятий. Нормы выработки и расценки в этих условиях, как правило, не изменяются [5].

В первом случае, когда изменяются нормы выработки и расценки, предприятие получает экономию на заработной плате рабочих. Объясняется это тем, что в связи со снижением расценок доля заработной платы в себестоимости единицы продукции уменьшается. Однако это не приводит к снижению средней заработной платы рабочих, так как проводимые организационно-технические мероприятия дают возможность рабочим с теми же затратами труда выработать больше продукции. Таким образом, проведение организационно-технических мероприятий с соответствующим пересмотром норм выработки позволяет снижать себестоимость продукции за счет уменьшения доли заработной платы в единице продукции одновременно с ростом средней заработной платы рабочих.

Во втором случае, когда установленные нормы выработки и расценки не изменяются, величина затрат на заработную плату рабочих в себестоимости единицы продукции не уменьшается. Но с ростом производительности труда увеличивается объем производства, что приводит к экономии по другим статьям расходов, в частности сокращаются расходы по обслуживанию производства и управлению.

С ростом объема выпуска продукции прибыль предприятия увеличивается не только за счет снижения себестоимости, но и вследствие увеличения количества выпускаемой продукции. Таким образом, чем больше объем производства, тем при прочих равных условиях больше сумма получаемой предприятием прибыли.

9) Большое значение имеет также ликвидация или минимизация брака в производстве. Брак представляет собой непроизводительные затраты производственных ресурсов. Он уменьшает выпуск годной продукции и значительно повышает её себестоимость [6,7]. Для избежания этого, прежде всего, необходим надлежаще организованный учёт и анализ производственного брака и потерь от него. Способствовать скорейшей ликвидации брака и потерь от него будет, на наш взгляд, ежедневный учёт и своевременный анализ каждого случая брака по причинам и виновникам в разрезе цехов, участков и рабочих мест.

На наш взгляд, для эффективной организации учёта брака необходима научно обоснованная классификация дефектов изделий (классификатор дефектов). Посредством такого классификатора дефектов могут быть решены такие важные задачи, как определение фактического показателя качества и уровня качества изделий; определение значительности дефектов при контроле; определение качества продаваемой продукции; получение оперативной информации по дефектам производства с использованием средств механизации.

Очень важное значение имеет также усиление роли учёта и контроля за качеством приобретаемых сырья и материалов, покупных полуфабрикатов, их соответствие установленным стандартам. При этом показатели качества поступающих материалов должны находить отражение в первичных документах, подтверждающих их получение, а также в регистрах по расчётам с поставщиками. Всё это в комплексе позволит улучшить учёт и анализ брака и уменьшить потери от него.

Заключение

1. Существенным моментом управления деятельностью предприятия является осуществляемый в процессе анализа контроль за соблюдением сметных (плановых) значений затрат на производство продукции. Использование аналитических процедур в контроле за изменениями затрат по экономическим элементам и статьям помогает определить основные направления поиска резервов снижения себестоимости продукции, выявить возникающие в процессе производства отклонения фактических расходов от нормативных (плановых). Проведенное исследование показало, что на данном предприятии нужна ежедневная тщательная работа над программой снижения производственных затрат, жесткое управление структурой себестоимости продукции.

2. На наш взгляд, в снижении производственных затрат и себестоимости продукции, в предупреждении перерасхода в течение месяца на предприятии важную роль может играть их оперативный анализ, осуществляемый на основе соответствующих первичных документов (лимитных карт, штатных расписаний, требований). Оперативный анализ отклонений по расходам на текущий

ремонт, содержание административных зданий, на охрану труда может быть организован путём контроля за соблюдением перечня должностей и ставок заработной платы аппарата управления, обслуживающего персонала, норм расхода вспомогательных материалов и др.

3. Считаем, что бухгалтер – аналитик должен очень активно участвовать в процессе разработки стратегии бизнеса данного предприятия, стремясь к снижению производственных затрат. Только в этом случае учет и анализ, являясь составными элементами учётно-аналитической системы, будут служить средством успеха.

Литература

- [1] Аббасова С.А. Управленческий учет и управленческий анализ как элементы учётно-аналитической системы управления: современные аспекты Журнал РФ «Экономика и предпринимательство» № 6 (ч.3) (59-3) 2015
- [2] Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : Учебник / - М. : ООО «ТК Велби», 2002. - С. 22.]
- [3] Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / – М.: ИНФРА – М, 2006. – 413 с
- [4] Каверина О.Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры. — М.: Финансы и статистика, 2005.
- [5] Вахрушина М.А. Управленческий анализ: объекты, методы, задачи // Современный бухучет. – 2004. – № 11.
- [6] Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учеб.– 7-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2012
- [7] Зонова А.В. Бухгалтерский учет и анализ: учеб. Пособие / А.В. Зонова, Л.А. Адамайтис, И.Н. Бачуринская; под. ред. А.В. Зоновой. – М.: Эксмо, 2009.

BİZNES PROSESLƏRİ MÜƏSSISƏNİN STRATEJİ AMİLİ KİMİ

H.A. Babayev

doktorant, UNEC

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 06 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart 2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 06 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Məqalədə strateji idarəetmənin mahiyyəti və mərhələləri verilmiş, strateji idarəetmə modelinin xüsusiyyətləri aşkara çıxarılmış və strateji inkişaf səviyyəsi təhlil edilmişdir. Biznes prosesinin mahiyyətinə nəzəri baxılmış və üstünlükləri araşdırılmış, biznes-proseslərin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üzərində qurulmuş maşınqayırma müəssisəsinin inkişaf strategiyasının məqsədlərinə nail olmaq üçün mərhələli model təklif edilmişdir.

Açar sözlər: biznes prosesi, strateji idarəetmə, müəssisənin inkişaf strategiyası, strateji inkişaf səviyyəsi, SWOT-təhlil metodu.

JEL Classification Codes: M11

BUSINESS PROCESSES AS A FACTOR ENTERPRISE'S STRATEGIC

Abstract

In an article were given the essence and stages of strategic management, revealed the features of the strategic management's model and analysed the level of strategic development. Examined theoretical views and advantages to the essence of business process, had been proposed phased model Established to assess the efficiency of business processes, in order to achieve the goals of the strategy of development of machine-building enterprises

Key words: business process, strategic management, development strategy of the company, the strategic development level, SWOT-analysis method.

БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ КАК ФАКТОР СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Резюме

В статье дана сущности, раскрыты этапы стратегического управления, выявлены особенности модели стратегического управления и был проанализирован уровень стратегического развития. Также были исследованы теоретические взгляды на сущность бизнес процесса и его преимущества, и предложена по-

этапная модель достижения поставленных целей стратегического развития машиностроительного предприятия.

Ключевые слова: бизнес процесс, стратегическое управление, стратегия развития предприятия, уровень стратегического развития, метод SWOT-анализа.

Giriş. Azərbaycanda mövcud olan şirkətlərin əksəriyyəti öz təcrübələrində strateji idarəetmədən istifadə etmir. Bu, həmin şirkətlərin inkişaf potensialını aşkara çıxarmağa və gələcək sərmayə yatırımlarını müəyyənləşdirməyə imkan vermir. Ölkənin heç bir təsərrüfatçılıq subyekti öz innovativ inkişaf strategiyasını yaratmadan arzuladığı nəticələrə nail olmaq üçün fundamental iş planına sahib ola bilməz. Biznes sahəsində uğur qazanmaqdan ötrü mükəmməl biznes proseslərinin çevik strategiyasını və həmin strategiyanın uğurlu reallaşdırılmasının effektiv mexanizmini işləyib hazırlamaq vacibdir.

1. Strateji idarəetmənin mahiyyəti və mərhələləri. İqtisadçıların çoxu innovativ davranışın daim artmaqda olan üsulunu gələcəkdə mühafizəkar, həm də bununla yanaşı, biznes metodu kimi, yəni sürətli artım yönümlü qabaqcıl metod kimi nəzərdən keçirir. Burada iqtisadçı alimlərin əksər hissəsi belə qənaətə gəlir ki, innovativ davranışın biznes metodu daha çox innovativ idarəetmə paradigması, daha doğrusu, strateji idarəetmə paradigması ilə uzlaşır [1, s.63].

Strateji idarəetmə konsepsiyasına görə, işlənmiş hər bir innovativ strategiya öz əksini innovativ proqramlar (innovativ portfel) formalaşdırılmaqla, müasir innovativ fəaliyyətin idarə edilməsi sistemində tapmalıdır. İnnovativ proqramın innovativ strategiyadan fərqi ondadır ki, innovativ proqram əslində strateji qərar və cari innovativ imkan kontekstində formalaşan orta müddətə hesablanmış menecment fəaliyyətinin nəticəsi kimi meydana çıxır. İnnovativ fəaliyyətin mövcud idarəetmə prosesi isə özünü real innovativ layihələrin yerinə yetirilməsi və innovativ portfelin restrukturizasiyası üzrə operativ idarəetmədə daha aydın göstərir.

Biznes üzrə strateji idarəetmə nəzəriyyəsində müəssisə monitorinqi və təhlil alətləri, habelə onun ətraf mühitə sürətli və vaxtında cavab vermə xassəsini artırmaq üçün müəssisədaxili quruluşa təsir alətləri öz əksini tapır.

Müəssisə öz fəaliyyətində özünə xas olan təşkilatlanma prosesini həyata keçirir ki, bu da strateji idarəetməni yaradır. Onun mühüm vəzifəsi müəssisənin ətraf mühit ilə münasibətində tarazlığı təmin etməkdir. Belə tarazlığın sabit olmadığını nəzərə almaqla şirkətin hər cür dəyişikliyə uyğun dinamik və fəal mövqeləşdirilməsinə nail olması lazımdır.

Strateji idarəetmədə xarici və yerli tədqiqatlar nəzərə alınmaqla, bir qayda olaraq, müəssisə strategiyası formalaşdırılarkən, aşağıda qeyd edilən başlıca mərhələlər diqqətə cəlb edilir:

1. Makroiqtisadi göstəricilər və amillər təhlil olunur. Mövcud makroiqtisadi göstəricilər təhlil edilərkən, bütövlükdə ətraf mühit üzrə iqtisadi təhlil aparılmalıdır. Aparılan təhlilin gələcəkdə şirkətin inkişaf istiqamətlərinə, hədəf və vəzifələrinə, onlara nail olmaq üzrə yanaşmalara və biznes modelinin xüsusiyyətləri barədə qərar qəbul etmə proseslərinə təsir göstərə bilmə ehtimalı yüksəkdir.

2. Siyasi göstəricilər və amillər təhlil olunur. Siyasi göstəricilər və amillər təhlil edilərkən, şirkətin inkişaf istiqamətlərinə, hədəf və vəzifələrinə, onlara nail olmaq üzrə yanaşmalara və müəssisə üzrə biznes modelinin xüsusiyyətləri barədə qərar qəbul etmə proseslərinə təsir etmək gücünə malik siyasi amillər məcmusu və ətraf mühit meylləri qiymətləndirilməlidir.

3. Sosial-mədəni göstəricilər və amillər təhlil olunur. Sosial-mədəni göstəricilər və amillər təhlil edilərkən, şirkətin inkişaf istiqamətlərinə, hədəf və vəzifələrinə, onlara nail olmaq üzrə yanaşmalara və müəssisə üzrə biznes modelinin xüsusiyyətləri barədə qərar qəbul etmə proseslərinə təsir etmək gücünə malik ictimai amillər qiymətləndirilir.

4. Normativ tənzimləmə təhlil olunur. Normativ tənzimləmə təhlil edilərkən, tənzimlənən mühitdə bütövlükdə inkişaf amilləri qiymətləndirilməli, şirkətdəki normadaxili cari və perspektiv dəyişikliklərin hamısı, əvvəlcədən məqbul sayılan yerli tənzimləmə cəhdləri nəzərdən keçirilməlidir.

5. Texnoloji amillər təhlil olunur. Bununla bərabər, yeni məhsullar yaratmaq və inkişaf etdirmək, informasiyaların işlənməsi vasitələrini və biznes prosesləri təkmilləşdirmək yolu ilə fəaliyyət sahəsinə təsir etmək gücünə malik müəssisələr qiymətləndirilməlidir.

6. Bazar proqnozu ssenariləri modelləşdirilir və təhlil olunur. Makromühitin inkişafı üzrə proqnoz ssenariləri fasiləsiz olaraq təhlil edilməlidir. Bazar ssenariləri proqnozlaşdırılarkən, ölkə iqtisadiyyatı üzrə başlıca inkişaf variantları, bazar segmenti üzrə təhlilin nəticələri, müəyyən edilmiş göstəricilər və amillər statistikasısı və başlıca meyllər üzrə əsaslandırılmalar, sosial-mədəni göstəricilər və amillər üzrə təhlilin nəticələri, normativ tənzimləmə üzrə təhlilin nəticələri, texnoloji amillər üzrə təhlilin nəticələri diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.

7. Makromühit barədə informasiyalar təqdim olunur. Makromühit üzrə təhlil yekunlaşdırılarkən makromühitin inkişafı ilə bağlı hesabatın tərtibinə ehtiyac vardır. Həmin hesabatın bölmələrinə aşağıdakılar aiddir:

- ölkənin iqtisadi inkişafı üzrə hazırkı vəziyyətin təhlil edilməsi və proqnozlaşdırmanın aparılması;

- müəssisə üzrə hazırkı mövqeyin təhlil edilməsi;
- müəssisə ilə onun başlıca rəqibləri arasında müqayisəli təhlilin aparılması.

8. Başlıca inkişaf amilləri müəyyən edilir. Başlıca inkişaf amilləri barədə qərar qəbulunda toxunulan məsələlər aşağıdakılardır:

- başlıca göstəricilərdən hansılar maksimuma çatdırılmalıdır, yəni sonrakı 10 ilin nəticələrində müəssisə hansı göstəricilərin ən yüksək mümkün kəmiyyətə çatacağını nəzərdə tutur;
- hansı göstəricilərə məhdudiyyət qoyulmalıdır;
- prioritet inkişaf istiqamətləri (müşəri və coğrafi segmentlər, məhsullar, daxili proseslər, texnologiyalar) müəyyən edilməlidir.

9. Vəzifələr formalaşdırılır. Vəzifələr hər bir şirkətin təyinatını ifadə edir. Burada səhmdarlar, işçilər, müştərilər və digər maraqlı şəxslərin dəyərliliyi və mənafeləri öz ifadəsini tapır.

10. Görüntü formalaşdırılır. Müəssisədə strateji görünüş müəssisənin gələcəkdəki fəaliyyətini, bazarda yerini və müəssisədaxili işin vəziyyətini formal şəkildə xarakterizə edir.

11. Məqsədli istiqamət formalaşdırılır.

Strateji qərarların əsasında strateji idarəetmədə ortaya çıxan bir çox qərar arasından yalnız bir qərarın məqsədyönlü və təsadüfi olmayan seçimi dayanır. Strateji idarəetmə modeli heç də strategiya yaratmaq mərhələsinin eyni deyildir. O həm strategiyayı əvvəlcədən layihələşdirən prosedurların, həm də bu strategiyanın həyata keçirilməsinə istinad edən mərhələləri birləşdirir.

2. Strateji idarəetmə modelinin xüsusiyyətləri və strateji inkişaf səviyyəsinin təhlili. Sənaye sahəsində müasir Azərbaycanın strateji idarəetmə modelinin tədqiqində onun aşağıdakı xüsusiyyətləri və fərqləri özünü qabarıq surətdə göstərir:

- resurs yanaşması strategiya formalaşmasına nisbətən üstündür, yəni davamlı rəqabət üstünlüyünə nail olmaq məqsədilə bir çox başlıca imkanlardan yararlanmaq cəhdi;
- biznes əməliyyatlarının həyata keçirilməsində qeyri-şəffaf mühit, nəticədə strategiyanın reallaşdırılmasında səmərəlilik aşağı düşür;
- qeyri-maddi aktivlər üzrə likvidliyin azalması və s.

Müəssisənin düzgün strategiyanın işlənilməsində ən mühüm amil onun strateji cari inkişaf səviyyəsinin dəqiq qiymətləndirilməsidir.

Yerli müəssisələrin fəaliyyətində strateji idarəetmənin rolu və əhəmiyyəti haqqında müasir təsəvvürlər iqtisadi böhranın aradan qaldırılmasında, modernləşdirmə və iqtisadi artımın yeni keyfiyyətinə nail olunması əsasında rəqabətqabiliyyətliliyin yüksəldilməsində ondan istifadənin ən mühüm zərurət kəsb etməsi haqqında nəticə çıxarmağa imkan verir [2], [3], [4]. Müəssisə bir çox amillərdən asılıdır və xarici

mühitin ən mühümlərindən biridir, belə ki, müəssisənin strateji idarəetməsinin əsas vəzifələrindən biri onun ətraf mühitə adaptasiyasıdır.

Müəssisənin inkişaf strategiyasının işlənilib hazırlanması üçün müəssisənin bazarda mövcud vəziyyəti, müəssisənin daxili ehtiyatları, əsas rəqibləri haqqında məlumatların təhlilini aparmaq lazımdır. Bu məlumatlar əsasında planlaşdırılan mənfəətin ölçüsü və onun dəyişməsi və proqnozları da qiymətləndirilir. Daha doğrusu, strateji planlaşdırma zamanı bazarda müəssisənin mövqeyi, xarici mühitin müxtəlif mümkün dəyişikliklərində müəssisənin mümkün inkişaf variantları haqqında tam təsəvvür olmalıdır [5], [6].

Strateji inkişaf səviyyəsinin təhlili çərçivəsində aşağıdakı amilləri nəzərə almaq lazımdır [7], [8]:

- bazarın cari vəziyyəti;
- sahənin inkişaf perspektivləri;
- müəssisənin potensialının hərtərəfli qiymətləndirilməsi;
- məhsulların müəyyən edilmiş standartlara və müştəri tələblərinə uyğunluğu;
- müəssisənin strateji məqsədləri;
- müəssisənin digər makro və mikro mühit amilləri.

Strateji inkişaf səviyyəsinə nəzarət vasitəsilə idarəetmə müəssisə strategiyası planlaşdırmasının firmanın imkanlarının planlaşdırması ilə eyni vaxtda həyata keçirilən idarəetməni özündə ehtiva edir. Bu, artıq erkən mərhələdə əvvəllər həyata keçirilməsi qeyri-mümkün olan strategiyaları seçməyə və onlardan reallaşdırılması daha çox güman edilənləri ayırmağa imkan verir. Bundan əlavə, müəssisə strategiyasının həyata keçirilməsində müəssisənin rəqabət mövqeyinin yaxşılaşdırılmasına yönəldilən fəaliyyətlə birlikdə, onun resurs bazası da inkişaf edir.

Fikrimizcə, müəssisənin strateji inkişaf səviyyəsi dedikdə, müəssisənin potensial və rəqabət üstünlükləri, eləcə də biznes prosesləri sisteminin səmərəlilik səviyyəsi baxımından ətraf mühitdə müəssisənin vəziyyəti başa düşülməlidir.

Strateji inkişaf səviyyəsi aşağıdakı xüsusiyyətlərə malik olmalıdır:

- müəyyən bir strategiya çərçivəsində dəyişməzliyi nəzərə almaqla müəssisənin uzunmüddətli məqsəd və vəzifələrinin əks olunması. Strategiyanın təshihə strateji inkişaf səviyyəsində dəyişikliklərə gətirib çıxarır;
- müəssisənin strategiyasının təmsilçiliyi: məhz strateji inkişaf səviyyəsi qarşıya qoyulan vəzifələrin yerinə yetirilməsində müəssisənin uğur və ya uğursuzluğunu əks etdirir, müəssisə özü həll edə bilər ki, inkişaf hansı yolla getsin və müvafiq olaraq, hansı strateji inkişaf səviyyəsinə cəhd olunsun;
- bazara və məhsulun keyfiyyətinə xüsusi diqqət yetirilməklə müəssisənin daxili və xarici mühit amillərinin nəzərə alınması, belə ki, məhz bu amillər müəssisənin uğurlu fəaliyyətinin mümkünlüyünü və daha uğurlu mövqe tutmasını müəyyən edir;

- yalnız bazara buraxılan məhsulların deyil, həm də istehsal ilə birbaşa bağlı olan biznes proseslərinin əhəmiyyətinin nəzərə alınması. Məhz onların effektivliyi, son nəticədə satışa və mənfəətin alınmasına böyük təsir göstərir.

Bəzi tədqiqatçılar tərəfindən müəssisənin strateji inkişaf səviyyəsinin qiymətləndirilməsinin aşağıdakı ardıcılığı təklif olunur [9]:

- müəssisənin məqsədlərinin və missiyasının təhlili;
- müəssisənin daxili mühitin təhlili;
- müəssisənin xarici mühitin təhlili;
- daxili və xarici mühitin hərtərəfli təhlili.

Birinci mərhələ bazarda müəssisənin cari və gələcək mövqeyini şərtləndirən işin istiqamətinin müəyyən edilməsini nəzərdə tutur.

Daxili mühitin təhlili çərçivəsində bütün mümkün istiqamətlər: kadr, maliyyə, fondların vəziyyəti, innovativlik və s. üzrə strateji potensialın qiymətləndirilməsi müəyyən olunur. Kompleks potensial səviyyənin qarşıya qoyulmuş məqsəd strategiyasına uyğunluğu müəyyən edir ki, müəssisə bu məqsədə nail olmağa nə qədər hazırdır. Strateji inkişaf çərçivəsində mövcud fəaliyyət göstəriciləri ilə etalon göstəricilərlə müqayisəsi "zəif yerləri", səmərəsiz prosesləri, riskli hallar mənbələrini aşkara çıxarmağa imkan verir. Daxili mühitin təhlili gedişində müəssisənin güclü və zəif tərəflərini, eləcə də artım imkanlarını üzə çıxarmaq lazımdır.

Müəssisənin xarici mühitin və onun rəqabət qabiliyyətinin təhlilinin əsas metodu hazırda SWOT-təhlil metodudur. SWOT-təhlilin aparılması üzrə zəruri məlumatı toplamaq üçün onun fəaliyyətinin hərtərəfli təhlilini aparmaq lazımdır. SWOT-təhlil zamanı şirkətin güclü və zəif tərəfləri, imkanlar və təhdidləri aşkara çıxarılır. Bu üsul xarici və daxili mühitin bütün mümkün amillərini daha tam əhatə edir ki, bu zaman müxtəlif amillərin sadəcə hesablanmasıdan əlavə şirkət üçün perspektivlər və təhdidlər də aşkara çıxarılır.

Xarici və daxili mühitin hərtərəfli təhlilini həyata keçirərkən, portfel-təhlil üsulları və modellərin, xüsusilə də müəssisənin mövcud bazar vəziyyətini və müəssisənin əldə edilmiş potensialını nəzərə almaqla, bazarda müəssisənin mövqeyini xarakterizə etməyə imkan verən strateji matrislərin qurulması geniş tətbiq olunur. Bazarda müəssisənin cari yeri müəyyən edilir, bundan sonra strateji inkişafın mövcud və planlaşdırılan səviyyəsini nəzərdə tutan müəssisənin müvafiq inkişaf modeli işlənib hazırlanır.

Hazırda strateji menecmentdə geniş istifadə olunan matris metodu "məhsul-bazar" modelini təklif edən Ansoffun araşdırmasının nəticəsidir. Bu model çərçivəsində aşağıdakı əsas biznes strategiyalarını ayırırlar [10]:

- dərindən daxilolma strategiyası - mövcud bazarda mövcud xidmətləri sataraq, rəqiblərinə nisbətən satış xərclərinin və qiymətlərin aşağı salınması yolu ilə liderliyi əldə etməklə, xidmətlərin istehsalı həcmnin artımını nəzərdə tutur;

- bazarın genişləndirilməsi strategiyası - yeni bazarlarda və ya mövcud bazarın yeni seqmentlərində mövcud xidmətlərin satış həcmnin artımını nəzərdə tutur;
- məhsulun (xidmətlərin) işlənilib hazırlanması strategiyası - mövcud bazarlar üçün yeni məhsul (xidmət) modellərinin yaradılmasında istifadə olunur;
- diversifikasiya strategiyası - yeni fəaliyyət növünə və ya yeni bir bazara yönəltmək yolu ilə şirkətin hər hansı müəyyən bir məhsul (xidmət) istehsalından və ya hər hansı müəyyən bir bazardan asılılığının aradan qaldırılması üçün istifadə olunur.

Oxşar inkişaf modelini A.J. Steyner təklif etmişdir. Bu məhsul-bazar cütünün müxtəlif birləşmələrində riskin səviyyəsini və uğurun ehtimal dərəcəsini əks etdirir. Bu metodun tətbiqi yalnız bazarda işə başlayan və ya bazara yeni məhsullar və xidmətlər çıxaran inkişaf etməkdə olan müəssisələr üçün üstün əhəmiyyətə malikdir.

Geniş yayılmış matrislərdən biri də əsasında bazarın inkişaf tempi və şirkətin əldə etdiyi bazar payı kimi amillər dayanan Boston Consaltinq Qrupunun (BCQ) matrisi sayılır.

Əgər müəssisənin rəhbərliyi, mütəxəssisləri və işçiləri konkret strateji məqsədlərin icrasına cəlb edilməmişlərsə, müəssisənin strateji inkişaf səviyyəsi lazımi dərəcədə təmin edilə bilməz.

Strateji inkişaf səviyyəsini müəyyən etmək məqsədilə müəssisənin xarici mühitin təhlilində bir çox tədqiqatçılar SWOT-təhlil metodikasına əsaslanırlar.

Metodun tətbiqinin ümumi mexanizmi belədir: müəssisənin güclü tərəfləri (S), zəif tərəfləri (W), qarşıya qoyulan məqsəd və vəzifələrə nail olmaq imkanları (O), təhdidləri (T) müəyyən edilir, sonra güclü tərəflərin imkanlarını, zəif tərəflərin təhdidlərini üzə çıxarmaqla onların sahələrini müqayisə etmək lazımdır.

Müəssisənin strateji inkişaf səviyyəsi, hər şeydən əvvəl, onun rəqabət və strateji üstünlükləri ilə müəyyən edilir [11], [12], [13], [14]. Rəqabət üstünlüyü, yalnız onun rəhbərlik, mütəxəssislər və digər işçilər tərəfindən istifadə olunduğu halda, səmərəlidir. Belə bir strateji və rəqabət aktivliyini rəhbərliyin və heyətin strateji inkişafına yüksək ixtisaslaşma və diqqətin yönəldilməsi; investisiya baxımından cəlbəedici olması; vəziyyət dəyişikliklərinə adekvat reaksiyanın olması; xarici mühitin dəyişikliklərinə müəssisənin uyğunlaşma dərəcəsi səciyyələndirir.

3. Biznes prosesinin mahiyyətinə nəzəri baxışlar və üstünlükləri. Son vaxtlarda müəssisənin strateji inkişafının yüksək səviyyəsini təmin edən əsas rəqabət üstünlüklərindən biri kimi onun biznes proseslərinin effektivliyini adlandırmaq olar [15], [16], [17], [18], [19] [20].

Biznes prosesi dedikdə, müxtəlif müəlliflərin fikirlərinə diqqət yetirək:

- şirkətin əməliyyatlar ardıcılığından müştərilər üçün əhəmiyyət kəsb edən nəticələrin əldə edilməsi məqsədilə bəzi giriş məlumat-maddi axınlarının çevrilməsinə yönəlmiş proses [21];

- məhsulları əlavə dəyərinin yaradılması prosesi, beləliklə də müştəri ehtiyaclarının ödənilməsi [22], [23];

- bir və ya daha çox giriş və çıxışlara malik olan və müştəriyə zəruri məhsulun yaradılması ilə nəticələnən qarşılıqlı əlaqədar funksiyaların məcmusu;

- girişlər çoxluğunu çıxışlar çoxluğuna çevirən nizamlayıcı proses olub, müəssisənin biznes funksiyasını həyata keçirir;

- müəyyən sahibkarlıq probleminin həllinə səbəb olan ardıcıl tədbirlər toplusu.

Fikrimizcə, biznes prosesinə aşağıdakı tərif vermək daha düzgün olardı: biznes prosesi ən yaxşı strateji inkişaf səviyyəsinə nail olmaq məqsədilə rəqabət üstünlüklərini təmin etmək çərçivəsində müştərilərin tələblərinə cavab verən məhsul və xidmətlərin yaradılması prosesidir.

İşin gedişində müəyyən edilmişdir ki, biznes prosesləri sistemi müəssisənin strategiyasının ən mühüm komponentidir, belə ki, bütün səviyyələrdə - müştərilərlə, təchizatçılarla işin fəaliyyət səmərəliliyini əks etdirir [24], [25], [26]. Təklif etdiyimiz strategiyanın işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsi sxemində maşınqayırma müəssisəsinin hər hansı bir fəaliyyətinin əsas elementi biznes prosesidir, odur ki, müəssisənin məqsədini formalaşdırarkən kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri nəzərə alınmaqla proseslərin qiymətləndirilməsi aparılmalıdır (Şəkil 1.1).

Tədqiqat obyektini kimi biznes proseslərindən istifadə şirkətin strateji inkişaf səviyyəsinin müəyyən edilməsi gedişində aşağıdakı üstünlüklərə malikdir [27], [28], [29]:

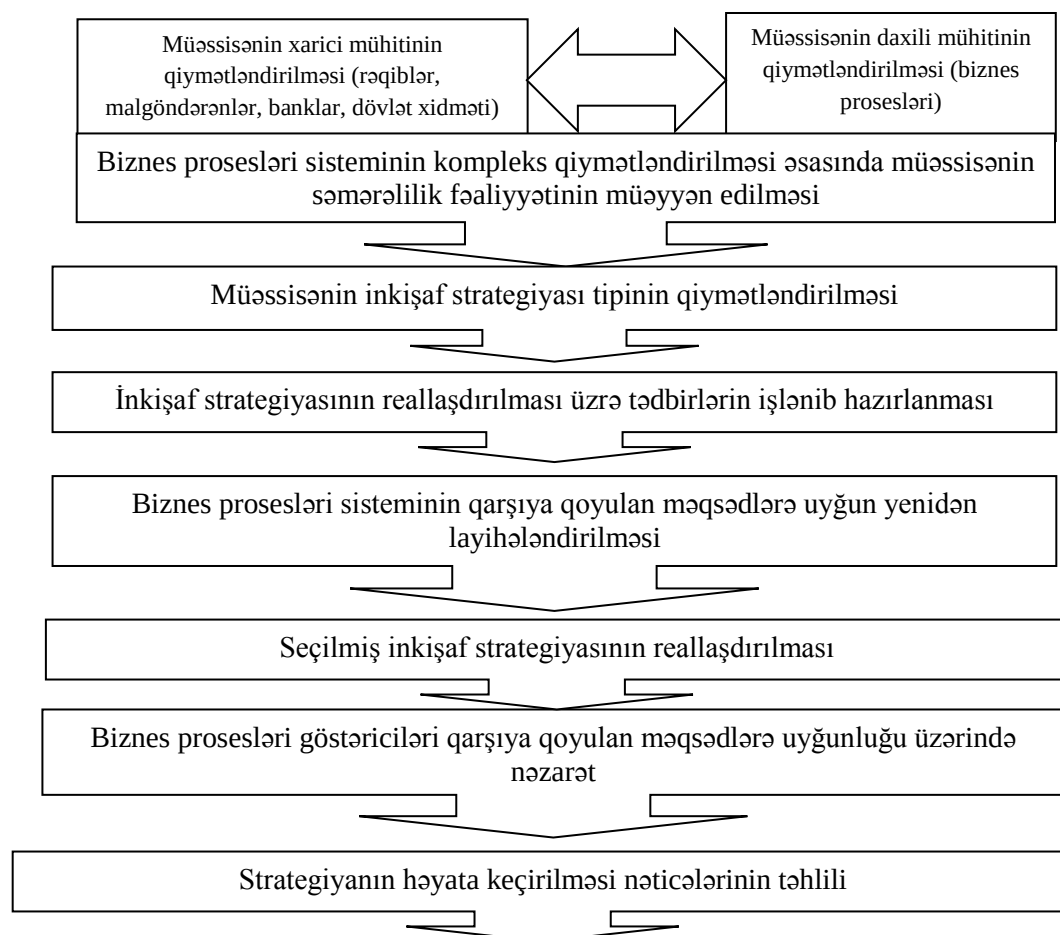
- müəssisənin daxili mühitinin biznes prosesləri sistemi ilə tam əhatəsi baxımından müəssisənin fəaliyyətinin hər bir aspektini qiymətləndirmək imkanı;

- müvafiq biznes prosesə çıxış üzrə müəssisənin bu və ya digər bölməsinin nəticəliliyinin sürətli qiymətləndirilməsi;

- proseslərin təhlilinin aparılması zamanı "zəif" və "güclü" yerlər müəyyənləşdirilir ki, bu da hətta strateji inkişafın cari səviyyədə qiymətləndirilməsi nəticələri üzrə strategiyanın yenidən nəzərdən keçirilməsi mərhələsinə qədər şirkətin fəaliyyətini optimallaşdırmağa imkan verir;

- müəssisənin fəaliyyətinin müxtəlif göstəricilərinin müəyyən edilməsi ilə yanaşı, müəssisənin biznes proseslərinin arxitekturasının özünün güclü və zəif tərəfləri də aşkara çıxarılır ki, bu da müəssisənin idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi üçün şərait yaradır;

- biznes proseslərinin təhlili potensialdan istifadənin təkmilləşdirilməsi və bazar mövqeyinin möhkəmləndirilməsi kimi funksiyaları yerinə yetirməklə proseslərin səmərəliliyinin yüksəldilməsi yolu ilə gələcəkdə şirkətin inkişaf strategiyasının səviyyəsini möhkəmləndirməyə imkan verir.



Şəkil 1.1. Biznes-proseslərin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinə qurulmuş maşınqayırma müəssisəsinin inkişaf strategiyasının məqsədlərinə nail olmaq üçün təklif edilən mərhələli model

Nəticə. Belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, müəssisənin strateji inkişaf səviyyəsinin qiymətləndirilməsinin ən mühüm komponenti onun biznes proseslərinin qiymətləndirilməsidir. Belə bir qiymətləndirmə hərtərəfli aparılmalıdır. Müəssisənin xarici və daxili amillərini qiymətləndirməklə, yalnız proseslərin səmərəliliyinin səviyyəsi aşkar edilmir, həm də bütövlükdə müəssisənin rəqabətqabiliyyətliliyi haqqında, eləcə də onun strateji inkişaf səviyyəsi haqqında nəticələr çıxarmaq olar.

Ədəbiyyat

- [1] Ефимов Т.Е. Стратегическое планирование на предприятиях в системе инвестиционной модели. Сб. научных трудов РГГМУ, 2005, с.61-67.
- [2] Беляков, Г.П. Развитие инновационного потенциала - важный фактор конкурентоспособности наукоемкого предприятия / Г.П. Беляков, С.В. Еремеева // Проблемы современной экономики. - 2012. - № 4 (44). - С. 146-149.

- [3] Попов В.Н., Островская В.Н. Бизнес-процесс – фундамент эффективного предпринимательства. Попов В.Н., Островская В.Н. Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. № 2. С. 153-161.
- [4] Решетов, В.В. Концептуальные позиции организации конкурентоспособного производства / В.В. Решетов // Российское предпринимательство. - 2012. - № 19 (217). - С. 35-40.
- [5] Михайлов В.А. Разработка модульного подхода к стратегическому планированию в промышленных корпорациях // «Менеджмент в России и за рубежом». – № 5. –2011. – С. 20-30.
- [6] Михалева Е.П. Методический подход к формированию бизнес-процессов в организации. Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2013. № 5-1. С. 288-294.
- [7] Безносова, А.С. Теоретические аспекты формирования конкурентной стратегии предприятия //Экономика и управление: новые вызовы и перспективы, г.Тольятти.2013, №4.– с.121-124.
- [8] Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. Я.В. Заблоцкого. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2001.
- [9] Тойменцева, И.А. Оценка уровня стратегического развития авто- транспортного предприятия на рынке услуг грузовых перевозок / И. А. Тойменцева // Вектор науки ТГУ. – 2011. - №3. – С. 254-258.
- [10] Ансофф И. Стратегическое управление. – М., 1989.
- [11] Аглицкий И.С., Самолдин А.Н., Сусов Р.В. Экономические аспекты оптимизации бизнес-процессов функционирования коммерческой организации. Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2014. № 13. С. 27-31.
- [12] Зульфакарова Л.Ф. Основные проблемы управления конкурентоспособностью организации // Казанский экономический вестник. 2013. № 2 (4). С. 26-31.
- [13] Чачина Е.Б. Повышение эффективности системы управления предприятием: методология и подходы для формирования механизма /Курский В.А.,Чачина Е.Б.//Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2014. № 4-1. С. 73-82.
- [14] Щепакин М.Б., Кривошеева Е.В. Классификационные аспекты оценки конкурентоспособности предприятия // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2015. № 3. С. 144-156.
- [15] Гаранина Г.Г. Инновационные подходы к развитию бизнес- процессов в компании. Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2013. № 92. С. 1087- 1099
- [16] Гилев А.В. К вопросу об эффективности управления бизнес- процессами предприятий. Перспективы науки. 2013. № 2 (41). С. 074-077.

- [17] Визгунов А.Н. Ключевые характеристики преобразования бизнес- процессов предприятия. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 2-1. С. 224-229
- [18] Калиновский В.А. Управление бизнес-процессами как особыми ресурсами организации. Управленческое консультирование. 2013. № 12 (60). С. 134-139.
- [19] Рачек С.В., Пономарева М.С., Юрин К.С. Бизнес-процесс – как экономическая единица анализа хозяйственной деятельности предприятий. Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2013. № 9 (57). С.70
- [20] Решетько Н.И. Экспертная оценка конкурентоспособности и конкурентной стратегии предпринимательских структур // Интернет-журнал Науковедение. 2014. № 2. С. 73.
- [21] Перемежко Д.В. Развитие концепций автоматизации бизнес- процессов. Биржа интеллектуальной собственности. 2013. Т. 12. № 7. С. 37-44
- [22] Вайцеховская С.С., Дыкань Ю.А., Петренко А.О. Особенности бизнес-процесса с позиции процессного подхода к управлению. Сборник научных трудов Sworld. 2013. Т.30.№ 1.С. 52-56.
- [23] Вайцеховская С.С., Фролова Т.Ю., Ямщикова Ю.О. Управление бизнес-процессами на предприятии. Сборник научных трудов Sworld. 2013. Т.30. № 1. С.14-17.
- [24] Рубин Ю.Б. Разработка конкурентных стратегий / Современная конкуренция. 2014. № 6 (48). С. 102-123.
- [25] Орехов В.И., Орехова Т.Р. Влияние бизнес-процессов на повышение производительности труда на современном предприятии // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. № 15. С. 286-289.
- [26] Девятов В.М. Роль бизнес-процессов в деятельности машиностроительных предприятий. Проблемы экономики. 2013. № 2. С. 52-55.
- [27] Гаврилова О.А., Гнань А.Э.В. Процессный подход как метод антикризисного управления предприятием. Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2014. № 2. С. 14-24.
- [28] Руденко И.В., Храменок С.Е. Теоретические аспекты сущности бизнес-процессов: управление ограничениями. Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2013. № 3. С. 206-210.
- [29] Яксанов Д.С. Теоретические основы конкурентоспособности на современном этапе // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2014. Т. 14. № 1-1. С. 41-46.

KORPORATİV SOSIAL MƏSULİYYƏTİN AZƏRBAYCAN ŞİRKƏTLƏRİNİN DAYANIQLI İNKİŞAFINDA ROLU

Ş.Ş.Qəhrəmanova

müəllim, UNEC

e-mail: gahramanovas@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 29 dekabr 2016; Çapa qəbul edilmişdir 27 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 29 December 2016; accepted 27 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Məqalə, korporativ sosial məsuliyyətin biznesin dayanıqlı inkişafında roluna həsr olunub. Məqalədə korporativ sosial məsuliyyət konsepsiyası, onun meydana gəlməsi, inkişafı və müasir dövrdə yeni bir səviyyəyə yüksəlməsi, eləcə də biznes təşkilatlarının ətraf mühitlə effektiv dialoq qura bilməsində KSM-in rolu araşdırılaraq diqqətə çatdırılmışdır. Məqalədə müəllif biznesin üzərinə düşən məsuliyyətləri amerikalı iqtisadçı alim Arçi Karolun işləyib hazırladığı KSM piramidası nöqtəyindən təhlil edir və sosial məsuliyyətin biznesin ən vacib məsuliyyətləri arasında olduğunu vurğulayır. Korporativ sosial məsuliyyətli olmağın biznesin içərisində fəaliyyət göstərdiyi cəmiyyət və dövlətlə effektiv ünsiyyət qurmasında rolu da xüsusilə qeyd olunur.

Açar sözlər: korporativ sosial məsuliyyət, dayanıqlı inkişaf, biznes və cəmiyyət, sosial hesabatlılıq, Arçi Karolun KSM piramidası

JEL Classification Codes: M14

THE ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF AZERBAIJAN'S COMPANIES

Abstract

The article is devoted to the role of corporate social responsibility in sustainable development of business organizations. It discusses the concept of corporate social responsibility, its formation, development and the transition to a new level, as well as the role of CSR in the creation of an effective dialogue with its environment. The author sets out the levels of responsibility of the business from the perspective of the CSR pyramid of Archie Carroll, an American economist, specifying the social responsibility as one of the most important responsibilities of businesses. The role of corporate social responsibility is underlined as an effective tool in establishing dialogue between the business organizations and community and the state.

Keywords: corporate social responsibility; sustainable development, business and society, social reporting; CSR pyramid of A. Carroll.

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ КОМПАНИЙ

Резюме

Данная статья посвящена роли корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии бизнеса. В статье рассматриваются концепция корпоративной социальной ответственности, ее становление, развитие и переход к новому уровню, а также, роль КСО в создании эффективного диалога с окружающей средой. В статье автор излагает уровни ответственности бизнеса с точки зрения КСО пирамиды американского ученого Арчи Кэролла, специфицируя социальную ответственность как один из самых важнейших ответственных бизнесов. Особенно подчеркивается роль корпоративной социальной отчетности как эффективного инструмента диалога бизнеса с обществом и государством.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; устойчивое развитие, бизнес и общество, социальная отчетность; пирамида СО А. Кэролла.

Giriş. Son dövrlərdə sosial məsuliyyət və korporativ sosial məsuliyyət mövzusu bütün dünyada, o cümlədən də Azərbaycan işgüzar aləmində tez-tez rast gəldiyimiz mövzulardan biridir. Cəmiyyət inkişaf etdikcə onun biznesə qarşı münasibəti və tələbləri də dəyişir və uyğun olaraq biznesin sosial məsuliyyəti cəmiyyətin diqqət yetirdiyi və lazım gəldikdə hətta müdaxilə etdiyi bir fəaliyyətə çevrilir. Hazırda, korporativ sosial məsuliyyət (KSM) ölkəmizdə fəaliyyət göstərən bir çox kommersiya və qeyri-kommersiya təşkilatlarının strateji maraq və məqsəd dairələrinə daxil olmaqdadır. Hazırda, işgüzar aləmdə aparıcı yer tutmaq və bu yeri qoruyub saxlamaq iddiasında olan uğurlu kommersiya təşkilatlarını KSM strategiyası olmadan təsəvvür etmək mümkün deyil.

Korporativ sosial məsuliyyətə global səviyyədə marağın yüksəlməsi və eləcə də cəmiyyət tərəfindən biznes təşkilatlarına irəli sürülən tələblərin artması fonunda yazılan bu tədqiqat işinin məqsədi Azərbaycanda korporativ sosial məsuliyyətin hazırkı vəziyyətini, dinamikasını və gələcək perspektivlərini araşdırmaq və KSM sahəsində effektiv inkişafın təmin edilməsinə dair tövsiyələr təklif etməkdir.

Son dövrlərdə bütün dünyada və eləcə də ölkəmizdə baş verən sürətli dəyişikliklər, iri miqyaslı şirkətlərin çökməsi, bazarda yeni oyunçuların tez-tez bir-birlərini əvəz etməsi və digər qeyri-sabit hallar biznes təşkilatlarının diqqətini dayanıqlı inkişafın

biznesin ictimaiyyət qarşısındakı məsuliyyəti məsələsini nəzərdən keçirməyə və ona daha ciddi yanaşmağa yönəltdi. Hələ 2000-ci illərin əvvəllərindən başlayan və 2008-ci ildə özünün kulminasiya nöqtəsinə çatan geniş miqyaslı iqtisadi böhran sanki bir dönüş nöqtəsinin əsasını qoyaraq korporativ sosial məsuliyyətə və ümumilikdə işgüzar etikanın tələblərinə cavab verən biznes fəaliyyətinin inkişafına təkan verdi.

Biznesin KSM və dayanıqlı inkişaf baxımından göstərdiyi nəticələri qiymətləndirmək üçün müxtəlif təşəbbüslər, standartlar və indekslər işlənib hazırlandı. Bunların arasında ISO 26000, GRI, AAA1000, Sosial Məsuliyyət Prinsipləri üzrə BMT Qlobal Müqaviləsi, Ekvator Prinsipləri, Dou Jons Dayanıqlılıq İndeksi (DJSI- Dow Jones Sustainability Index) kimi vacib təşəbbüsləri misal gətirmək olar.

Sadaladığımız bu standartlar və təşəbbüslər artıq bütün dünyada bu və ya digər səviyyədə həyata keçirilməkdədir. Bu tədqiqat işi çərçivəsində isə Azərbaycan təşkilatlarında KSM-ə və ümumiyyətlə sosial məsuliyyətliliyə və hesabatlılığa münasibətin necə olduğuna və buna hansı səviyyədə əməl olunduğuna diqqət yetiriləcək.

Biznes təşkilatlarının sosial məsuliyyət konsepsiyası. Bəs korporativ sosial məsuliyyət nədir və biznes üçün onun nə kimi əhəmiyyəti var?

Bütün dünyada korporativ sosial məsuliyyət sahibkarlıq fəaliyyətində geniş tətbiq olunan bir fəaliyyətdir. Sosial məsuliyyətin uzaq keçmişə gedib dayanan ilkin təzahürləri ayrı-ayrı şəxslər tərəfindən fərdi qaydada həyata keçirilən xeyriyyəçilik fəaliyyəti formasında olub. Dünyada mövcud olan əsas dinlər, o cümlədən də İslam dini nöqteyi-nəzərindən baxanda görürük ki, qazancın müəyyən bir hissəsinin ehtiyacı olanlara verilməsi/paylanması ənənəsi geniş yayılmış və hamı tərəfindən təqdir edilən bir ənənə olub.

Elmə, təhsilə, mədəniyyətə dəyər verən xalqların yaşadığı bir sıra ölkələrdə olduğu kimi, xeyriyyəçilik fəaliyyəti Azərbaycanda da geniş yayılmış bir ənənə olaraq yaddaşlarda qalıb. XIX əsrin sonları, XX əsrin əvvəllərində ölkəmizdə neft sənayesinin inkişafı sayəsində meydana çıxan neft maqnatlarının təhsilə, mədəniyyətə etdiyi yatırımlar və bu yatırımların ünvanlarının daha düşünülmüş və uzaqgörən olması, gələcək inkişaf və millətin ümumi rifahı nəminə xərclənməsi həmin xeyriyyəçilik fəaliyyətlərinin bugünkü KSM konsepsiyasına bir addım da olsa yaxınlaşdığından xəbər verir.

Qeyd edilən könüllü xeyriyyəçilik fəaliyyətləri XX əsrin ortalarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf edərək genişlənməsi nəticəsində könüllü fəaliyyətdən daha çox yerinə yetirilməsi vacib olan ciddi bir sosial məsuliyyətə çevrildi. Ötən əsrin 60-70-ci illərindən başlayaraq, KSM anlayışı və mövzusu dünyanın bir sıra inkişaf etmiş ölkələrində vətəndaş cəmiyyətinin aktiv fəaliyyəti və biznesə qarşı ciddi tələblər irəli sürmələri, məsuliyyətsiz sahibkarların məhsullarını almaqdan və xidmətlərindən istifadə etməkdən imtina etmələri ilə daha da inkişaf etməyə başladı.

Bu dövrdə biznesin sosial məsuliyyəti ilə bağlı ciddi suallar və tələbatlar meydana çıxmağa başladı:

Bu dövrdə biznesin sosial məsuliyyəti ilə bağlı ciddi suallar və tələbatlar meydana çıxmağa

- Biznesin əsas öhdəlik və vəzifələri nədən ibarətdir və bu öhdəliklər içərisində ən vacibləri hansılardır?

- Sahibkarlar yalnız sərmayəçilər və səhmdarlar qarşısındamı öhdəlik daşıyırlar, yoxsa onların digər maraqlı tərəflər qarşısında da öhdəlikləri varmı?

- Biznesin ətraf mühitə, ekosistemə vurduğu zərərə nəzarət edilmirmi? Bu zərərin qarşısını almaq üçün hansı addımlar atılır?

- İşçilərin iş şəraiti, sağlamlıq və təhlükəsizliyi, sosial ehtiyacları ödənirmi?

Bütün bu sualları irəli sürən və təkidlə ona cavab axtaran aktiv və prinsipial cəmiyyətlər biznesin tədricən öz sosial məsuliyyətinə diqqət göstərməsinə, dövlətin bu sahəyə diqqət yönəltməsinə, biznesin zərərli fəaliyyətinə məhdudiyyət qoyan qanunvericiliyin yaranmasına, ekspertlərin bu işə cəlb olunmasına və müxtəlif qiymətləndirmə və nəzarət mexanizmlərinin işlənilib hazırlanmasına təkan verdi.

Maraqlı tərəflərin biznesin sosial məsuliyyətinə münasibətini və ondan gözləntilərini ümumiləşdirilərək korporativ sosial məsuliyyətə bir sıra təriflər verilmişdir. Həmin təriflər müxtəlif cür səslənsə də hamısı əsasən aşağıdakı fikrin üzərində cəmləşir: KSM hədəf qruplarının maraqları naminə sosial-mədəni məsələlərin təşkilatın funksional fəaliyyətinə inteqrasiya edilməsidir. KSM cəmiyyətin və ətraf mühitin qorunmasına və inkişaf etməsinə yönələn könüllü davranış mədəniyyətidir.

Lakin, müasir dövrdə şirkətlərin sosial məsuliyyəti məsələsinə cəmiyyətin tələbləri ciddiləşdikcə bu təriflər KSM anlayışını tam mənası ilə əhatə edə bilmir. Hazırda KSM-in nə demək olduğunu daha dərinlən anlamaq üçün son illərdə KSM-ə verilmiş bir sıra təriflərlə də tanış olaq. Bu definisiyalardan ən dolğunu KSM-ə qoyulan müasir tələb və standartları dəqiq əks etdirən Beynəlxalq Standartlaşdırma Təşkilatının ISO 26000 standartı (2010) və Avropa Komissiyasının (2016) verdiyi definisiyalara nəzər salaq. ISO 26000 KSM-ə aşağıdakı tərif verir: “Biznesin öz qərar və fəaliyyətinin cəmiyyətə və ətraf mühitə təsiri ilə bağlı üzərinə götürdüyü məsuliyyət...” [1].

Avropa Komissiyasının KSM-ə verdiyi sonuncu definisiyada isə müəyyənləşdirilir ki, “Korporativ sosial məsuliyyət şirkətlərin cəmiyyətə göstərə biləcəkləri təsirə məsuliyyətlə yanaşmalarıdır. Avropa Komissiyası KSM-in Avropa Birliyi (AB) müəssisələrinin və AB iqtisadiyyatının dayanıqlılıq, rəqabətqabiliyyətlik və innovativ olması üçün əhəmiyyətli olduğuna inanır. KSM risk menecmenti, qənaətcillik, kapitaldan istifadə, müştəri ilə münasibətlər və insan resurslarının idarə olunmasına öz töhfəsini verir.”[2].

Bu tərif və yanaşmaları ümumiləşdirərək demək olar ki, KSM biznesin hüquqi və etik normalar çərçivəsində şəffaf fəaliyyət göstərmək şərti ilə iqtisadi inkişafa dəstək

verməyə, eləcə də işçi heyətin, yaxınlığında fəaliyyət göstərdiyi yerli icmanın və ümumilikdə cəmiyyətin rifahının yaxşılaşmasına yönəlmiş uzunmüddətli və dayanıqlı öhdəliyidir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, XX əsrin 60-70-ci illərində biznesin sosial məsuliyyəti ilə bağlı baş qaldıran suallar və vətəndaş cəmiyyətinin biznesə qarşı tələbkarlığının artması XX əsrin sonlarında bu məsələyə elmi yanaşmanın ciddiləşməsinə və müvafiq konsepsiyaların yaranmasına da təkan verdi. Həmin yanaşmalardan ən geniş yayılanları arasında biznesin cəmiyyət qarşısındakı məsuliyyətilə bağlı bir-birilə ziddiyyət təşkil edən Milton Fridman və Arçi Karol konsepsiyalarına nəzər salaq:

KSM-ə Milton Fridman yanaşması. İqtisadiyyat sahəsində bir çox iddialı və sanballı araşdırmaların müəllifi, Nobel mükafatı laureatı amerikalı iqtisadçı alim Milton Fridmana görə biznesin ən əsas və ümdə məsuliyyəti qanunlara riayət etməklə, firıldaqçılığa yol vermədən şəffaf və sağlam rəqabət qaydalarını pozmadan öz gəlirlərini artırmaqdır. Milton Fridman öz fikirlərini əsaslandıraraq bildirir ki, şirkət rəhbərləri və menecerləri şirkətin əldə etdiyi gəlirləri ətraf mühitin mühafizəsinə, abadlaşdırma işlərinə, ehtiyacı olanlara yardım göstərilməsinə sərf etməklə biznesin diqqətini öz əsas öhdəliyindən [yəni iqtisadi öhdəliyindən] yayındırır və sərmayəçilərin vəsaitini ümumi sosial maraqların təmin olunmasına xərcləmiş olurlar. Fridmanın fikrincə, "...Azad cəmiyyətdə biznesin yalnız və yalnız bir sosial məsuliyyəti var – yalan və firıldaqdan uzaq rəqabət aparmaqla öz resurslarını və enerjisini gəlirlərin artırılmasına yönəltmək" [3]. Ənənəvi yanaşmanın tərəfdarı olan Fridman iddia edirdi ki, biznesmenlər sosial məsələlərə dəstək fəaliyyətini hətta sərmayəçilərin razılığı ilə görmüş olsalar belə, uzaq perspektivdə bu gün sosial yardım göstərdikləri həmin cəmiyyətin elə özünə zərər vurmuş olacaqlar: sosial problemlərin həllinə çəkilən xərcləri öz üzərinə götürməklə biznes öz əsas məsuliyyət və öhdəliklərindən yayınaraq səmərəsiz fəaliyyət göstərməyə başlayacaq, nəticədə qiymətlər yüksələcək, iş yerləri azalacaq, dövlət büdcəsinə ödənilən vergilər azlacaq, narazı qalan investorlar tənəzzülə doğru irəliləyən biznesi maliyyələşdirməkdən imtina edəcək ki, bu da öz növbəsində biznesin gəlirlərini azaldacaq və fəaliyyətinə zərbə vuracaq. Halbuki, sosial xərclərə yönəldilən milyonlarla vəsait yeni müəssisələrin və məhsulun yaradılmasına, iş yerlərinin açılmasına sərf oluna və ya səhmdarlara geri qaytarıla bilərdi. Səhmdarlar isə özləri öz paylarına düşən gəlirin necə xərclənməsinə qərar verərdilər.

Arçi Karolun Korporativ Sosial Məsuliyyət piramidası. Lakin M. Fridmanın biznesin öhdəlikləri barədə ənənəvi düşüncələri bir çoxları tərəfindən qəbul olunmadı və hətta etirazla qarşılandı. 1991-ci ildə Fridman yanaşmasının əksinə olan daha bir yanaşma irəli sürən Arçi Karol öz konsepsiyasında biznesin 4 əsas məsuliyyətini önə çəkdi: iqtisadi məsuliyyət, hüquqi məsuliyyət, etik məsuliyyət və filantropik məsuliyyət (Ferrell. P.39). Bunların hər birinə ayrı-ayrılıqda nəzər salaq.

Biznes təşkilatlarının iqtisadi məsuliyyəti cəmiyyətin istifadəsi üçün tələb olunan mal və xidmətlərin istehsalı ilə məşğul olmaq, gəlir götürmək və beləliklə də kreditör-lər və sərmayəçilər qarşısında öz öhdəliyini yerinə yetirmək və gəlir götürməkdir. 1996-cı ildə *amerikalı sosial tədqiqatçı və filosof* Maykl Novak bu konsepsiyaya öz münasibətini bildirərək qeyd etmişdi ki, iqtisadi məsuliyyətini yerinə yetirərkən biznes təşkilatları bir sıra maraqlı tərəflərin tələblərinə cavab vermiş olurlar:

- Yatırıqları sərmayə müqabilində haqlı olaraq müvafiq gəlir götürmək istəyən investorların;
- Təhlükəsiz iş mühiti və ədalətli əmək haqqı gözləyən işçilərin;
- Uyğun qiymətə keyfiyyətli və təhlükəsiz məhsul tələb edən müştərilərin.

İqtisadi öhdəliklər Arçi Karolun KSM piramidasının özülündə yerləşərək şirkətin bir iqtisadi vahid kimi lazımınca fəaliyyət göstərə bilməsi və biznesdə qalması üçün əsas şərt olaraq qiymətləndirilir. Biznesin digər öhdəlikləri də məhz bu özülün üzərində qurulur.

Biznesin hüquqi məsuliyyətinə gəldikdə isə Karol bildirir ki, şirkətlər öz fəaliyyətlərini müvafiq qanunvericiliyin tələblərini pozmadan həyata keçirməlidir. Öz hüquqi məsuliyyətinə etinasız yanaşan və qanun pozuntularına yol verən biznes qısa müddət ərzində uğur əldə edə bilsə də, qısa müddətdən sonra bu etinasızlığın hesabını çox ağır şəkildə ödəməli olur. *Həmin qanuni məsuliyyət isə yalnız vergiləri vaxtli-vaxtında ödəməklə, hüquq-mühafizə orqanlarının (güc strukturlarının) nəzarət etdikləri sahələrdə nöqsanlara yol verməməklə bitmir. Qeyd edilənlərlə yanaşı hüquqi məsuliyyət ədalətli rəqabət prinsiplərinə, müştəri məmnuniyyətinə, bərabər və təhlükəsiz iş imkanlarının yaradılmasına, şəffaflığın təmin edilməsinə verilən əhəmiyyəti və digər dəyərləri də özündə birləşdirir.*

KSM piramidasının üçüncü pilləsində yerləşən etik məsuliyyət Arçi Karolun qeyd etdiyi kimi, daha ciddi nəzarət edilən iqtisadi və hüquqi məsuliyyətlərdən əlavə, cəmiyyətin biznesə qarşı irəli sürdüyü tələbləri, biznesdən gözləntilərini nəzərdə tutur. Biznesin etik məsuliyyətinə ölkəmizdə hələ lazımı səviyyədə diqqət yetirilməsə də inkişaf etmiş ölkələrdə maraqlı tərəflərin bu sahəyə diqqəti çox yüksəkdir. Bu diqqət və tələbkarlıq həmin cəmiyyətlərdə *“Etik nöqsanların nəticəsini aradan qaldırmaq maliyyə nöqsanlarının nəticələrini aradan qaldırmaqdan daha çətinidir.”* (Ferrel, Fraedrich, & Ferrell, 2013 p.31) fikrini formalaşdırıb. *Çünki, şirkətin qeyri-etik fəaliyyətinin mənfi təsirindən birbaşa zərər çəkən maraqlı tərəflər öz seçimlərini nəzərdən keçirərək müvafiq tədbirlər görəcəklər və ola bilsin ki, həmin şirkət uzun müddət öz pozitiv imicini bərpa edə bilməyərək yerini başqalarına verməli olacaq.*

Karolun KSM piramidasının ən son nöqtəsində yerləşən filantropik məsuliyyət isə işçi heyətin rifahının daha da yüksəldilməsinə, yerli icmaların və eləcə də bütövlükdə cəmiyyətin daha yaxşı yaşamasına dəstək verilməsini, müxtəlif təyinatlı sosial proq-

ramların həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Lakin, burada da bir çox nüanslar var ki, filantropik fəaliyyətlə məşğul olarkən və ya şirkətin sosial məsuliyyətlilik fəaliyyətini qiymətləndirərkən mütləq nəzərə alınmalıdır. Şirkətin hansı sahələrə daha çox diqqət yetirdiyi, vəsaitini yönləndirdiyi sahənin dəstəyə ehtiyacının nə qədər ciddi olduğunu, prioritet sahələri düzgün müəyyənləndirilməsi, filantropik fəaliyyətin arxasında dayanan motivasiya və s. kimi məsələlərə xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Bu tədqiqat işi çərçivəsində aparılan araşdırmanın nəticəsi göstərir ki, həm Arçi Karol, həm də Novak və Valdman kimi digər mütəxəssislərin yanaşmasında biznesin sosial məsuliyyəti yalnız filantropik/xeyriyyəçilik fəaliyyətilə məhdudlaşdırılmır və daha geniş, ciddi və dayanıqlı məsuliyyəti nəzərdə tutur. Göstərilir ki, sosial məsuliyyət prinsiplərinə əməl etməklə şirkətlər öz strateji məqsədlərinə daha effektiv sürətdə çatırlar. Korporativ sosial məsuliyyət özü bir strateji kommunikasiya vasitəsidir və biznes təşkilatlarına münbit sosial mühit yaratmaq üçün uzunmüddətli sərmayələr yatırmağa imkan verir və özünün yaşaması, təhlükəsiz və dayanıqlı inkişafı üçün şərait yaradır.

Azərbaycanda KSM-in inkişafı ilə bağlı vəziyyət. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, XX əsrin sonu və XXI-ci əsrin əvvəllərində ABŞ və Kanadada, eləcə də Avropanın bir sıra inkişaf etmiş ölkələrində KSM-in artıq biznesin ciddi diqqət yetirməli olduğu bir sahəyə çevrilməsinə baxmayaraq, Azərbaycan da daxil olmaqla bütün post sovet məkanında bu məsələyə lazımi diqqət yetirilmirdi. Lakin, KSM sahəsində müşahidə olunan global tendensiyaaların təsiri təxminən 2010-cu illərdən etibarən ölkəmizdə də hiss olunmağa başladı. Son 5-6 il ərzində Azərbaycanda KSM-in inkişafı sahəsində ciddi irəliləyiş nəzərə çarpır. Ölkəmizdə KSM-ə həsr olunmuş müxtəlif tədbirlər keçirilir, hesabatlar hazırlanır və ümumilikdə Azərbaycan şirkətlərinin bir çoxu sosial məsuliyyətli olduqlarını müxtəlif vasitələrlə diqqətə çatdırmağa çalışırlar.

Biznes təşkilatlarının sosial məsuliyyətinin artırılması məsələsinə dövlət səviyyəsində də diqqətin artdığı hiss olunur. 2015-ci ilin oktyabr ayında ölkəmizdəki aparıcı yerli və beynəlxalq şirkətlərin fəal iştirak etdiyi Birinci Azərbaycan Dayanıqlı İnkişaf və Korporativ Sosial Məsuliyyət üzrə konfransın keçirilməsi ölkəmizdə bu sahəyə diqqətin artdığını faktiki göstəricisidir. Bir çox aparıcı şirkətlərin öz KSM konsepsiyalarını işləyib hazırlamaları da onların sosial məsuliyyətliliyə önəm verdiyini təsdiqləyir.

Bu tədqiqat işi çərçivəsində aparılan araşdırma nəticəsində aydın oldu ki, Azərbaycanda sosial məsuliyyətə önəm verən əsas biznes sahələri neft, bank və mobil rabitə sahəsində fəaliyyət göstərən şirkətlərdir. Digər sahələr, xüsusilə də kifayət qədər iri biznes sahələri olan tikinti və ərzaq məhsulları istehsalı sektorlarının isə sosial məsuliyyətlilik səviyyəsi çox aşağıdır. Onların korporativ sosial məsuliyyət strategiyası ya yoxdur, ya da çox dağınıq və qeyri-müəyyən vəziyyətdədir. Bu cür təşkilatlar sosial məsuliyyətlə bağlı fəaliyyətə qısa müddətdə nüfuz qazanmaq faktoru kimi baxırlar.

Lakin bu tədqiqat işinin əsas fokusunun hansı biznes sahələrində sosial məsuliyyətə önəm verildiyini araşdırmağa yox, sosial məsuliyyətli olmağın şirkətlərin dayanıqlı inkişafına nə kimi töhfələr verə bilməsini araşdırmağa yönəldiyini nəzərə alaraq, korporativ sosial məsuliyyət strategiyasının şirkətlər üçün əhəmiyyətinə nəzər salaq.

Korporativ sosial məsuliyyət sahəsinin araşdırılmasına həsr olunmuş bütün tədqiqatçıların gəldiyi qənaət budur ki, yaxşı işləniş hazırlanmış və effektiv yerinə yetirilən korporativ sosial məsuliyyət strategiyası ətraf mühitin qorunmasına, cəmiyyətin sosial rifahının yüksəldilməsinə verdiyi töhfələr, eləcə də digər maraqlı tərəflər qarşısında götürdüyü öhdəliklərin yerinə yetirilməsinə göstərdiyi dəstəklə yanaşı biznesin özünün səmərəliliyini və dayanıqlılığını artırmağa da kömək edir. Effektiv KSM sayəsində ən çox nəzərə çarpan təsir nüfuz, brend, patentlər və s. kimi qeyri-maddi dəyərlərin yüksəlməsidir. Təsədüfi deyil ki, dünyanın bir çox aparıcı şirkətləri həm də etik davranış və KSM sahəsində aparıcı mövqeyə malik korporasiyalardır. Korporativ nüfuzun yüksəlməsi isə şirkətin KSM sahəsində uğurlu fəaliyyətinin bariz göstəricisidir. Nüfuzun artması ilə şirkətlər bir çox üstünlüklər əldə edirlər:

- Ətraf mühitə zərər vurmada məhsul istehsal etdikləri üçün brendləri daha çox dəyər qazanır.
- Nüfuzlu bir şirkət olaraq əmək bazarında cəlbəedici işəgötürən kimi qəbul edilərək daha istedadlı və təcrübəli işçilər cəlb edə bilirlər.
- Xarici ölkələrə genişlənmək istəyərkən problem yaşamırlar.
- Çətin vaxtlarında dövlətin dəstəyindən yararlanırlar.
- Daha çox investor cəlb edə bilirlər.
- Etibarlı olmaq onlara təchizatçılar və distribüterlərlə möhkəm və dayanıqlı münasibətlər qurmağa imkan verir və bu sahəyə əlavə vaxt və pul xərcləməkdən xilas edir.

Təbii ki, yuxarıda sadalananlar sosial məsuliyyətli olmağın biznesin dayanıqlı inkişafına verdiyi töhfələrin tam siyahısı deyil.

Qeyd edilənləri ümumiləşdirərək demək olar ki, şirkətləri öz sosial məsuliyyətlərini başa düşməyə və onları bu sahədə öz fəaliyyətlərini təkmilləşdirməyə həvəsləndirmək üçün korporativ sosial məsuliyyətin biznesin dayanıqlılığına və uğurlu fəaliyyətinə göstərə biləcəyi müsbət təsiri təbliğ və təşviq etməklə bu sahədə daha ciddi irəliləyişlərə nail olmaq mümkündür.

Ədəbiyyat

- [1] Ferrell O.C., Fraedrick J., Ferrell L. Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases, Ninth Edition. Printed in the USA by South-Western Cengage Learning in 2013.

- [2] Shaw W.H. Business Ethics: A Textbook with Cases. Seventh edition. Printed in the USA Wadsworth, Cengage Learning in 2011.
- [3] Taylor J., Simpson J. Corporate Governance, Ethics and CSR. Published in Great Britain by Kogan Page Limited in 2013
- [4] Collins D. Essentials of Business Ethics. First edition. In 2009
- [6] Business Ethics and Values (2009)
- [7] Fisher C., Lovell A., Valero-Silva N.
- [8] Brink A. Corporate Governance and Business Ethics. SAGE Brief Guide to Business Ethics series. Published by SAGE Publications in 2012.
- [9] Business Ethics by Annual Editions (23rd Edition) Published by McGraw-Hill Education; in 2012. p.224
- [10] “Society of Corporate Compliance and Ethics” təşkilatının veb-səhifəsi.
<http://www.corporatecompliance.org/Products/AllProducts.aspx>
- [11] Wheelen L.Thomas, Hunger D. Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability. 2012 (13th Edition). Pearson Edition.
- [12] Aərbaycanda korporativ sosial məsuliyyətin mövcud vəziyyəti və onun təkmilləşdirilməsi. http://www.kas.de/wf/doc/kas_35217-1522-1-30.pdf?130821124739
- [13] Milli Bankın Korporativ Sosial Məsuliyyət konsepsiyası http://www.bcbaz.az/assets/2825/AMB_Konsepsiya.pdf
- [14] Korporativ sosial məsuliyyət bir xeyriyyəçilik fəaliyyətidirmi? <http://www.eksperstv.az/video.asp?pid=61&id=387>

OIL PRICE FALL: PROS AND CONS FOR DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN AZERBAIJAN

F.M.Mammadov

Lecturer, UNEC

Mobile tel: (+994 50) 3671282

e-mail: mammadov.fakhri@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 29 dekabr 2016; Çapa qəbul edilmişdir 27 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 29 December 2016; accepted 27 March 2017; published online 03 April 2017

Abstract

The research paper shows how fall in oil prices can affect the economy, entrepreneurship and what steps are required to minimize the damage to the economy. During the period of high oil prices Azerbaijan Economy became highly dependent on oil revenues. The sudden and long term low prices for oil created serious challenges for the economy and entrepreneurship. The research shows the relationship in oil price change in the world markets and share of oil in GDP and budget during 2003-2015. Low oil revenues created budget deficit and decreased transfers from the oil fund. As a result the national currency of Azerbaijan devalued against the dollar almost twice in one year and purchasing power of the local population weakened. The study shows how entrepreneurs who mostly sell imported goods incurred losses when exporters benefited from weak currency. Small and medium entrepreneurship needs government that supports economy with spending and consumption growth, on the other hand government needs entrepreneurs that can export goods and bring foreign currency to country. This article also reveals the ways entrepreneurs can benefit from weakened currency and fields, which have potential to be developed.

Key words: oil price fall, support of entrepreneurship, Azerbaijan Economy, development of entrepreneurship, export, import

JEL Classification Codes: L26

NEFT QIYMƏTLƏRİNDƏ ENMƏNİN AZƏRBAYCANDA SAHİBKARLIĞIN İNKİŞAFINA MÜSBƏT VƏ MƏNFİ TƏSİRİ

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi neft qiymələrində enmənin Azərbaycan iqtisadiyyatına və sahibkarlarına təsirinin və bu təsirdən azaldılması üçün atılmalı addımların öyrənilməsindən ibarətdir. Yüksəl neft qiymətləri dövründə Azərbaycan iqtisadiyyatı neft gəlirlərindən çox asılı vəziyyətə düşmüşdür. Neft qiymətlərin gözlənilmədən düşməsi və

aşağı qiymətdə uzun müddət qalması həm sahibkarlığa həm də iqtisadiyyat ciddi problemlər yaratmışdır. Tədqiqat 2003-2015 ci illərdə dünya neft qiymələri və onun ÜDM və büdcədə çəkisini araşdırır. Aşağı neft qiymətləri büdcə kəsinin formalaşmasına və neft fondundan köçürmələrin azalmasına səbəb olmuşdur. Nəticədə Azərbaycan manatı bir il ərzində iki dəfə devalvasiyaya uğramış, əhəlinin alıcılıq qabiliyyəti zəifləmişdir. Tədqiqat idxal ilə məşğul olan sahibkarların ziyanının və eyni zamanda ixraca meyli sahibkarların devalvasiyadan yararlanma yollarını göstərir. Kiçik və orta sahibkarlıq hökumətin dəstəyini həm xərcləmələr və istehlakın artırılmasında gördüyü kimi, dövlət də ixrac yönümlü sahibkarların formalaşmasının və ölkəyə daha çox valyuta gətirməsini istəyir. Məqalə həmçinin zəif valyutadan sahibkarların nece faydalana biləcəyi və inkişaf potensialı olan sahələri tədqiq edir.

Açar sözlər: neftin qiymətinin düşməsi, sahibkarlığa dəstək, Azərbaycan iqtisadiyyatı, sahibkarlığın inkişafı, idxal, ixrac

ПАДЕНИЕ ЦЕН НА НЕФТЬ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме

Исследование показывает, как падение цен на нефть может повлиять на экономику, предпринимательство и какие шаги необходимы, чтобы минимизировать ущерб экономике. В период высоких цен на нефть экономика Азербайджана стала в значительной степени зависит от доходов от продажи нефти. Внезапные и долгосрочные низкие цены на нефть создали серьезные проблемы для экономики и предпринимательства. Исследование показывает соотношение в изменении цен на нефть на мировых рынках и доля нефти в ВВП, и бюджет на период 2003-2015 годов. Низкие доходы от продажи нефти создали дефицит бюджета и снижение трансферов из нефтяного фонда. В результате национальная валюта Азербайджана девальвировала по отношению к доллару почти в два раза в течение одного года и покупательная способность местного населения ослабла. Исследование также показывает, что предприниматели, которые в основном продают импортные товары на внутреннем рынке, понесли потери, когда экспортеры выиграли от слабой валюты. Правительство нуждается в малом и среднем предпринимательстве, которые поддерживают экономику с ростом расходов и потребления. С другой стороны, правительству необходимы предприниматели, которые могут экспортировать товары и привести иностранную валюту в страну. Эта статья также раскрывает способы извлечения выгоды предпринимателями из ослабленной валюты и сфер, которые имеют потенциал, для того чтобы быть разработаны.

Ключевые слова: падение цен на нефть, поддержка предпринимательства, экономика Азербайджана, развитие предпринимательства, экспорт, импорт

Starting from 2006 huge oil revenues flow to the country and there was a boom in Azerbaijan economy. Entrepreneurs benefited from this boom in construction and service fields. However dependence on oil revenues has its negative sides and Azerbaijan entrepreneurs faced serious challenges since 2015 as oil prices felt by almost 3 times. Country faced low prices in 2008 but that situation delayed only for 6 months and reserves of the country helped to avoid the negative impact of the global recession to the local economy.

Support of entrepreneurship is an important fact for the country as they are the locomotives of the economy. This research reveals the ways entrepreneurs can benefit in oil price fall, devaluation of money in Azerbaijan.

Entrepreneurs positively affect economic growth in terms of GDP so policies followed by government serve as to encourage private sector.

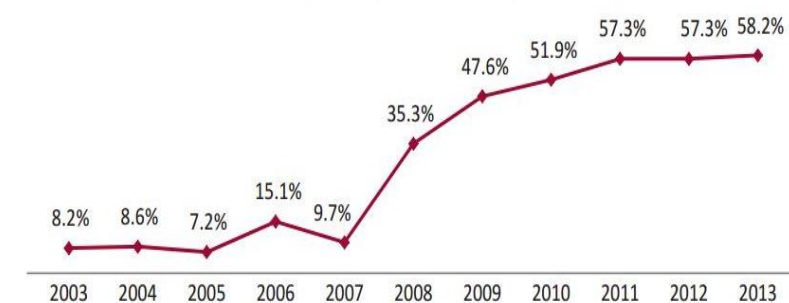
Why the entrepreneurship is important to the country's economy? There are a few facts showing the importance of this category of people on how they can play a part in contributing to the economy of a country. The entrepreneur who is a business leader looks for ideas and puts them into effect in fostering economic growth and development. Entrepreneurship is one of the most important input in the economic development of a country. Entrepreneurship play a vital role in the development of a country's economy as this is the key contributor to innovativeness, product improvement and reduction of unemployment. Entrepreneurship, which is the practice of starting a business in order to earn profit on newly founded opportunities, can go a long way to stabilize the economy of a nation as well as generate massive returns to the government.

Entrepreneurs create new jobs, create wealth for themselves and country, they provide services and products needed for the country. They do research and development how to be different from other companies, how to get the best product at a lower cost.

Azerbaijan has undergone significant economic transformation and development since the country's independence in 1991. The rapid economic development mainly attributed to the exploitation of hydrocarbon resources (through production sharing agreements with foreign oil companies and foreign direct investment). The country signed the "Contract of the Century" which allowed Azerbaijan to maximize revenues through the sale and transportation of crude oil in future. It was a new period in the development of oil industry as well as overall economy.

➤ **Effect of oil revenues to Azerbaijan economic growth before and after oil price fall.** Before the drop of oil prices revenue from the oil played a significant role in Azerbaijan budget and consisted more than 85% of GDP. The state budget has become highly dependent on transfers from State Oil fund of Azerbaijan. Below the graph shows that, a significant portion of the state budget revenues came from the State Oil Fund transfers. Fund played a considerable role in the process of maintaining the fiscal stability. In 2007, SOFAZ transfers of AZN 585 mln. constituted only 9.7% of total state budget revenues [1]. Between 2008 and 2013, SOFAZ transfers as a percentage of the total state budget revenues rose sharply from 35% to 58%. In 2013, Fund transferred AZN 11,350 million to the state budget, rising nearly 92% from the amount transferred in 2010 [2]. Overall, since 2013 the total amount of transfers to the state budget equaled AZN 46 435 million.

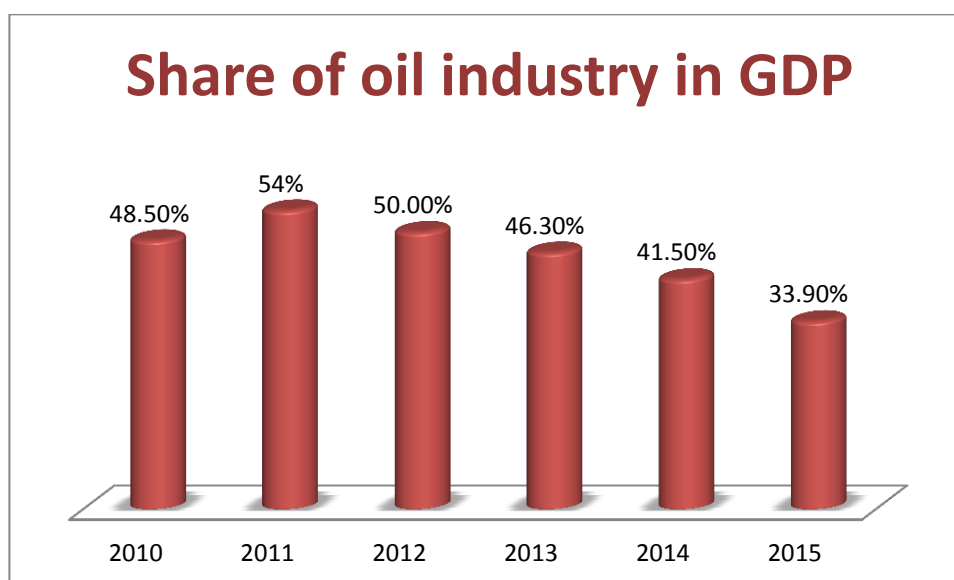
SOFAZ transfers as a percentage of state budget revenues, 2003-2013



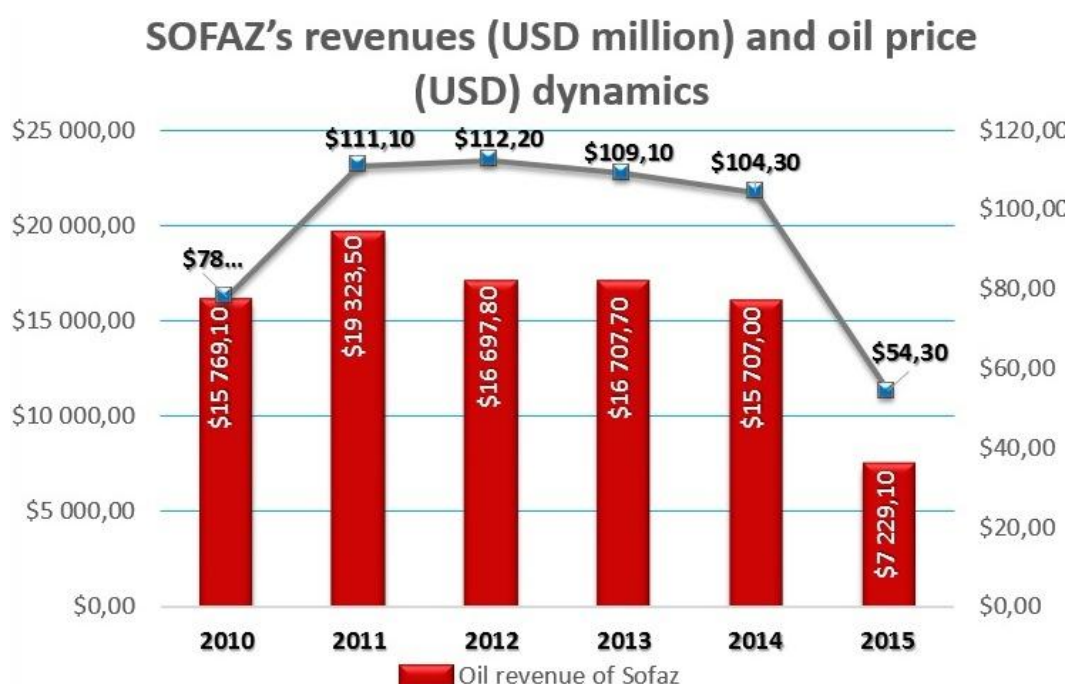
Source: The Ministry of Finance of Azerbaijan, SOFAZ

After oil price decline, share of oil industry in GDP, SOFAZ oil revenue, SOFAZ transfers as percentage of state budget revenue fell down sharply. Below histogram demonstrates share of oil industry in GDP in years 2010-2015. As it is visible from the histogram, share of oil industry in GDP fell from 54% in 2011 to 33.90% in 2015.

The drop in oil prices came as a structural shock. Indeed, authorities had initially planned a 2016 budget based on a USD 50 per barrel. Given the continued decrease in the oil trading price, Azerbaijan's central bank reviewed its yearly budget on 19 January, adjusting it to USD 30 per barrel [3].



Decline of oil price had a negative impact on SOFAZ's 2015 revenues, oil revenue fall from \$15707,00 to \$7299,10. SOFAZ transfers as a percentage of state budget revenue is the less than previous year in 2015, and form 46,4%.



The decreasing oil prices affected negatively not only the revenues generated from direct sale of oil and oil products but also profit taxes, value added taxes which

are related to oil sector. As the share of oil sector is high in GDP, the economy has been influenced adversely by long-term low oil prices. The logical flow of decreasing state revenues is decreasing budget. Although government tries to increase the revenues through other taxes such as land, road, simplified, it is hard to reach the same level of budget revenues without high oil prices in next years. The decreasing budget revenues do not allow government to provide people with the equal amount of wages, aids, pension to real rate of inflation.

Entrepreneurship can benefit from oil price fall. Fall in the oil prices decreased the local consumption, which is a challenge for local entrepreneurship. However, entrepreneurs now can benefited from low international transportation costs, low export prices but hit by low purchasing power of the population and increased import prices because of currency depreciation. Increased import prices in local currency makes local products more favorable and available to consumers.

Most of the existing entrepreneurs sell imported products as it brings good profit due to the strong currency and high purchasing power of the population. So the devaluation of the currency hit most of the entrepreneurs in the country when it helped the farmers who export food to Russia. Increase in the imports gradually grow from 2001 to 2014 as strong currency also made exports less attractive and vulnerable to the competition in world markets. Now country needs new generation of entrepreneurs who will produce and export good from country. Some business fields that have potential to grow are given below.

Airline tickets: The price of an airplane ticket is largely dependent on the price of jet fuel, which depends on the price of crude oil. The prices of most airline tickets are a combination of the ticket price plus a fuel surcharge. Azerbaijan Airlines can use this advantage to decrease flight fees for passengers and cargo. Eventually the company will increase of the volume and trade.

Cosmetic and beauty products: A majority of makeup products are made up from petroleum, which is a crude oil product. Lower oil costs will eventually lead to lower prices for makeup. Azerbaijan imported \$52 mln and 46 \$mln worth of cosmetic products from different countries in 2013 and 2014 respectively [4]. The numbers show the real demand in the country for this products.

Plastic goods: Plastic is a product of petrochemicals, which is a product of crude oil. Therefore, the less expensive crude oil becomes, the cheaper plastic bottles become. Azerbaijan imports the plastic bottles from Iran and other countries. In years 2013 and 2014 the country imported \$346 mln and \$300 mln worth of plastic goods. The number is quite big enough to produce them inside the country for cheaper price and export them to other countries.

Paint: Paint is made from petroleum. The less expensive crude oil becomes, the less expensive paint becomes. Azerbaijan had a boom in construction industry and companies had a big demand to paint. The import of paint was \$29 mln and \$27 mln USD in 2013 and 2014 respectively.

Delivery services: The price of gasoline is determined by the Tariff Council of the Republic of Azerbaijan. However, in most of world countries the gasoline prices are adjusted to the world market prices of crude oil. So the lower the price in the market the lower the price of export products will be for local exporters. Also the cheap price for the local market is an additional advantage for the local entrepreneurs to export their final goods [5].

The country entrepreneurs have a great potential to grow in the region as there is an enough local consumption and devaluation made it easier to compete with world market prices of the oil products. The only challenge for entrepreneurs will be the market share grasped by other competitors. However, geographical location of country makes it easier to take deliver goods and services for compatible prices in the region.

The government should diversify the economy in order to decrease negative impact of declining oil prices on the state budget. By diversifying the economy, government can compensate decreasing oil revenues with taxes and decrease the oil dependency of overall economy. It is important to expand and develop non-oil sector, especially agricultural sector to ensure food security, lessen dependence on imported food products and decrease the loss formed due to exchange rate when Azerbaijan buy cereal, wheat, oat and grain from foreign countries. Agricultural products have a huge share in imported goods, therefore the improvement of this sector will matter in terms of achieving positive trade balance. As Azerbaijan historically was agricultural country and agriculture compounds 6 percent of GDP; 40% of household income comes from agriculture and it provides 39% employment in rural areas⁹, it would not be difficult to improve this sector in a short time period. The conditions (having 9 different climate types and different types of arable lands) are also fruitful and suitable for agriculture in Azerbaijan. Another advantage and importance of agriculture is to decrease poverty reduction as it is a sector where many people can be employed.

According to easy of doing business ranking for 2014¹⁰, Azerbaijan was 70th place among world countries, but in 2016 Azerbaijan is in 63rd place. It also shows that entrepreneurship can benefit from oil price fall.

References

- [1] State oil Fund of the Republic of Azerbaijan, Annual Reports, [http:// www. oilfund.az/](http://www.oilfund.az/)

- [2] Ministry of Finance of the Republic of Azerbaijan, Information on the State budget execution.
- [3] State oil Company of the Republic of Azerbaijan
- [4] State Statistics Committee of Azerbaijan Republic, Economics Statistics, http://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/indexen.php
- [5] The Other Products Falling Oil Prices Are Making Cheaper <https://www.entrepreneur.com/article/242178>
- [6] Why Oil Prices Have Fallen and How That Affects Russia's Economy, Russia insider.<http://russia-insider.com/en/business/why-oil-prices-have-fallen-and-how-effects-russian-economy/ri12053>
- [7] How Does the Changing Price of Oil Affect Your Economy, Now and Potentially in the Future? <http://gnp.advancedmanagement.net/article/2015/08/how-does-changing-price-oil-affect-your-economy-now-and-potentially-future>
- [8] Falling oil prices raise concerns over Azerbaijan stability, by Riccardo Dugulin, January 28, 2016. <http://globalriskinsights.com/2016/01/falling-oil-prices-raise-concerns-over-azerbaijan-stability/>
- [9] Data according to WORLD BANK (<http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Azerbaijan-Snapshot.pdf>)
- [10] www.doingbusiness.com

AQRAR SEKTOR VƏ QIYMƏT MEXANİZMİ

E.C. Abdullayeva

müəllim, UNEC

Tel:(+99451) 8971786

e-mail: esmira_abdullayeva@mail.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 29 dekabr 2016; Çapa qəbul edilmişdir 27 mart 2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 29 December 2016; accepted 27 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Məqalədə Azərbaycanın aqrar sferasında qiymət mexanizminin təkmilləşdirilməsi məsələləri araşdırılır. Təhlillərlə müəyyənəndirilib ki, bu mexanizmin təkmilləşdirilməsi üçün təminatlı və tədarük qiymətlər sisteminin formalaşması, təminatlı qiymətlər sistemi üzrə məhsul çeşidinin genişləndirilməsi və dürüsləşdirilməsi, tədarük qiymətlərinin real fəaliyyətinə imkan yaradan satış kooperativləri şəbəkəsinin formalaşmasına dövlət dəstəyi zəruridir. Qiymətlərin nisbi ucuzlaşması ilə birgə, mənfəət artımını şərtləndirən innovasiya proseslərinin qiymət mexanizminin təkmilləşdirilməsindəki mühüm rolu aşkarlanıb və ölkə aqrar sferasında innovasiya proseslərinin güclənməsi üçün fəal dövlət dəstəyi ilə birgə, ixtisaslaşmış innovasiya firmalarının formalaşması zərurəti müəyyənəndirilib.

Açar sözlər: aqrar sfera, təminatlı qiymətlər, tədarük qiymətləri, satış kooperativləri, innovasiya prosesləri.

JEL Classification Codes: Q13, Q14

AGRARIAN SECTOR AND PRICE MECHANISM

Abstract

In article questions enhancement of the price mechanism of agrarian sector is researched. On the basis of analyses it is determined that for enhancement of this mechanism it is necessary to apply systems of warranty and pledge prices, to expand the list of agro products on warranty price systems, in case of active of state support to create network of agro cooperatives. In article it is revealed important a role of innovative processes in enhancement of the price mechanism of the agrarian sphere and it is offered that for activation of innovative processes in the agrarian sphere together state support needs to be created innovative firms.

Keywords: agrarian sphere, warranty prices, pledge prices, agrarian cooperatives, innovative processes, price regulation, import prices.

АГРАРНЫЙ СЕКТОР И ЦЕНОВОЙ МЕХАНИЗМ

Резюме

В статье исследованы вопросы совершенствования ценового механизма аграрного сектора. На основе анализов определено, что для совершенствования этого механизма необходимо применять системы гарантийных и залоговых цен, расширять перечень агропродуктов по гарантийной системе цен, при активной господдержке формировать сеть агрокооперативов. В статье выявлена важная роль инновационных процессов в совершенствовании ценового механизма аграрной сферы и предложено, для активизации инновационных процессов в аграрной сфере, вместе господдержкой формировать инновационные фирм.

Ключевые слова: аграрная сфера, гарантийные цены, залоговые цены, аграрные кооперативы, инновационные процессы.

Məlumdur ki, çox mühüm amillər – kənd təsərrüfatı məhsuluna tələbatın nisbi qeyri-elastikliyi, qiymət dispariteti problemi və s. aqrar məhsulların qiymətinə dövlət müdaxiləsini, yəni sahibkarların gəlirlərini artıran və stabilləşdirən müdaxiləni zəruri edir, çünki AB-nin kənd təsərrüfatı islahatı proqramlarında qeyd olunduğu kimi, “fermer yoxdursa, məhsul yoxdur”. “Fermerin olması” isə gəlirin olmasını tələb edir və uzunmüddətli tarixi dövr ərzindəki tendensiyalar öz-özlüyündə fermer gəlirinin artımına şərait yaratmayıb. Belə ki, 1910-88-ci illərdə kənd təsərrüfatı məhsulu orta hesabla 6 dəfə bahalaşmış, istifadə edilən məhsulların qiyməti isə 12 dəfə artmış [1]. Məhz bu meyillər nəzərə alındığına görə bu gün inkişaf etmiş ölkələrdə aqrar sahibkarın gəlirinin mühüm hissəsi – AB-də 38%, Yaponiyada 72%, ABŞ-də 27-40% dövlət mənbələrinin payına düşür [2].

Bəllidir ki, bu dəstəyin reallaşmasının əsas mexanizmlərindən biri təminatlı (məqsədli) və girov (tədarük) qiymətlər sistemidir. Məlumdur ki, Azərbaycanda nə təminatlı, nə də ki, girov qiymətlər sistemi tam formalaşmayıb. Ümumiyyətlə əmtəə bazarına müdaxilələr əsasən istehlakçı mənafeələrinin qorunmasına, təminatlı və girov qiymətlər sistemi isə məhz istehsalçı maraqlarının müdafiəsinə yönəlib. Bu baxımdan, bir neçə vacib məqam qeyd olunmalıdır. I dövlət himayəsinə aid olan kənd təsərrüfatı məhsullarının çeşidi hələlik dəqiq bəlli deyil və qanunvericilik gübrə, yanacaq və s. güzəştləri geniş modifikasiya olunmamış bitkiçilik məhsullarına, qismən də damazlıq heyvanlara aid edir. Təcrübədə də güzəştlərdən əsasən taxıl istehsalçıları və qismən heyvandarlıq məhsulları istehsalçıları istifadə edir. Doğrudur, ölkənin taxıl məhsullarına ehtiyacının ödənilməsi strateji əhəmiyyətli bir məsələdir, ancaq digər məhsullar üzrə də dövlət dəstəyinə ehtiyac var. Belə ki, Azərbaycanda bir sıra ərzaq məhsulları üzrə özünü təminat səviyyəsi yuxarı olsa da, hələ də daxili istehsal hesabına (2015-ci il) süd və süd məhsullarına tələbat 84,3%, mal ətinə

tələbat 91,8% ödənilir [3]. Ümumiyyətlə, bu baxımdan, dünya təcrübəsi nəzərə alınmalıdır. Məsələn, AB-də son dövrdə, bu baxımdan, köklü dəyişikliklər olsa da, daha doğrusu, Ümumi Aqrar Siyasət (ÜAS) köklü dəyişsə də - “bu gün müdaxilə qiymətləri yumşaq buğda və süd məhsulları üçün saxlanılsa və sərt məhdudiyyətlər tətbiq olunsaydı” da, uzunmüddətli tarixi dövr ərzində təminatlı və girov qiymətlər tətbiq edilən məhsulların çeşidi kifayət qədər çox olub [4]. Bu məsələnin çox ətraflı araşdırılmasına ehtiyac yoxdur, amma qısaca olaraq xatırlatmaq lazımdır ki, AB-də birbaşa qiymət tənzimləmələri üçün təminatlı (məqsədli), müdaxilə (tədarük) və hədd qiymətləri tətbiq olunur. ABŞ təcrübəsində isə təminatlı və girov (tədarük) qiymətlər tətbiq olunur.

Xarici təcrübə ilə tanışlıqdan bəlli olur ki, sahibkarlıq subyektləri gəlirinin artımında əsas rolu təminatlı qiymətlər oynayır və prinsipcə, digər qiymətlər, yəni tədarük qiymətləri, hədd qiymətləri məhz bu qiymət əsasında müəyyənləşir. Bu baxımdan, zəruri bir sual yaranır. Təminatlı və ya məqsədli qiymət həddini necə müəyyənləşdirməli? B.İ. Silvanoviç çox düzgün qeyd edir ki, kənd təsərrüfatı qiymət siyasətində əhəmiyyətli məsələ “təminatlı qiymətlərin səviyyəsinin müəyyənləşməsidir” [5]. Bəzi iddialara görə, təminatlı qiymətlər aqrar sahibkarın geniş təkrar istehsalı reallaşdırmasına imkan yaradan səviyyədə olmalıdır”. Zənnimizcə, belə yanaşma əsasında təminatlı qiymətlərin müəyyənləşməsi çətinlikdir. Məsələyə çox dəqiq yanaşmaq, ümumənəzəri, yanaşmalar əvəzinə texniki aspektlər əsasında həlli gərəkdir. Ən məqsəduyğun olan odur ki, öncə müxtəlif məhsullar və müxtəlif regionlar üzrə məhsul vahidinin mayaya dəyərini (hər il) müəyyənləşdirmək, mayaya dəyərinə iqtisadiyyat üzrə orta rentabellik səviyyəsini şamil etməklə, təminatlı qiymət səviyyəsini müəyyənləşdirmək lazımdır. Bu cür yanaşma zamanı bir məqam da diqqətdən qaçırmamaq olmaz. Bir çox ölkələrdə, o cümlədən Azərbaycanda sahibkarlar istehsal məsrəflərinə görə də subsidiyalar alırlar. Yəqin ki, bu cəhət də nəzərə alınmalıdır. Digər bir məsələ mayaya dəyərinin özünün müəyyənləşməsindəki çətinlikdir. Aqrar sektorda normativ mayaya dəyərinin müəyyən edilməsi çətinliyi bəllidir. Amma bununla birgə qeyd olunmalıdır ki, bir çox hallarda eyni növ məhsullar üzrə məsrəflərin uyğunluğu da, məsələn, hər hektara gübrə və ya hər hektar biçin üçün dizel yanacağı sərfi və s. uyğunluğu da zəruridir və bu baxımdan, şərti normativ mayaya dəyərini müəyyən etmək olar.

Kənd təsərrüfatı məhsulunun effektiv qiymət mexanizminin formalaşmasında istifadə olunan yararlı elementlərdən biri ixrac qiymətləri sistemidir. İdxal məhsulları üçün qiymət həddi müəyyənləşdirildiyi kimi, yəni idxal məhsulunun qiymətinin daxili qiymətlərə çatdırılması üçün əlavə ödənişlər tətbiq edildiyi kimi ixracda da güzəşt mexanizmi nəzərdə tutulur. İxrac məhsulunun dünya qiyməti daxili bazardan aşağı olduqda, dövlət tərəfindən sahibkara ödənilir [5]. Kənd təsərrüfatı məhsulunun qiymət mexanizmini formalaşdıran bu elementlər əsasən qiymətin ucuzlaşmasına deyil,

bahalaşmasına doğru istiqamətlənir. Bu baxımdan, növbəti sual yaranır. Kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətinin Azərbaycan bazarında daha da bahalaşmasına ehtiyac varmı? Əlbəttə ki, onsuz da yüksək olan istehlak qiymətlərinin əlavə yüksəlişinə heç bir ehtiyac yoxdur, ancaq Azərbaycanın istehlak bazarındakı bahalıq “istehsalçı-istehlakçı” əlaqələrinin ən müxtəlif səbəblərdən təhrif olunmasından irəli gəlir.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymət sisteminin təkmilləşdirilməsini araşdırarkən bir vacib məqamı da nəzərdən qaçıрмаq olmaz. İstər kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətinin formalaşmasında, istərsə də “istehsalçı-istehlakçı” qarşılıqlı əlaqələrinin güclənməsində mühüm rol oynayan mexanizmlərdən biri k/t kooperativləridir və xarici ölkələrin çoxəsrlik təcrübəsi də bunu təsdiq edir. Təşəkkül tarixi 1844-cü ilə aid edilən kooperativlər k/t məhsulunun satışında çox əhəmiyyətli rol oynayır. Belə ki, ABŞ-da k/t məhsulunun 30%-i k/t kooperativləri tərəfindən satılır. AB-nin Niderland, Danimarka, İrlandiya, İsveç kimi ölkələrində məhsulun 70-80%-i kooperativlər tərəfindən realizə olunur [6]. Hazırda satış kooperativlərinin də aid olduğu xidmət kooperativlərinin sayı ABŞ-da 2310-a, Fransada 2900-ə, İtaliyada 5800-ə, Niderlandda 60-a çatır. Məlumdur ki, ölkədə kənd təsərrüfatı kooperativlərinin formalaşması istiqamətində fəaliyyət aparılır və yeni “K/t kooperativləri haqqında” qanunun qəbulu gözlənilir. O cümlədən “Ərzaq təhlükəsizliyi” proqramında da könüllülük əsasında xırda təsərrüfatların kooperativlərdə birləşməsinə dəstəkləmək nəzərdə tutulur. Amma bir neçə vacib məqam hələ də tam dürüstləşdirilməyib. Birinci, sayı 800 mindən çox olan xırda təsərrüfatları istehsal kooperasiyasında birləşdirmək tamamilə müşkül məsələdir və bir çox yanaşmalarda düzgün qeyd edilir ki, MDB ölkələrində “kooperativ” anlayışı avtomatik olaraq “istehsal kooperativi” kimi dərk olunur. Halbuki inkişaf etmiş bazar ölkələrində istehsal kooperativləri praktik olaraq yoxdur və “k/t kooperativi xidmət kooperativləri kimi dərk olunur” [6]. Yəni bu gün ölkədə xidmət kooperativlərinin formalaşması məqsədəuyğundur, zəruridir və mümkündür. Bu baxımdan, lazımi məsələlərdən biri zəruri hüquqi bazanın formalaşmasıdır və qeyd etməliyik ki, bu gün qüvvədə olan qanunvericilik – “Kooperasiya haqqında” qanun belə kooperativlərin yaradılmasına imkan yaradır. Ancaq istər mövcud qanun, istərsə də yeni qanun layihəsi və s. hüquqi sənədlər bəzi çox vacib məqamlara aydınlıq gətirmir. Əlbəttə ki, layihədə kənd təsərrüfatı kooperativlərinin “qeyri-kommersiya təşkilatı” kimi xarakterizəsi yanlışlıqdır və kənd təsərrüfatı kooperativi mahiyyətcə, daha çox SC-xarakterindədir. Ancaq əsas nöqsan nə bu qeyd olunan cəhət, yaxud kooperativlərin qeydiyyat prosedurlarının tam aydın olması ilə bağlı deyil. Ən əsas cəhətlərdən biri vergitutma ilə bağlıdır. Qanunvericilikdə dəqiq həllər olmasa, kooperativ üzvü olan sahibkarın ikiqat vergitutmaya məruz qalması qaçılmazdır. Belə ki, 2014-cü ildən sonra öz təsərrüfatı üzrə mənfəət vergisi ödəyən fermer üzvü olduğu kooperativ üzrə də vergiyə cəlb oluna bilər. Digər mü-

hüm məsələ kooperativlərin real fəaliyyət imkanları əldə edə bilməsidir. MDB zonasında qeydiyyatdan keçən kooperativlərin əhəmiyyətli hissəsinin “yuxulu kooperativ” kimi xarakterizəsi bəllidir. Əlbəttə ki, “transmilli korporasiyalar gücündə olan” Qərb kooperativləri müqayisədə “yoxsulların” birləşməsindən yaranan kooperativlərin bir çox halda fəaliyyətsiz qalması labüddür. Aydınır ki, “AB ölkələrinin normativlərini mexaniki olaraq, “kooperativ hərəkətinin təşəkkül mərhələsindəki ölkələrə köçürmək məqsəduyğun deyil”. Ümumiyyətlə real fəaliyyət göstərən k/t xidmət kooperativlərinin formalaşması indiki mərhələdə çox ciddi dövlət dəstəyini tələb edir. Öz-özlüyündə aydındır ki, hətta yüzlərlə sahibkarın resurslarının cəmlənməsi ilə xidmət kooperativi üçün zəruri olan infrastrukturun: anbar, emal təsərrüfatının və s. yaradılması çətinir və xidmət kooperativlərinin formalaşmasının ilkin mərhələsində dövlətin fəal dəstəyinə ehtiyac var. Yəqin ki, bu baxımdan, ayrıca dövlət proqramının hazırlanması və reallaşmasına ehtiyac vardır.

Aydındır ki, qiymətlərin formalaşmasına təkcə bazar konyunkturu, təkcə bu və başqa formada məsrəflərin azaldılması deyil, həm də məhsuldarlıq – məsrəf artımı ilə belə müşayiət edilən məhsuldarlıq təsir edir. Əslində, kütləvi istehlak, sürətli ucuzlaşmanın yolu məhsuldarlıq yüksəlişindən keçir. Pol Kruqmanın dediyi kimi, “Məhsuldarlıq heç də hər məsələ deyil, amma uzunmüddətli perspektivdə məhsuldarlıq hər bir məsələdir. Ölkənin əhalisinin həyat səviyyəsinin artırılması qabiliyyəti zaman keçdikcə hər işçiye düşən məhsulun yüksəldilməsi qabiliyyətindən asılı olur” .

Bəllidir ki, məhsul və resurs bazarındakı tərəddüdlərlə birgə məhsuldarlıq, hər bir halda, mənfəət artımını şərtləndirməlidir. Bunu şərti bir nümunədə də görə bilərik. Hesab edək ki, texniki-texnoloji yeniləşmələr nəticəsində Azərbaycanda hər hektardan 2,7 ton əvəzinə 5,5 ton dənli bitki əldə olunub. Şübhəsiz ki, texniki-texnoloji yeniləşmələr istehsalda əlavə məsrəflər tələb edəcək və yəqin ki, maya dəyəri 146 manatdan, yəni indiki səviyyədə yuxarı olacaq. Aydınır ki, texnoloji inkişafda material xərclərinin, daha çox gübrə xərclərinin və amortizasiya xərclərinin artımı labüddür. Statistik göstəricilərə görə, indiki halda material xərcləri maya dəyərinin 50%-ni, gübrə məsrəflərisə material xərclərinin 16%-ni təşkil edir. Yəni indiki halda məhsulun 1 sentnerinə 12 manat gübrə xərci düşür. Statistik məlumatlara görə, amortizasiya məsrəfləri məhsula məsrəflərin təxminən 4%-ni təşkil edir. Hesab edək ki, bu yeniləşmələr texnika ilə silahlanmanın da güclənməsini tələb edib və amortizasiya məsrəflərini mütləq artırıb, yəni əvvəlkidən 1,5 dəfə çox avadanlıq alqısına vəsait yönəlib. Məsələyə sadə yanaşsaq, amortizasiya məsrəfləri 1,4 dəfə azalır (məhsuldarlıq artımına görə). Əməkhaqlarının da eyni artımını qəbul edək və deməli, maya dəyərində əmək məsrəfləri də 1,4 dəfə azalacaq deyə məsrəflərin sabit qalması bu xərclərin 1 sentnerin maya dəyəri üzrə 2,1 dəfə azalması şərtləndirəcək, o cümlədən gübrə məsrəfləri istisna olmaqla, material məsrəfləri də 1 s. maya dəyərində 2,1 dəfə azalacaq.

Qeyd olunanları nəzərə alıb, cədvəl şəklində təsvirlə dəyişmələri əks etdirək.

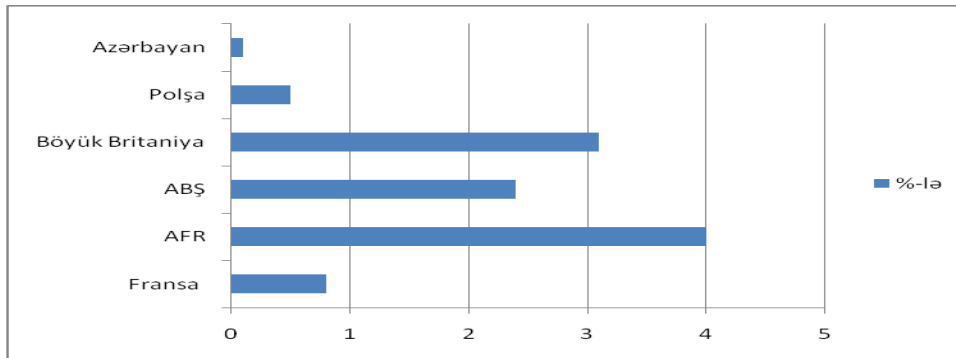
Cədvəl 1. Texniki-texnoloji yeniləşmələr və maya dəyərindəki dəyişmələr

	Əməkhaqqı	Yeniləşmədən əvvəl 1 hektara 27,6 s. istehsal			
		Material məsrəfləri		Amortizasiya	Digər
			Gübrə		
%-lə	26,7	50,4	8,0	3,9	19
Manatla	39	73	12	6	28
Cəmi:					146 man.
Yeniləşmələrdən sonra hər hektara 55,0 s. istehsalda					
%-lə	20,9	66,4	44,7	3,0	10,3
Manatla	28	89	60	4	13
Cəmi:					134 man.

Beləliklə məhsuldarlığın elmi-texnoloji inkişafın aqrar sahibkarların gəlirlərinin artımındakı rolu aydındır və bu baxımdan, innovasiya proseslərinin qiymətin formalaşmasındakı və sahibkarlığın gəlir artımındakı rolu çox əhəmiyyətlidir. Xanqın tədqiqatına görə, innovasiyaların tətbiqi nəticəsində 1975-1997-ci illərdə ərzaq sektorunda orta illik artım 1,88% olub. Məcmu məhsul artımı isə 3,58 təşkil edib. Məsrəflərin 60%-ni bütün material xərcləri təşkil edib. Elmi-tədqiqat məsrəfləri isə satışın 0,23%-ni təşkil edib, faktorların məhsuldarlığı 0,45% artıb [7].

Buna görə də, bütövlükdə dünyada aqrar elmi-tədqiqatlara yetərincə resurs sərf olunur. Belə ki, 2008-ci ildə dünyada aqrar elmi-tədqiqat məsrəfləri AQP (alıcılıq qabiliyyəti pariteti) üzrə 33 mlrd 74 mln dollar olub [8]. Təbiidir ki, regionlar üzrə bu göstərici yetərincə rəngarəngdir və məsələn, Afrika və Orta Şərqdə məcmu məsrəflərin cəmi 5%, ABŞ-da 13%, digər yüksək inkişaf etmiş ölkələrdə 35%-i sərf olunub. Qeyd etmək gərəkdir ki, məhsuldarlığın aqrar sektorun inkişafındakı rolu, ardıcıl olaraq, aqrar sektorun məhsuldarlıq inkişafındakı təsiri təxminən 50 il ərzində 1960-2009-cu illərdə aqrar elmi-tədqiqat xərclərinin 6 dəfəlik artımını 5,4 mlrd dollardan 33,7 mlrd dollara yüksəltməsinə şərtləndirib.

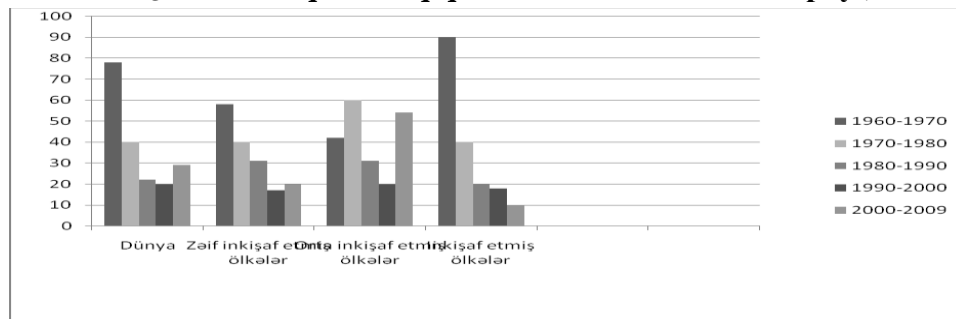
Azərbaycanda da bu baxımdan, vəziyyətin tam qənaətbəxş olduğunu göstərmək olmaz və aqrar tədqiqatlara xərclər 2013-cü ildə 6,7 mln manata bərabər olub və ya məcmu aqrar məhsulun 0,1 %-ni təşkil edib [3]. Yəni aqrar tədqiqatların maliyyələşdirilməsi baxımından, o cümlədən dövlət tərəfindən maliyyələşdirilməsi cəhətdən gerilik aşkardır və digər ölkələrlə müqayisələr də bu cəhəti təsdiqləyir.



Qrafik 1. Kənd təsərrüfatına dövlət büdcə ayırmaları (k/t əlavə dəyərində %-lə)

Beləliklə kənd təsərrüfatı sektorunun inkişafını və kənd təsərrüfatı sahibkarlığının dinamik inkişafını təmin edən, kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətinin nisbi ucuzlaşmasına mühüm təsir göstərən innovasiya prosesləri Azərbaycan aqrar sektorunda hələlik zəifdir, ancaq səbəb təkcə dövlət dəstəyində deyil.

Qrafik 2. Aqrar tədqiqat məsrəflərində dövlətin payı, %-lə



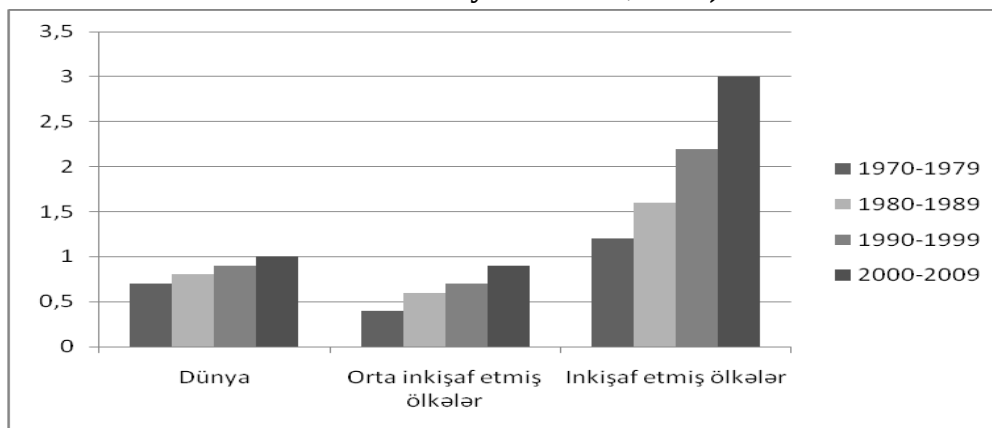
Mənbə: The state of Food and Agriculture innovation in family forming”, p.47 figure 15

Belə ki, “1990-cı ildə bir alman fermerinin 4 nəfəri, 1950-ci ildə 17 nəfəri, 1980-ci ildə 47 nəfəri, 2000-ci ildə 127, 2008-ci ildə 137 nəfəri ərzaqla təmin edə bilməsi” yalnız “kənd təsərrüfatında keyfiyyətli məsuldarlıq artımı” ilə, yəni aqrar elmi-tədqiqatların səmərəli nəticəsi ilə şərtlənib. Eyni zamanda dünən də əhatəli aqrar elmi-tədqiqat işlərində sahibkarlıq sektoru çox əhəmiyyətli rol oynayıb. Bu gün də bu rol getdikcə artır və məsələn, ABŞ-da 1994-2010-cu illərdə kənd təsərrüfat sferasının 7 sektoru üzrə özəl tədqiqat məsrəfləri 5,6 mld dollardan 11 mld dollara qədər artıb, yəni məsrəf artımı illik 3,6 % bərabər olub. Ümumiyyətlə XX əsrin II yarısından etibarən təkcə inkişaf etmiş ölkələrdə deyil, bütün dünya üzrə aqrar tədqiqatların maliyyələşməsində dövlətin payının nisbi azalması meyli sezilir. Faonun “The state of Food and Agriculture innovation in family forming” məcmuəsinin məlumatları da bu cəhəti aşkara çıxarır.

Şübhəsiz ki, aqrar tədqiqatların reallaşmasında dövlətin rolu müstəsnaadır. Tədqiqatlarda da düzgün olaraq, iddia edilir ki, üç başlıca cəhət aqrar tədqiqatların nəticə-

lərinin ictimai nemətlərlə təminatdakı rolu (məsələn yaşıllaşdırmadakı rol), digər elm sahələrində olduğu kimi, aqrar tədqiqatlarda da nəticələrin kumulyativliyi (yəni sırf nəzəri tədqiqatlar əsasında tətbiqi tədqiqatların aparıla bilməsi), tədqiqat məsrəfləri ilə tədqiqat nəticələrinin tətbiqindən alınan gəlir arasındakı müddətin fərqlənməsi dövlətin zəruri iştirak və rolunu şərtləndirir. Bu baxımdan, dünya üzrə aqrar tədqiqatlara dövlət məsrəfinin 33,6 mld dollar təşkil etməsi və o cümlədən bu məcmu məsrəflərin 35%-nin inkişaf etmiş ölkələrin, 9%-nin Çinin payına düşməsi təəccüblü deyil. Ümumiyyətlə, aşağıdakı qrafik sübut edir ki, XX əsrin II yarısından etibarən aqrar tədqiqatların intensivliyi xüsusi dinamizmi ilə seçilir.

Qrafik 3. Aqrar tədqiqatların intensivliyi (tədqiqat məsrəflərinin aqrar sferadakı əlavə dəyərə nisbəti, %-lə)



Mənbə: “The state of Food and Agriculture innovation in family forming”, p.50 figure 18

Aqrar innovasiya fəaliyyəti ixtisaslaşmış innovasiya şirkətlərinin formalaşmasını: genetika, biotexnologiya, ekologiya və s. istiqamətlər üzrə innovasiyalar hazırlayan firmaların formalaşmasını tələb edir, ancaq bu istiqamətdə çalışmaların effektivliyi də bəzi mühüm faktorların təsiri ilə kifayət qədər çətinləşir.

Müasir şəraitdə effektiv aqrar tədqiqatlar çoxmilyardlı məsrəflər tələb edir və belə bir şəraitdə lazımı resursu malik olmayan ölkələrin effektiv tədqiqatlar aparması çətin olur. Prezident İlham Əliyevin qeyd etdiyi kimi, “bu şəraitdə ən fundamental tədqiqatlar aparılması imkan xaricindədir...bu gün Azərbaycanın dünya elminin gələcəyini müəyyən edəcəyini gözləmək çətindir”. İ.Əliyevin qeyd etdiyi kimi, “lakin...mütəxəssislər təbəqəmiz olmalıdır ki, biz dünyada ən qabaqcıl texnologiyaları ləngimədən özümüzə tətbiq edə bilək”.

Əlbəttə ki, resurs çatışmazlığı, bütövlükdə effektiv aqrar tədqiqatlardan imtinaya bərabər deyil və ən azı “dünyadakı qabaqcıl texnologiyaların ləngimədən tətbiqi” müəyyən tədqiqatlar aparılmasını tələb edir.

Bu isə başqa bir mürəkkəb məsələnin həllini, yəni aqrar tədqiqatlarda özəl sekto-

run fəal iştirakını zərurətə çevirir, daha doğrusu, aqrar sektorda innovasiya fəallığının artımı üçün yeni mexanizmin, yəni dövlət elmi-tədqiqat sferası (fundamental tədqiqatlar və beynəlxalq miqyasda elmi yeniliklərin absorpsiyası), yəni özəl innovasiya firmaları aqrar sahibkarlıq tərəfdaşlığına əsaslanan mexanizmin formalaşmasını tələb edir, çünki "...milli innovasiya sistemi texnologiyaların yaranması, idxalı, diffuziyasını fəallaşdıran dövlət və özəl sektor institutlarının şəbəkəsidir" [9].

Nəticə. Beləliklə ixtisaslaşmış özəl tədqiqat müəssisələri aqrar innovasiya məhsullarının istehsalı hesabına yüksək gəlir üçün çalışan müəssisələr olmadan milli aqrar innovasiya sistemi tamamlanmır və effektiv fəaliyyət göstərə bilmir. Azərbaycanın mövcud aqrar elmi-tədqiqat sektoru daxilində bu tip müəssisələrin formalaşmasını həyata keçirmək mümkündür. Dövlət mülkiyyətində olan müxtəlif təcrübə-sınaq mərkəzləri, toxumçuluq və digər ixtisaslaşmış stansiyalar və s. bazasında yeni özəl innovasiya şirkətlərinin yaradılması mümkündür. Belə bir islahat ölkədə aparılan aqrar tədqiqatların nəticələrinin sürətlə kommersiyalaşdırılmasına, idxal texnologiyaların yerli mühitə operativ uyğunlaşdırılmasına çox müsbət təsir göstərir.

Ancaq aqrar sektordakı elmi-texnoloji yeniləşmələrin problematik tərəfləri təkcə sadalananlarla məhdudlaşmır. Digər çətinlik yarıdan məsələ aqrar innovasiya bazasının həcmi ilə bağlıdır. Belə ki, "aqrar ETTKİ məsrəfləri və riskləri şirkətlərdən investisiyaları çox diqqətli planlaşdırmağı tələb edir" və "planlaşdırmada bazanın həcmi ən mühüm faktorlardandır" [10]. Məsələn, 2006-cı ildə ABŞ-da innovasiya şirkətlərinin yemçilik məhsulu üzrə satışı 142 mld dollar, heyvandarlıq genetikası məhsulları üzrə satışsa 6 mld dollar təşkil edib [10]. Şübhəsiz ki, satışın belə həcmi yemçilik üzrə tədqiqatların, müxtəlif qüvvətləndirici əlavələrin, preparatların və s. hazırlanmasına yönələn tədqiqatların stimullaşdırılmasına əsas olur.

Bu cəhət Azərbaycanda aqrar innovasiya şirkətlərinin formalaşmasında mühüm bir məqama diqqət yetirməyi tələb edir. Dəqiq desək, potensial innovasiya firmalarının effektiv fəaliyyəti üçün daxili bazanın həcmi yetərli deyil. Bu baxımdan, fəaliyyət həm də ixraca yönəlməlidir.

Sadaladığımız bütün bu məsələlər: təminatlı qiymətlər tətbiqi, qiymət disparitetinin aradan qaldırılması, innovasiya prosesləri hesabına qiymət mexanizminin çevikliyinin artımı olaraq aqrar qiymətlərin təkmilləşdirilməsinə, aqrar sahibkarlığın inkişafına yol açan təkmilləşdirmələrə birbaşa təsir edən faktorlardır.

Ədəbiyyat

- [1] Eva Fernandes Looking for national food security? Agricultural policies in Western developed countries 1920-1980, 200 p.
- [2] FAO milk and milk products 2013 table 26 www.fao.org/el.resurs
- [3] Stast.gov.az
- [4] FAO statistical pocket book 2012 səh.48e.

- [5] Сильванович В.И. Ценовая политика в аграрном секторе экономики: Современное состояние и направления развития Вестник БДУ № 3 эл.ресурс
- [6] <http://anfes.gov.az>
- [7] Huang K.S. Food manufacturing productivity and its economic implications UsdA Technical Bulletin number 19.05.2003
- [8] FAO statistical yearbook 2013 table 11
- [9] FARA The. role of agricultural within the agricultural innovation systems framework” Ponnial Anandayasckeramp.2 el.resurs
- [10] Jamcs Roumessed. Wither The Economics of Agricultural Development University of Hawaii Working Paper №10, 2010-3 mysciencework.com

ƏHALİNİN MALİYYƏ SAVADLILIĞININ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ VƏ MALİYYƏ XİDMƏTLƏRİNİN KEYFİYYƏTİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ YOLLARI

Y. Dəmirov
müəllim, UNEC

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 19 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 30 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017
Received 19 January 2017; accepted 30 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Təqdim olunan məqalədə maliyyə savadlılığı anlayışının iqtisadi mahiyyəti, ona müxtəlif yanaşmalar, makro və mikromaliyyə siyasətinə onun təsiri təsbit edilmiş, ölkə iqtisadiyyatında maliyyə savadlılığının idarəedici təsir mexanizmi kimi istifadə olunması, ölkənin maliyyə bazarının, maliyyə mərkəzinin formalaşmasında istehlakçıların oynaya biləcəyi rol müəyyən etməklə təsbit edilmişdir. Məqalədə həmçinin maliyyə savadlılığı çərçivəsində yığım, əmanət, kreditləşmə, ipoteka krediti, istehlak krediti, maliyyə xidmətləri, istehlakçı hüquqlarının qorunması anlayışlarının təhlili izahı verilmişdir.

Açar sözlər: maliyyə savadlılığı, ipoteka krediti, istehlak krediti, maliyyə xidmətləri, istehlakçı hüquqları.

JEL Classification Codes: G21

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И ПУТИ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Резюме

В предложенной статье были рассмотрены экономическая сущность понятия «финансовая грамотность» и различные подходы к ее определению, определены ее воздействие на макро- и микрофинансовую политику, особенности использования финансовой грамотности, в качестве механизма управления экономикой страны, определена роль потребителей в формировании финансового центра, финансового рынка страны. В статье также были даны пояснения понятий: сбережения, кредитования, ипотечные кредиты, потребительские кредиты, финансовые услуги, защита прав потребителей.

Ключевые слова: финансовая грамотность, ипотечные кредиты, потребительские кредиты, финансовые услуги, права потребителей.

EVALUATION OF FINANCIAL LITERACY OF THE POPULACE AND THE WAYS OF DEVELOPMENT OF FINANCIAL SERVICES

Abstract

In the proposed article presents the economic nature and different approaches to defining financial literacy and its impact have been identified at the macro and micro-financial policies, especially the impact on increasing the cumulative potential of the country and its consequences. Defined the role of impact on the economy of the country as a mechanism to control the use of financial literacy and financial market of the country, consumers in shaping financial Centre and conducted tests. The article also under financial literacy was given explanations of the concepts of saving, lending, mortgage loans, consumer loans, financial services and consumer protection.

Key words: financial literacy, mortgage loans, consumer credit, financial services, consumer rights

Maliyyə savadlılığının artırılması, uzunmüddətli sosial-iqtisadi inkişaf konsepsiyasından irəli gələrək, ölkənin investisiya resurslarının formalaşması istiqamətində əsas istiqamətlərdən biri sayılır. Maliyyə savadlılığı şəxsi maliyyə rifahını idarə etmək imkanı yaradır. Maliyyə bilikləri elementlərinin və vərdislərinin yoxluğu vətəndaşların öz şəxsi maliyyə təminatı üçün düzgün qərarın verilməsində onların imkanlarını məhdudlaşdırır. Maliyyə aspekti insanların müasir həyat fəaliyyətinin bütün sferalarına təsir edir.

Mikrosəviyyədə vətəndaşların aşağı maliyyə savadlılığının təhlükəsi və iqtisadi nəticələri maliyyə sui-istifadə halları, kredit öhdəlikləri üzrə izafi yığımın artmasına və şəxsi yığımın qeri-bölgülü istifadə olunması kimi özünü göstərir.

Makroiqtisadi səviyyədə maliyyə savadlılığının aşağı olması maliyyə bazarlarının inkişafının ləngiməsinə, maliyyə institutları və dövlətin maliyyə siyasətinin idarə olunmasına inamın azalmasına, dövlət büdcənin bütün istiqamətlərdə əlavə vergi ilə yüklənməsinə və nəticədə iqtisadi artım tempinin azalmasına səbəb olur.

İnvestor qismində çıxış edə biləcək vətəndaşların bəzi hallarda nadanlılığı və bəzən də maliyyə bazarlarına etibarsızlığı, maliyyənin baza prinsiplərinin, sonda, ölkədə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının qarşısını alan amillərdən hesab olunur.

Ölkə iqtisadiyyatının davamlı inkişafı yalnız daha effektiv istehsal və maliyyə texnologiyaları və xidmətlərinin tətbiqindən deyil, həm də investor qismində çıxış edə biləcək əhalinin onlardan nə qədər istifadə etmək bacarığında olmasından asılıdır.

Müasir bazar iqtisadiyyatının inkişafı bir sıra məsələlərin, xüsusilə pensiya yığımı, sosial və tibbi sığorta, təhsil (insan kapitalı formasında) və ev təsərrüfatı məsələlərinin həllində maliyyə xidmətləri qismində uzunmüddətli yığım, pensiya, sığorta və

ipoteka krediti sxemləri üzrə əhaliyə geniş imkanlar təqdim etmişdir. Xüsusilə yığımın rəşional və iqtisadi artımı əhalinin orta sinif təbəqəsi üçün məqbul fəaliyyət sahəsi sayılır və sosial sabitliyin daha yüksək səviyyəsini təmin etməyə, eyni zamanda ümumi maliyyə sisteminin və makroiqtisadi balansın (tarazlığın) sabitliyinə yeni imkanlar açmış olur.

Yığım və sığorta alətlərindən istifadə üzrə əhalinin aktiv əmanətli davranışının yüksək səviyyəsi maliyyə savadlılığı səviyyəsinin artımını nəzərdə tutur və onlara bank və sığorta sektorunun məhsullarından, pensiya sığortasından və maliyyə sistemlərindən geniş istifadə etməyə güman yaradaraq yeni stimullar vermiş olur.

Maliyyə savadlılığı orta və kiçik biznesi möhkəmləndirə biləcək ev təsərrüfatında effektiv planlaşdırmağa və şəxsi büdcədən istifadə etməyə, uzunmüddətli maraqlarına əsaslanaraq, şəxsi maliyyə sahəsində qərarlar qəbul etməyə, artıq şəxsi borcdan çəkinməyə, maliyyə institutları tərəfindən təklif edilən mürəkkəb xidmət və məhsullar üzrə yönəlmiş təhlükələri (təhdidləri) tanımağa, öyrənməyə və potensial dələduzluq riskləri üzrə bazarın vicdansız iştirakçılarının rolunu aşağı salmağa kömək edir.

Hesab edirəm ki, ölkəmizdə də maliyyə savadlılığının inkişafı əhalinin orta sinfinin möhkəmləndirilməsi istiqamətində əhəmiyyətli və müasir maliyyə sektorunun inkişafı, əhalinin yığımlı davranışının-gəlirliliyinin, makroiqtisadi sabitliyin əsasıdır.

Maliyyə savadlılığının artımı maliyyə xidmətləri keyfiyyətinin artmasına imkan yaradır və vətəndaşların daha effektiv maliyyə xidmətlərindən istifadə etmək imkanlarını genişləndirməyə imkan verir. Bu proses onlara maliyyə böhranları riski ilə əlaqəni zəiflətməyə, həmçinin istehlak kreditləri üzrə vətəndaşların şəxsi borc risklərinin, bazarın vicdansız iştirakçıları tərəfindən möhtəkir risklərinin tədricən azalmasına aparır və beləliklə də maliyyə xidmətləri istehlakçılarının müdafiəsində əhəmiyyətli amilə çevrilir.

Maliyyə savadlılığı, bütövlükdə əhalini böhran vəziyyətlərinə, özünü qorumaq üçün, daha yaxşı hazırlanmış edir və onlar dünya maliyyə böhranı şəraitində aşağıdakı antiböhran elementlərinə daha yaxşı istiqamətlənmiş olurlar:

- vergi orqanlarına düzgün hüəabatların təqdim edilməsi;
- şəxsi pensiya yığım planlarını seçilməsi;
- öz yığımlarının qorunması;
- düzgün investisiya qərarlarının verilməsi (bu zaman təlaş halına düşməmək)

və başqa maliyyə qərarları üzrə.

Bu kimi elementlər, xüsusilə son maliyyə-neft iqtisadi böhranı şəraitində, post-neft dövrünə qədəm qoyan Azərbaycan dövləti üçün öz önəmliyini saxlamaqdadır. Belə ki, bu dövrdə dövlətin daha çox uzunmüddətli problemlərə təsiri imkanlarından yararlanması, maliyyə itkiləri hadisələrində dövlətin maliyyə dəstəyinə əhalinin əsasız gözləntilərinin yaranması, vətəndaşların fərđi maliyyə qərarları əsasında maliyyə

yə sağlamlaşdırılmasının şəxsi təminatının aşağı qabiliyyətli olması, maliyyə bazarı alətlərinin və onların baza prinsiplərinin əhaliyə zəif aşılması və s. kimi xüsusiyyətlər üzrə səciyyəvidir.

Yaranmış vəziyyət əhalinin maliyyə savadının artımına, maliyyə təhsili və maliyyə xidmətlərinin istehlakçıları hüquqlarının müdafiəsinin möhkəmləndirilməsi sistemlərinin inkişafına, vətəndaşlar üçün maliyyə xidmətlərinin əlçatanlığının artmasına, iqtisadiyyatda "uzunmüddətli pul" defisiti öhdəliyi həcmnin artırılmasına, iştirakçıların sayının genişləndirilməsinə yönəldilmiş sistemli siyasətin olmasını vacib edir.

Həmçinin əhalinin maliyyə savadlılığının artımı prinsipi Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İ. Əliyev tərəfindən təsdiq edilmiş, ölkənin düşmüş olduğu maliyyə təminatısızlığının aradan qaldırılması tədbirləri çərçivəsində hazırlanan Stateji Yol Xəritəsində də öz əksini tapmışdır.

Stateji Yol Xəritəsində strateji hədəf olaraq maliyyə bazarı iştirakçılarının bilik və bacarıqlarının artırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edən məsələlərdən biri kimi qeyd olunmuşdur. Maliyyə sektorunun mütəxəssisləri və maliyyə xidmətləri istehlakçıların zəruri bilik və bacarıqları artırılması maliyyə sisteminin dinamik inkişafına, uzunmüddətli dayanıqlılığının təmin edilməsinə təkan verə biləcəyi qeyd edilmişdir.

Bu strategiyanın reallaşması, mərkəz və regionlar üzrə olmaqla, maliyyə istehlakçılarınin tədrisi üzrə möhkəm institutların yaradılmasını, əhaliyə bu sahədə bilik və bacarıqların verilməsi və maliyyə xidmətləri istehlakçılarınin maliyyə savadı səviyyəsinin qiymətləndirilməsi sisteminin qurulmasını və onun artımına yönəldilmiş tədbirlərin effektivliyini nəzərdə tutur.

Stateji yol xəritəsində, xüsusilə istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsinin əsas məqsədləri kimi aşağıdakılar qeyd edilmişdir:

- maliyyə məhsulları üzrə dəqiq və aydın məlumatların təqdim edilməsi;
- aidiyyəti qurumların fəaliyyətini əlaqələndirməklə maliyyə-bank xidmətləri sisteminin səmərəliliyinin artırılması və dayanıqlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsi;
- istehlakçıların maliyyə məlumatlılığının, savadının və bacarıqlarının artırılması vasitəsilə əhalinin maliyyə xidmətlərindən istifadəsinin stimullaşdırılması;
- ədalətli bazar prinsiplərinin tətbiqi və rəqabətin gücləndirilməsi;
- proaktiv nəzarət vasitəsilə istehlakçıların potensial maliyyə itkilərinin qarşısının alınması [1].

Azərbaycanda istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi üzrə qeyd olunmuş bu istiqamətlər üzrə bir sıra tədbirlər həyata keçirilmiş və keçirilməkdədir. Məsələn, məsuliyyətli kreditləşmə üzrə tələblər tətbiq edilmiş, o cümlədən bank kredit üçün müraciət prosesi və kreditin şərtləri barədə məlumatların müştərilərə təqdim olun-

ması, banklardan borcalanın kredit üzrə bütün xərclərini əhatə edən faktiki illik faiz dərəcəsini (FİFD) açıqlamaq tələbi kimi fəaliyyətlər təşkil edilmişdir.

AMB, beynəlxalq maliyyə institutları və özəl sektor əhali və sahibkarların maliyyə savadlılığının artırılması sahəsində müxtəlif tədbirlər həyata keçirmişdir. Maliyyə savadlılığı üzrə resursların səfərbər edilməsi, görülmə işlərin səmərəliliyinin artırılması məqsədilə aidiyyəti qurumların işlərinin koordinasiyasına ehtiyac duyulur.

Ölkəmizdə maliyyə sisteminin sabitliyinin qorunması və ölkə iqtisadiyyatının rəqabətə davamlılığının artmasında əhəmiyyətli amil olan maliyyə bazarının inkişafına əhalinin maliyyə savadlılığının artması prizmasından baxılır. Azərbaycan Respublikasında beynəlxalq maliyyə mərkəzinin formalaşdırılması iqtisadiyyatın ümumi rəqabətə davamlılığının artmasına və əhalinin maliyyə savadının artmasına töhfə verəcəyi qeyd olunur.

Maliyyə təhsili və maliyyə xidmətləri istehlakçıları hüquqlarının müdafiəsi və ümumilikdə maliyyə savadının artması ictimai inkişafın aktual məsələsi olmaqla Avropa Komissiyası və İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı tərəfindən bazar iqtisadiyyatına keçən ölkələr üçün prioritet olaraq qoyulan suallardandır.

Avropa Komissiyası maliyyə təhsilinin son məqsədini belə müəyyən etmişdir: istehlakçıların və kiçik firma sahibkarlarının "maliyyə məhsulunun mahiyyətini anlamaq və ixtisaslaşdırılmış, fikirləşmiş qərarları qəbul etmək qabiliyyətini inkişaf etdirmək" bacarığı.

Bu baxımdan, maliyyə təhsilinin nəticəsi kimi maliyyə savadlılığı anlayışının "iki elementin" məcmusu qəbul etmək lazımdır:

1. Mövcud maliyyə məhsulları və onların istehsalçıları (saticılar) haqqında informasiyalara individlər (istifadəçilər) tərəfindən yiyələnmə, həmçinin mövcud kanallar üzrə konsultasiya xidmətlərindən informasiyanın alınması;

2. Maliyyə xidmətləri istehlakçısının qərarın qəbul olunması prosesində olan informasiyadan istifadə etmək qabiliyyəti: xüsusi hesablamaların həyata keçirilməsi, riskin qiymətləndirilməsi, müqayisəli üstünlüklərin, bu və ya digər maliyyə xidmətinin çatışmazlıqlarının müqayisəli qiymətləndirilməsi.

Maliyyə savadlılığının artırılmasına daha bir nümunə Böyük Britaniyanın (UK Financial Services Authority - FSA) maliyyə xidmətləri sahəsində nizama salma və nəzarət üzrə idarəsidir. Maliyyə savadlılığı insanların müəyyən üsulla yaşamağa, öz maliyyə vəziyyətini izləməyə, öz gələcək gəlirlərini və xərclərini, xüsusilə pensiyalarını planlaşdırmaq qabiliyyəti, maliyyə məhsullarını seçmək və maliyyə suallarını anlamaq bacarığı kimi anlaşılır. Bu təyinatla görə maliyyə savadlılıqlı əhali bunları etməyi bacarmalıdır:

- hər ay ailənin gəlirləri və xərclərinin hesabını aparmalıdır;
- artıq borclarsız, nağd vəsaitlərlə yaşamalıdır;

- perspektivə maliyyəni planlaşdırmalıdır (gözlənilməyən şəraitə və pensiyaya hazırlıq);
- maliyyə məhsullarına və xidmətlərinə müraciəti təhlillə seçim əsasında əldə etməlidir;
- əsas fəaliyyətlərini maliyyə sferasının məsələlərinə yönəltməlidir [2].

Maliyyə savadlılığı ilə əlaqədar daha bir tarixi fakt ilk dəfə ABŞ hökuməti tərəfindən maliyyə savadlılığı və təhsil (Financial Literacy and Education Commission) üzrə Komissiyanın və ixtisaslaşdırılmış internet-resursun, həmçinin ABŞ Prezidenti yanında maliyyə savadı üzrə (görə) Konsultativ məsləhətxananın yaradılmasıdır. Bu da inkişaf etmiş ölkələr üzrə bu sahənin, ümumilikdə ev təsərrüfatları hesabına maliyyə bazarlarının inkişafının önəmliliyindən xəbər verir.

Maliyyə savadı üzrə Konsultativ məsləhətin məruzəsində maliyyə savadlılığı "effektiv maliyyə əmin-amanlığının nailiyyəti üçün maliyyə resurslarını idarə etmə üzrə biliklərdən və bacarıqlardan istifadə etmək bacarığı" kimi müəyyən edilmişdir. Burada "maliyyə savadlılığına" dinamik anlayış kimi baxılmalıdır, çünki savadlılıq "daim dəyişən şəxsi və xarici iqtisadi şəraitə hər bir insanın reaksiya vermək" imkanı kimi güman edilir [4].

Sosial ictimai tədqiqatlar institutunun iqtisadçı əməkdaşları maliyyə savadlılığına maddi rifahə təsir edən "oxumaq, təhlil etmək, idarə etmək və maliyyə şəraitini seçmək bacarığı" kimi müəyyən etmişdilər. Buraya maliyyə nöqtəyi-nəzərindən gündəlik həyata təsir edən, həmçinin dünya iqtisadiyyatındakı hadisələrlə bağlı olmaqla, maliyyə qərarlarının (həllərinin) variantlarını ayırmaq, diskomfortsuz pul və maliyyə suallarını müzakirə etmək, gələcəyə plan qurmaq və hadisələrə savadlı reaksiya vermək qabiliyyətini özünə daxil edir.

Qeyd edək ki, əhalinin maliyyə savadlılığının səviyyəsi təsərrüfat fəaliyyətinin əsas kreditləşmə və ya daxili investisiyalaşma mənbəyi olan, makro iqtisadi sabitliyin və maliyyə bazarının inkişafının və həmçinin böhran dövründə ev təsərrüfatının dayaqly ehtiyatlarla təmin olunmasını təmin edən əhalinin yığım xarakteri ilə sıx əlaqədardır.

İqtisadi nəzəriyyədən yığım və kreditləşmə anlayışlarının qarşılıqlı əlaqələrini yada salmaq olar. Ümumilikdə yığımın məqsədi gələcəkdə istifadə üçün aktivlərin əldə edilməsi prosesidir. Yığım məhsulları kimi Əmanət yığımı, qiymətli kağızlara vəsait yatırımı, daşınmaz əmlak aktivlərinin əldə edilməsi formalarına xüsuslə üstünlük verilir [6].

Əmanət - faiz dərəcəli gəliri nəzərdə tutmaqla, yığım məqsədilə bankdakı əmanət hesabınıza qoyulan pul vəsaitidir. Faiz gəlirləri əmanətinizin məbləğini artırır. Banklar isə öz növbəsində maliyyə bazarının iştirakçısı kimi, depozit hesablarında olan pulları başqa şəxslərə (müşətilərə) borc vermək üçün istifadə edirlər.

Sonda yuxarıda verilmiş cədvəlin izahını edərək qeyd etməliyik ki, ölkəmizdə əhalinin istehlak xərclərinin aşağı səviyyəsi üzrə yığım fondlarının yaranmasına səbəb olmuşdur. Bu

yığımlardan 2015-ci ilin sonuna bank depozitləri formasında 9473,9 mln manat vəsait istifadə olunmuşdur.

Cədvəl 1. Əhalinin gəlirləri və xərcləri (cari qiymətlərlə, mln. manatla)

Göstərici	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Gəlirlər-cəmi	8063,6	25607,0	34769,5	37562,0	39472,2	41744,8	45395,1
İşçilərə əməkhaqqı ödənişləri	2954,8	7027,3	9224,9	10333,2	10776,1	11037,3	11577,4
Sahibkarlıq fəaliyyətindən gəlirlər	3432,6	14725,0	21140,8	22545,3	23375,9	25317,1	28378,4
Mülkiyyətdən gələn	42953,0	374,2	815,7	951,5	1211,4	1116,8	1029,7
Xərclər-cəmi	6508,7	19251,5	24564,0	28021,2	30799,6	34963,4	39773,4
Son istehlak xərcləri	5532,6	16528,5	21389,9	24150,0	26582,6	30595,3	34641,0
Qənaətlər	1554,9	6355,5	10205,5	9540,8	8672,6	6781,4	5621,7
Qeyri-maliyyə aktivlərin yığımı	477,8	874,1	1593,6	1921,9	2243,1	2171,7	1480,7
Maliyyə aktivlərinin yığımı	1077,1	5481,4	8611,9	7618,9	6429,5	4609,7	4141,0
Əhalinin hər nəfərinə düşən gəlirləri (manatla)	962,2	2866,1	3789,3	4040,3	4192,4	4380,7	4709,8
İqtisadiyyata ümumi kredit qoyuluşları	1441,0	9163,4	12720,5	15422,9	18542,6	21730,4	
Əhalidən cəlb olunmuş əmanətlər (Cəmi)	495,0	3 029,8	5 113,4	6 395,8	7 188,4	9 473,9	

İkinci mühüm anlayış kreditləşmədir. Kreditləşmə ölkə iqtisadiyyatının genişlənməsində, şaxələnməsində rolu olduqca mühümdür. Əhalinin kreditləşməsi imkanının artması istehlakçıların ödəniş qabiliyyətli olmasını göstərir və ilk növbədə ölkədə istehsal olunmuş məhsulların tez realizasiyasına, əmtəə dövriyyəsinin sürətlənməsinə, makroiqtisadi səviyyədə inflyasiyanın və işsizlik səviyyəsinin minimuma endirilməsinə, istehsalın inkişafına, son olaraq milli gəlirin artmasına müsbət təsir göstərir [5].

Müəssisə, təşkilatlar istehsal və ya təklif etdiyi məhsulu və ya xidmətlərin reallaşdırılmasını kreditləşmə yolu ilə sürətləndirir və istehsal prosesinin fasiləsizlik inkişafına şərait yaratmış olur. Bu proses eyni maza da büdcə-vergi siyasəti baxımından və son nəticədə dövlət büdcəsinin gəlirlərinin artmasına müsbət təsir göstərmiş olur. Digər tərəfdən əhalinin kreditləşdirilməsi, xüsusən ipoteka krediti formasında, ölkədə mənzil probleminin həllinə, tikinti sektorunun inkişafına, bu da öz növbəsində istehsal sektoruna müsbət təsir göstərmiş olur. Kredit resurslarını məşğulluğa və ya sahibkarlıqla bağlı olmayan məqsədlər üçün xərcləmək sonda iqtisadi faydalılığın artımına imkan yaradır.

Kredit resurslarının növbəti önəmliliyi əhalinin istehlak kreditləşdirilməsidir ki, ölkənin sosial probleminin həllində onun rolu da danılmazdır. Belə ki, əhali əsasən istehlak və ipoteka krediti vasitəsilə özünün istehlak və yaşam xarakterli ehtiyacını ödəməklə ölkənin iqtisadi və sosial inkişafında hərəkətverici qüvvəyə çevrilir [3].

İnkişaf etmiş ölkələrdə banklar tərəfindən fiziki şəxslərə verilən kreditlər arasında istehlak və ipoteka kreditləri böyük paya malikdirlər. Bu növdən kreditlər banklara gəlirlə-

Y. Dəmirov: Əhalinin maliyyə savadlılığının qiymətləndirilməsi və maliyyə xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi yolları

rini artırmağa imkan verir. Xüsusilə istehlak krediti kreditləşmənin ən sərfəli növlərindən biridir (istehsalçı və istehlakçıya istiqamətlənməsi baxımından). Ona görə də istehlak kreditinin bankların və bank xidmətlərinin idarə edilməsində mühüm rolu danılmazdır. Bu növ kredit əhalinin istehlak tələblərinin təmin edilməsinə istiqamətlənib. O, əmtəə və pul formasında təklif olunur.

Cədvəl 2. İqtisadiyyatın real sektoruna kredit qoyuluşları

Real sektora kredit qoyuluşu	11.30.2015	12.31.2015	11.30.2016
Cəmi	18 744,27	21 730,45	16 275,49
o cümlədən vaxtı keçmiş kredit	1 229,59	1 508,50	1 442,34
Ticarət və xidmət sektoru	2 535,20	3 158,02	2 382,92
%-lə	13,53	14,53	14,64
İnşaat və əmlak	2 625,62	3 063,20	1 891,21
%-lə	14,01	14,10	11,62
Sənaye və istehsal sektoru	1 818,67	1 948,33	1 240,81
%-lə	9,70	8,97	7,62
Nəqliyyat və rabitə	1 060,33	1 465,58	1 233,77
Ev təsərrüfatlarına	7 530,02	8 383,62	5 928,23
%-lə	40,17	38,58	36,42
o cümlədən daşınmaz əmlakın tikintisinə və alınmasına (ipoteka krediti daxil olmaqla)	1 497,31	1 542,42	1 694,46
%-lə	7,99	10	10,41

Ölkəmizdə kredit qoyuluşunun dinamikasını təhlil edərkən qeyd etməliyik ki, burada xüsusi yeri ev təsərrüfatı sektoru, inşaat, əmlak və istehlak kreditini də özündə birləşdirən ticarət və xidmət sektorları tutur (Cədvəl 2).

Sonda qeyd edək ki, ölkəmizdə maliyyə savadlılığının yüksəldilməsində və problemlərin həlli yönündə önəmli yer tutan maliyyə xidmətləri sahələrinə aşağıdakı sahələr aid edilməlidir:

- bank xidmətləri və istehlak kreditinin verməsi məsələləri;
- şəxsi büdcəni idarə etmə;
- maliyyə risklərini idarə etmə (həmçinin artıq borcun formalaşmasının və müflislik riskinin buraxılmaması);
- gəlirliliyin və risk səviyyəsinin arasında investisiya və nisbət (münasibət) prinsiplərini anlaması;
- istehlakçının hüquqlarının (haqlarının) və informasiyanın məcburi açması tələblərinin biliyi;
- pensiya dövrünün və insanın həyat dövrünün əsas hadisələrinin maliyyə təminatının planlaşdırılması.

Ədəbiyyat

- [1] Azərbaycan Respublikasında maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı.

- [2] Гид по финансовой грамотности / кол. авторов. - М. КНОРУС ЦИПСИР, 2010. - 456 с. Internet resusr
- [3] Кардашов В. Повышение финансовой грамотности населения и субъектов предпринимательства как важнейшая составляющая в решении проблемы «токсичных» долгов [Электронный ресурс] / Кардашов В. Режим доступа: <http://www.azbukafinansov.ru/files/Kardashov.pdf>
- [4] Повышение уровня финансовой грамотности – накопление в обществе человеческого капитала [Текст] // Экономика мегаполисов и регионов. – 2010.–№3(33).–С.12-21.http://www.azstat.org/publications/azfigures /2007/az/020.shtml#t20_6
- [5] Финансы: Учебник для бакалавров / под ред. Проф. М.В. Романовского, проф. О.В. Врублевской. 3-ое изд. Перераб. И доп. М. Юрайт; 2012. 590с. СТ 91-92.
- [6] Using Deliberative Techniques to Teach Financial Literacy. Nancy Claxton, Ed.D. International Debate Education Association New York* Amsterdam* Brussels.

TƏSƏRRÜFAT SUBYEKTLƏRİNİN RƏQABƏT ÜSTÜNLÜKLƏRİNİN TƏMİN EDİLMƏSİNİN LOGİSTİK ŞƏRTLƏRİ VƏ ONLARA TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

Z.H. Əhmədov

dissertant, Milli Aviasiya Akademiyası

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 19 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 30 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 19 January 2017; accepted 30 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Bazar iqtisadiyatının həvəsləndirici motivi hesab edilən və işgüzar aktivliyi stimullaşdıran rəqabət və rəqabət şəraitinin istehsalçı və vasitəçi strukturlar arasında mövcudluğu onun inkişafının əsas atributudur. Azad rəqabət bazar iqtisadiyyatı sisteminin daxili immanent xassəsi kimi, onun formalaşması prosesində fəaliyyətə başlayır və getdikcə geniş təsir dairəsinə malik olur. Rəqabətin faydası və ya pozitiv nəticələri adətən resursların səmərəli bölüşdürülməsi və istifadəsi, innovasiya və o cümlədən texnoloji yeniləşdirmələr, istehlakçıların rifahının təmin edilməsi və bir sıra hallarda iqtisadiyyatın strukturunun təkmilləşdirilməsi kimi müəyyənləşdirilir.

Açar sözlər: rəqabət, rəqabət üstünlükləri, rəqabət mübarizəsi, təsərrüfat subyektlərinin rəqabət qabiliyyətliliyi.

JEL Classification Codes: D49

THE LOGISTICAL CONDITIONS AND ITS AFFECTING FACTORS TO THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ECONOMIC ENTITIES

Abstract

Competition and competitive conditions existence among the producer and intermediary structures as the stimulation of the business activities and market economy possibilities are the main attributes in its development process. The competition importance and the positive results are determined as the perfection of the economic structures, the provision of the consumers, technological innovations and effective distribution and use of the resources.

Keywords: competition, competitive advantages, competitive struggle, competitiveness of the economic entities.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СУБЪЕКТОВ

Резюме

Существование конкуренции и конкурентного условия между производственными и посредническими структурами, которые считаются побуждающим мотивом рыночной экономики и стимулирующими деловую активность являются главным атрибутом его развития. Свободная конкуренция как внутреннее свойство системы рыночной экономики действует в процессе ее формирования и в дальнейшем приобретает широкий круг воздействия. Польза конкуренции или позитивные результаты обычно определяются как эффективное распределение и применение ресурсов, обеспечение благосостояния пользователей и в ряде случаев, определяются как усовершенствование структуры экономики.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентные преимущества, конкурентная борьба, конкурентоспособность хозяйственных субъектов.

Giriş. Rəqabət üstünlükləri firmanın ayrı-ayrı fəaliyyət növlərini necə təşkil etməsi və yerinə yetirməsindən asılı olaraq, bazar üçün nəzərdə tutulan məhsulları yaratmaq və xidmətləri göstərməklə reallaşır. Firmalar rəqabət üstünlüklərinə yalnız o halda nail olurlar ki, onların istehsal (konkret vaxt müddətində tələb olunan məhsullara istehlakçı sifarişlərinin kəmiyyət və keyfiyyət parametrləri üzrə ödənilməsi üçün əmtəəlik məhsul istehsalı həcmnin və məhsul çeşidinin artırılması) - kommersiya fəaliyyəti rəqiblərlə müqayisədə səmərəli təşkil edilmiş olsun və ya bu fəaliyyətin həyata keçirilməsi üçün çəkilməsi nəzərdə tutulan bütün növ məsrəflərdə qənaət rejimi gözlənilsin. Bu zaman məhsulların istehsal məsrəfləri və son istehlak məntəqələrinə daşınması ilə əlaqədar olan xərclər konkretləşdirilməli, məhsulların potensial diferensiasiya mənbələri müəyyənləşdirilməlidir.

Rəqabət mübarizəsi nəticə etibarilə istehsal məsrəflərinin azaldılmasına stimulyaradır, iqtisadiyyatın səmərəliliyinin yüksəldilməsini təmin edir, istehsalçıların və istehlakçıların diferensiasiyasına gətirib çıxarır.

Təsərrüfat subyektlərinin rəqabət qabiliyyətliliyi konkret bazarda analoji obyektlərlə müqayisədə, rəqabətə dözümlülük qabiliyyəti ilə xarakterizə olduğundan, rəqabət anlayışının mahiyyətinə nüfuz etməyi və rəqabət nəzəriyyəsini tədqiq etməyi zəruri hesab edirik. Belə ki, dünya iqtisadçılarının daima diqqət mərkəzində olan rəqabət iqtisadi nəzəriyyəsinin əsas kateqoriyalarından və bazar iqtisadiyyatının ən mühüm anlayışlarından biridir. Rəqabət - bazarın mövcudluğunun başlıca şərtidir, rəqabət bazarı isə inhisarçı strukturları fəaliyyətinin məhdudlaşdırılmasına xidmət göstərməklə ayrı-ayrı iqtisadi subyektlər arasında bazar paylarının artırılması uğrun-

da aparılan mübarizə ilə xarakterizə olunur.

Klassik və neoklassik iqtisadi məktəbin nümayəndələrindən A. Smit, D. Rikardo, D.S. Mill, Y. Şumpeter, E. Çemberlin, C. Robinson, A. Kurno, F. Ecuort, P. Hayne, A. Marşall, C. Keyns, F. Hayek, K. Makkonnell, S. Bryu, M. Porter özlərinin iqtisadi araşdırmalarında mahiyyət baxımından rəqabət anlayışını kifayət qədər geniş tədqiq etmişlər.

Rəqabət nəzəriyyəsinin inkişafında mühüm işlər görmüş klassik iqtisadi məktəbinin banisi A. Smit rəqabəti bazarın ayrılmaz tərkib hissəsi hesab etməklə onu fərdi davranış kateqoriyası, yəni satıcı və alıcıların bazarda daha səmərəli alış və satış uğrunda mübarizə aparması kimi nəzərdən keçirərək göstərir ki, “rəqabət iştirakçıların fəaliyyətini tənzimləyən bazarın (görünməz əlin) özüdür” [6]. O, ilk dəfə olaraq rəqabətin şəxsi maraqları və istehsalın iqtisadi səmərəliliyini balanslaşdırdığı, mənfəət normasını tənzimləyərək əmək və kapitalın optimal bölüşdür-məsini təmin etdiyini nəzəri surətdə sübut etməklə, rəqabət nəzəriyyəsinin inkişafına mühüm töhfələr vermişdir.

A. Smitdən fərqli olaraq D. Rikardo bazar sisteminin uzunmüddətli perspektivdə fəaliyyətini təmin edən təkmil rəqabət (bazarda iqtisadi resursların mütləq mənada mobil olması və bu bazara resursların daxil olması və ya çıxarılması zamanı məhdudiyyətlərin olmaması, habelə bütün alıcı və satıcı kateqoriyası üçün bazar haqqında tam informasiyaların əldə edilməsində hüquq bərabərliyinin təmin edilməsi) modelini (dövlətin iqtisadiyyatı tənzimləməsi, inhisarçı hakimiyyət və s. subyektiv amillər əks olunmadığı) yaratmışdır. D. Rikardoya görə, rəqabət bazarda məhsul bolluğu yaratmaqla, onların mübadilə dəyərini aşağı salır. Belə yanaşmaya görə, qiymət kəskin rəqabət mübarizəsi nəticəsində məhsula olan tələb və təklif əsasında formalaşır.

D. Rikardodan sonra rəqabət nəzəriyyəsinin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayan D.S. Mill beynəlxalq tələb bərabərliyini tərtib edərək həll etdi, qiymət səviyyəsindən asılı olaraq, onun elastikliyinə təsnifatını verdi, həmçinin əmtəə bazarında neytral qrupları müəyyənləşdirdi.

A. Marşall isə A. Smit və D. Rikardonun fikirlərini inkişaf etdirərək, təkmil rəqabətin köməyi ilə bazarda tarazlığın təmin olunmasının mexanizmini əsaslandırdı. “Onların təkmil rəqabət modeli aşağıdakı şərtlərin olmasını tələb edirdi: 1) tələbin avtomatik strukturu, yəni hər bir satıcı məhsulun satışı üzrə hər hansı qruplar təşkil etməyərək yalnız öz adından çıxış edirdi; 2) ayrı-ayrı firmaların satış həcmi və onun sahənin ümumi təklif həcmində xüsusi çəkisi nəzərə alınmırdı; 3) hər bir alıcı və satıcının bir-biri ilə əlaqə saxlamaq imkanının olması, yəni təklif və tələb haqqında maksimal informasiya, satıcı və alıcıların hərəkətinə maneələrin olmaması qəbul edilirdi; 4) məhsulların eynicinsli olması qəbul edilirdi” [2, s.17-18].

Neoklassiklər başqa iqtisadi problemlərə olduğu kimi rəqabət məsələsinə də özünəməxsus yanaşma tərzini ortaya qoydular: rəqabət iqtisadi resurslar və bazarda dayanıqlı mövqe tutmaq uğrunda mübarizədir. Y. Şumpeterin fikrincə, rəqabətli

mübarizədə əsas məsələ köhnəni “məhv edən” yenilərin tətbiq edilməsidir; rəqəbət özlüyündə isə ideal deyil, texnoloji tərəqqi çox vaxt inhisarçılıq yaradır. “İlk növbədə rəqabətin ənənəvi nəzəriyyəsini nəzərdən keçirmək lazımdır. Hazırda iqtisadçılar təkcə qiymət rəqabətini deyil, həm də satış siyasəti rəqabətini də etiraf etməyə başlayırlar. Bu, baş verən kimi, qiymət parametri iqtisadi nəzəriyyədə öz dominant rolunu itirir. Lakin hələ indiyə qədər iqtisadçıların diqqət mərkəzində də-yişməyən şəraitdə, xüsusən də istehsal metodlarının və təşkilati formalarının dəyiş-məməsində olan rəqabət durur. Lakin dərslərlərin əksinə olaraq, kapitalist reallığın-da yeni məhsulların, yeni texnologiyaların, yeni xammal mənbələrinin, yeni təşkilat tipinin (məsələn iri firmalar) ixtirasına əsaslanmış rəqabət əhəmiyyət kəsb edir. Belə rəqabət xərclərin əhəmiyyətli azalmasını və ya keyfiyyətin yüksəlməsi-ni təmin edir, o, mövcud firmaları satışın və mənfəətin cüzi azalması ilə deyil, tam müflisləşmə ilə təhdid edir. Bəlkə də qeyd etmək lazımdır ki, sözügedən rəqabət təkcə yalnız təzahür etdikdən sonra deyil, həm də sadəcə potensial təhlükə olanda təsir göstərir” [4].

Özünün “Qeyri-təkmil rəqabətin iqtisadi nəzəriyyəsi” kitabı ilə rəqabət konsepsiyasının tənqidçiləri sırasında mühüm yer tutan C. Robinson göstərir ki, bazarda inhisarçı mövqe tutan firma qiymətin elastik olmamasından istifadə edərək, qiyməti yüksəltməklə, istehsalın həcmi aşağı sala və nəticədə ümumi qazancı maksimallaşdıra bilər. Başqa sözlə, mümkün qədər az məhsul istehsal edərək daha yüksək qiymətə satmaq firmaya daha yüksək nəticələr vəd edir [2, s. 74-96].

Tanınmış rus iqtisadçısı A.S. Bulatova görə, ən ümumi şəkildə rəqabət bazar iştirakçıları arasında yarışmadır. A.S. Bulatov rəqabətə dair fikirlərini belə yekunlaşdırır: rəqabət bazar iqtisadiyyatının əsas anlayışlarından biridir. O, bazarın əsas hərəkətverici qüvvəsidir, daxili inkişaf amilidir, bazar iştirakçılarının öz məhsullarının istehsalı və satışı üçün daha yaxşı şərait uğrunda mübarizəsidir... Rəqabətin əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, o, məhdud resursların bölüşdürülməsini yarışanların iqtisadi arqumentlərindən asılı edir. Daha keyfiyyətli və yaxud da daha ucuz ne-mətlər (iqtisadi resurslar və məhsullar) təklif edərək rəqabət mübarizəsində qalib gəlmək olar [4, s.47].

Beləliklə A. Smitdən başlayaraq, bazar iqtisadiyyatı sisteminə iqtisadiyyatın “təbii sistemi” kimi yanaşan bütün iqtisad nəzəriyyəsi məktəbləri özəl mülkiyyətin və rəqabətin zəruriliyini əsas prinsiplər səviyyəsinə qaldırmış və bu məktəblərin, xüsusilə standart neoklassik nəzəriyyələrin məntiqinə görə, bazar iqtisadiyyatının səmərəli işləməsi rəqabət və özəl mülkiyyətin vəhdətliyi halında mümkün olur və optimal bazar iqtisadiyyatı prinsipləri baxımından rəqabət və özəl mülkiyyət “Siam ekizləridir” [1].

Yuxarıda qeyd olunanları ümumiləşdirərək belə qənaətə gələ bilərik ki, rəqabət mövcud iştirakçıların özlərinə daha əlverişli şəraiti təmin etməsi üçün məhdud resurslar uğrunda iqtisadi mübarizədir. Rəqabət bazar iqtisadiyyatının mühərrikidir, iqtisadi sanitardır və təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinin tənzimlə-yicisidir.

Rəqabət probleminin tədqiqinə həsr olunmuş iqtisadi ədəbiyyatların təhlili “rəqabət” anlayışının üç kontekstdən araşdırıldığını ortaya qoyur: davranış (xüsusən də klassiklərin və neoklassiklərin araşdırılmasında) ön plana çıxır. A. Smit rəqabəti “satıcıların öz məhsullarının satışı üçün daha əlverişli şərait yaratmaq uğrunda vicdanlı mübarizəsi”, neoklassiklər isə nadir iqtisadi nemətlər uğrunda mübarizə kimi izah edirdilər), struktur (rəqabətin məzmunu bazarın tipləri və orada olan qaydalardan çıxış edilərək müəyyənləşdirilir), funksional (bu yanaşma rəqabətin iqtisadi mahiyyətini deyil, onun iqtisadi inkişafda rolunu tədqiq edir) [5].

Deməli, bazar münasibətlərinin formalaşması tempi və sürəti rəqabət mübarizəsi və onun xarakterində mütəmadi olaraq dəyişdirir. Belə bir şəraitdə iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan təsərrüfat subyektlərinin hər birini bu və ya digər dərəcədə iqtisadi mübarizə gözləyir, lakin iqtisadi mübarizənin (rəqabət mühitinin) vəziyyəti bu və ya digər amillərdən asılı olaraq dəyişir.

Ayrı-ayrı rəqabət formalarının mövcud olduğu bazar iqtisadiyyatı şəraitində logistikanın maraq dairəsi və fəaliyyət istiqaməti ondan ibarətdir ki, mövcud iqtisadi resurslar və xidmətlər həm istehsal və mübadilə sferasında, həm də istehlak sferasında ehtiva olunduğundan ki, bölüşdürülməlidir ki, bölüşdürməyə cəlb edilən tərəflərin heç birisi-nə iqtisadi cəhətdən ziyan dəyməsin, resursların bölgüsü zamanı onların iqtisadi mənafehləri nəzərə alınсын və təmin edilsin, nəticə etibarilə isə istehlakçı tələbi tam və dolğun ödənilmiş olsun.

Bütün digər sferalarla bərabər, logistika üçün ən maraqlı məqam resursların istehsal sferasında səmərəli bölüşdürülməsindən ibarətdir. Çünki təkmil rəqabətin mövcud olduğu iqtisadi şəraitdə hər bir istehsalçının ixtiyari məhsulun istehsalına çəkdiyi istehsal xərcləri yolverilən hədd daxilində bərabərdir və belə bir şəraitdə tarazlığın qorunub saxlanması istehsal üçün səmərəli hesab edilir. Buna görə də, istehsal sferasında istənilən məcmu həcmə malik hazır məhsulların (resursların) bu məhsulların (resursların) istehsalına çəkilən məcmu istehsal xərclərinin azaldılması baxımından yenidən bölüşdürülməsi daha səciyyəvi xarakter kəsb edir.

İstehsal olunan məcmu məhsul kütləsi satılmaq üçün bölüşdürmə kanalları vasitəsilə mübadilə sferasına daxil olur. Təbii ki, göstərilən xidmətlər və istehsal olunan məhsulların məcmu həcmi konkret zaman kəsiyi üçün dəyişmək mümkün olmadıqda, resursların mübadilə sferasında bölüşdürülməsinin iqtisadi effektivliyi, məhz müəyyən mənada, bir istehlakçının iqtisadi vəziyyətini yaxşılaşdıraraq ixtiyari digər istehlakçıların iqtisadi vəziyyətinin pisləşməsinə yol verməməkdə təzahür edir. Daha doğrusu, resursların heç bir idarəetmə orqanının müdaxiləsi olmadan bu prinsip üzrə bölüşdürülməsi iqtisadi cəhətdən effektiv hesab olunur.

İqtisadi resursların istehlak sferasında bölüşdürülməsi də məhz mübadilə sferasında aparılan bölüşdürmə prinsipi ilə eyniyyət təşkil edir. Burada logistik yanaşma konsepsiyalarından əsasən digər istehlakçı qruplarının iqtisadi mənafehinə ziyan

gətirmədən və bunlardan hər hansı birinin iqtisadi vəziyyətini müəy-yən mənada yaxşılaşdırmaqla istehlak ediləcək məcmu resursları onların arasında yenidən bölmək mümkün olmadığı hallarda istifadə olunur.

M. Porter tərəfindən işlənib hazırlanan rəqabət üstünlükləri nəzəriyyəsində rəqabət məsələləri olduqca dərin və hərtərəfli nəzərdən keçirilmişdir. Rəqabət qabiliyyətini yaradan səbəblərin izah edilməsinə müxtəlif baxışları təhlil edən və işçi qüvvəsi, təbii resurslar, milli firmalara münasibətdə dövlətin proteksionist siyasəti kimi müqayisəli üstünlükləri təmin edən amilləri və firmaların idarə edilməsinə yanaşmalarda müxtəliflikləri nəzərdən keçirən M. Porter belə qənaətə gəlmişdir ki, bu sadalanan amillərdən hər hansı biri ayrılıqla firmanın rəqabət mübarizəsində qalib gəlməsi və ya uğursuzluğa düçar olmasını izah etməyə qadir deyil. M. Porterin fikrincə, firmaların rəqabət qabiliyyəti həm firmanın malik olduğu, həm də onun gələcək sahibkarlıq fəaliyyəti üçün əldə etdiyi resurslardan tam və səmərəli, yəni məhsuldar istifadə olunması hesabına təmin edilir.

Rəqabət üstünlükləri təsərrüfat subyektlərinin ayrı-ayrı fəaliyyət növlərini necə təşkil etməsi və yerinə yetirməsindən asılı olaraq bazar üçün nəzərdə tutulan məhsulları yaratmaq və xidmətləri göstərməklə reallaşır. Fəaliyyət növləri kateqoriyalara bölünür və yekunda onların hər biri məhsul istehsalı prosesinə bu və ya digər dərəcədə öz töhfəsini verməklə qiymətli hesab olunan qapalı bir dövrəni yaradır, təşkil edirlər.

Praktiki olaraq bütün kateqoriyaların (bəzi hallarda əmək resurslarının idarə edilməsi istisna olmaqla) iqtisadi inkişafın müasir mərhələsində lazımi səviyyədə müvəffəq icra olunması, reallaşması üçün funksional idarəetməni bilavasitə həyata keçirən logistikanın tətbiq edilməsi obyektiv tələbatdan irəli gəlir. Bu zaman şəkil 1.3-də göstərilən fəaliyyət növləri arasında son nəticələrin əldə edilməsinə istiqamətlənmiş əlaqələrin təşkili böyük əhəmiyyət kəsb edir. Deməli, ayrı-ayrı sahələr-də rəqabət aparan bu və ya digər firmalar məhsul istehsalı mərhələsindən başlamış satışdan sonrakı xidmətin təşkilinə qədər qapalı bir dövrəni yaratmaqla daha böyük, iri fəaliyyət sahəsinə daxil olurlar ki, M. Porter bunu da dəyərlər sistemi adlandırmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, bu kateqoriyanın (iri fəaliyyət sahəsinin) logistik cəhətləri ola bilsin ki, makrosəviyyədə həm xammal, dəstləşdirici məmulat və avadanlıqların göndərilməsini həyata keçirən məhsulgöndərənlərin, həm də mikrosəviyyədə firmanın özünün dəyərlər qapalı sistemində aid edilməsin. Aydınır ki, firmanın əmtəəlik məhsulları lokal qapalı sistemdən - satış kanallarından keçərək, son nəticədə istehlakçıların dəyərlər sistemində məcmu elementlərdən birinə çevrilir və istehlakçılar bu məhsullardan özlərinin təsərrüfat fəaliyyətində istifadə edirlər.

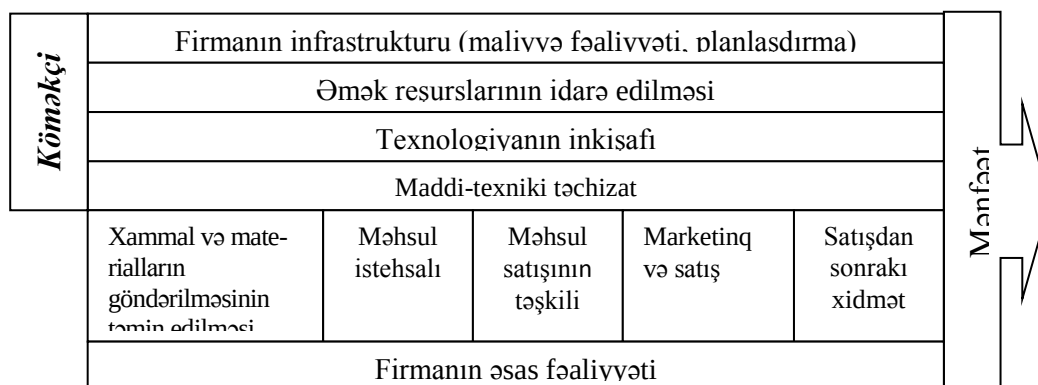
Bütün bunları nəzərə almaqla, firmanın rəqabət üstünlüyü əhəmiyyətli dərəcədə qeyd olunan bu sistemləri öz məqsədi baxımdan təşkil edə və sadələşdirə bilən logistik strukturların nə dərəcədə effektiv təşkil etməsilə müəyyən edilir. Təkmil və çevik formaya

malik olan belə logistik strukturlar təkcə firmadaxili fəaliyyət növlərini əlaqələndirmək, bu fəaliyyət növləri arasında ahəngdarlığa nail olmaqla yanaşı, firmanın makromühitində fəaliyyət göstərən digər firmalar arasında da mənəfe birliyini - təsərrüfat əlaqələrini təmin edir. Qarşılıqlı asılılıqda fəaliyyət göstərən firma böyük üstünlüklər əldə etməklə, mütəmadi olaraq, bu əlaqələrin optimallaşdırılmasına səy göstərir. Belə ki, “dəqiq vaxtında” prinsipi və ya “kanban” sistemlə məhsulgöndərmələri həyata keçirən firmalar material ehtiyatlarının səviyyəsini azaltmaqla özlərinin transaksiya və operativ xərclərinin həcmi də əhəmiyyətli şəkildə azaltmış olurlar.

Lakin qeyd etmək lazımdır ki, xarici ədəbiyyatlarda firmanın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi üçün logistikadan istifadə olunmasının xarakterik cəhətlərinə xüsusi diqqət yetirilir. Logistikanın tətbiqi ilə rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi təbiidir ki, dərhal baş vermir və eyni zamanda da birdəfəlik proses hesab olunmur. Bu, vaxt baxımından uzun bir müddəti əhatə edir və minimum iki mərhələdə keçir.

Birinci mərhələdə logistikanı tətbiq edən firmalar yeni xidmətlər təklif etmək və bazara çıxaracaqları (və ya çıxardıqları) məhsulun keyfiyyətini yüksəltməklə yeni bazar segmentləri əldə edirlər. Rəqib firmalarda bu faktordan istifadə etdik-lərindən qeyd olunun amil müəyyən müddətdən sonra öz çəkisini itirir. Belə bir hal hər tip bazar üçün xarakterikdir və geniş yayılındır. Buna görə də, logistikanın tətbiqilə rəqabət mübarizəsində məhz istehsal xərclərinin və məhsulun maya dəyə-rinin azaldılması ilə müşahidə edilən ikinci mərhələ başlayır.

İstehsal xərclərinin azaldılması və məhsulun keyfiyyətinin, habelə xidmətlərin səviyyəsinin yüksəldilməsi eyni zamanda baş verə bilər. Lakin logistik idarəetmə-nin prinsip və konsepsiyalarının fasiləsiz tətbiqi zamanı rəqabət mübarizəsində logistikanın təklif etdiyi üstünlüklərdən əvvəlcə birincisi, sonra isə ikincisi ön plana keçir. Beləliklə, bu tsikl mövcud tələbdən asılı olaraq təkrarlana bilər.



Logistik konsepsiyalara istehsal (tədavül) xərclərinin azaldılması istiqaməti kimi baxan və logistik idarəetməyə effektiv əsaslandırma kimi yanaşan firmaların idarə-

etmə aparatı bu konsepsiyaların geniş tətbiq edilməsinə daha çox üstünlük verir. Çünki rəqabət mübarizəsində əsas vasitə kimi istifadə olunan logistik konsepsiya, belə demək mümkündürsə, firmanın əsas iqtisadi strategiyasını (maliyyə, material və əmək resurslarının planlaşdırılması, yerləşdirilməsi və onlara nəzarətin həyata keçirilməsi) təşkil etməklə iqtisadi göstəricilərin əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırılması - məhsulların reallaşdırılması və ya xidmətlərin göstərilməsindən əldə edilən mənfəət həcmnin artırılmasına gətirib çıxarır. Belə yanaşma eyni zamanda logistika ilə istehsal strategiyası arasında üzvi əlaqənin təmin edilməsinə də şərait yaradır.

Təsərrüfat subyektləri səviyyəsində idarəetmənin logistik prinsiplər əsasında aparılmasının nəticəsi olaraq rəqabət qabiliyyəti və onun yüksəldilməsinin qiymətləndirilməsi xərclərin kalkulyasiyasını tələb edir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, əksər göstəricilərin kəmiyyətə hesablanması mürəkkəb olduğundan, belə kalkulyasiyanın birbaşa yerinə yetirilməsi çətinlik yaradır.

Logistikanın xərclərə təsiri məhsulların satışı ilə bağlıdır. Logistik kontekstdən buraya, əsasən, sifarişlərin yerinə yetirilməsi (sifarişlərin emalı, yüklərin daşınması və anbarlaşdırılması, ehtiyatların idarə edilməsi, qablaşdırma, ehtiyat hissələri ilə təminat, satışdan sonrakı servis xidməti və s.) ilə əlaqədar olan xərc maddələri aid edilir. Firmanın bazar payının artırılmasına logistikanın təsiri isə şərtsiz olaraq yeni istehlakçıların cəlb edilməsi və firmanın bazar vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına imkan verən amillərdən - istehlakçı sifarişlərini tez və keyfiyyətli ödəmək, istehlakçı sifarişləri və təkliflərini xidmətin rəqabət qabiliyyəti səviyyəsinin tələblərinə cavab verən səviyyədə vaxtı-vaxtında nəzərə almaq, habelə məhsulların effektiv təklif metodlarından asılı olaraq qiymətləndirilir.

Logistikanın xərclərə təsirini firma səviyyəsində əldə edilən iqtisadi səmərənin kəmiyyəti kontekstindən müəyyənləşdirmək daha məqsəduygundur. Logistikanın tətbiqi nəticəsində əldə edilən iqtisadi səmərənin kəmiyyəti iqtisadi kompromislər kateqoriyası çərçivəsində təyin edilir. Kompromis firma daxilində ayrı-ayrı funksional bölmələrin maraqlarının nəzərə alınmasına və uzlaşdırılmasına əsaslanır. Daha doğrusu, belə kompromislərə firmanın ümumi mənfəətinin yük-səldilməsi vasitəsi kimi baxılır. Aydındır ki, mənfəət gəlirlərin xərclər üzərində artımını ifadə edir. Ayrı-ayrı funksional bölmələrin tələbləri arasında kompromislər xərclərin səviyyəsinin, hər bir bölmə üçün nəzərdə tutulan minimum səviyyə ilə müqayisədə, artımına gətirib çıxarır. Buna görə də, istehlakçı tələbinin yüksək səviyyədə ödənilməsi nəticəsində firmanın ümumi gəlirləri arta bilər.

Müasir kommersiya firmalarında rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə məhsul-göndərənlər və istehlakçılarla hərtərəfli işgüzar münasibətlərin qurulması faktoru böyük təsir göstərir. Bu, hər şeydən əvvəl ondan irəli gəlir ki, çox zaman məhsul-göndərənlərlə məhsul istehlakçılarının iqtisadi mənafeələri kommersiya firmalarının iqtisadi mənafeələri ilə üst-üstə düşür. Belə ki, məhsul-göndərənləri təmin edən əsas

iqtisadi faktor ondan ibarətdir ki, yeni alıcı bazarının və potensial alıcıların axtarılmasına vaxt və maliyyə vəsaiti sərf etmədən mövcud təsərrüfat əlaqələri çərçivəsində məhsulgöndərmələri davam etdirsinlər, göndərdikləri məhsullara görə tədiyyələr vaxtında ala bilsinlər. İstehlakçıları maraqlandıran məqam isə istehsal istehlakı zamanı fasilələrə yol verməmək üçün bağlanan kontraktlar üzrə keyfiyyətli məhsullarla vaxtı-vaxtında təmin olunmaqdan ibarətdir. Təbiidir ki, logistik sistemin iştirakçıları arasında iqtisadi mənafe birliyinin təmin edilməsi, istehsal və tədavül xərclərinin azaldılması logistik idarəetmənin başlıca konsepsi-yasıdır.

Deməli, firmanın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə tələb olunan məhsulun lazımı yerə razılaşdırılmış vaxtda və kəmiyyətdə çatdırılması etibarlılığı kimi mühüm amil də təsir göstərir. İnvestisiya məhsulları bazarında xüsusi əhəmiyyət kəsb edən sifarişlərin vaxtı-vaxtında və keyfiyyətli yerinə yetirilməsi firmanın imi-cini yüksəltməklə bərabər, təkrar sifarişlərin alınmasına şərait yaradır. Təkrar sifarişlər ya köhnə məhsul istehsalçılarından, ya da əvvəlki alıcıların tövsiyəsinə görə, yeni istehlakçılardan alınan sifarişlərdən ibarətdir. Belə sifarişlərin alınması və icra edilməsi istehsalçı firmalar üçün xüsusilə əhəmiyyətlidir, çünki yeni sifarişlərdən fərqli olaraq burada sifarişin icrası üçün layihə və texnoloji sənədlər, texnoloji avadanlıqlar, bu avadanlıqların istismarında praktiki təcrübəyə malik kadrlar, habelə təşkilati qərarlar mövcuddur. Bütün bunlar isə nəticə etibarı ilə həm satışdan qabaq, həm də satışdan sonra çəkilməsi nəzərdə tutulan xərclərin azalmasına səbəb olur.

Nəticə. Ötən əsrin sonlarından etibarən logistikanın məqsədi xərclərin azaldılması və mənfəətin artırılması çərçivəsindən çox kənara çıxır. Buna görə də, bu mərhələdə firmaların rəqabət qabiliyyəti konsepsiyası əlavə xidmətlərin göstərilməsi və onların keyfiyyətinin yüksəldilməsi hesabına rəqabət üstünlüyünü təmin etməkdən ibarətdir.

Bəli, ola bilsin ki, sonralar əksər firmalar tərəfindən bu konsepsiyanın tətbiqi zamanı xərc amili başqa əsaslar üzrə yenidən prioritetə malik olsun. Bütün hallarda logistika hesabına firmanın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi fasiləsiz və dinamik prosesdir.

Ədəbiyyat

- [1] Bayramov Ə.İ. İnhisarizm. Bakı "Elm", 2002, 390 c.
- [2] Белозерцев В.И. Зарождение теорий несовершенной конкуренции (на примере экономического учения Э.Чемберлина и Дж.Робинсон): диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Москва: 2002, 153 с.
- [3] Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского. СПб.: Наука, 1996, 589 с.

- [4] Экономика: Издание 3-е, переработанное и дополненное Учебник: под редакцией доктора экономических наук профессора А.С. Булатова. Москва: ЮРИСТЪ, 1999, 591 с.
- [5] Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб.-практ. пособие. 3-е изд., испр. и доп. Москва: ГНОМ и Д, 2001, 304 с.
- [6] Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью, под ред. проф. С.Г.Светунькова, Москва, 1999. <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/3.htm>

İŞGÜZAR OYUNLARIN TƏDRİSƏ İNTEQRASIYASI İLƏ BƏZİ PROBLEMLƏRİN HƏLLİ YOLLARI

B.İ. İsmayılova

doktorant, Zaqatala filialı, UNEC

E-mail: bahar_ismayilova@yahoo.com

Mobil tel: (+994 50) 623 80 12

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 15 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart 2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 15 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi qloballaşan dünyanın tələblərinə uyğun interaktiv, integrativ fəaliyyətin, idrak fəallığının təmin olunduğu öyrədici mühitin təşkili yollarını, materialı mənimsəmə, qiymətləndirmə, özünüqiymətləndirmə zamanı işgüzar oyunların biliklərə yiyələnmə motivasiyasının artmasına effektiv təsirini, müxtəlif növ intellektual, işgüzar kompüter oyunlarının fərqli sektorlara təsirinin əsas cəhətlərini araşdırmaq, bu istiqamətdə inkişaf etmiş ölkələrin təhsil sistemində istifadə olunan qeyri-standart üsulları öyrənmək, tədris yönümlü oyunlar üzrə keçirilən beynəlxalq konfransları, müsabiqələri araşdırmaqla xarici ölkələrin təcrübəsindən faydalanmaqdır. Tədqiqat işində dərş prosesı, tədris zamanı təhsil alanların maksimum idrak fəallığının təmin olunması, asudə vaxtın peşəkarcasına təşkili zamanı qarşıya çıxan bəzi problemlərin həlli, müasir dövrün aktual problemlərindən olan gənclərin kompüter oyunlarına, İT texnologiyalarına aludəçiliyindən tədris yönümlü məqsədlərlə istifadə edilməsi ilə bağlı müəyyən təkliflər irəli sürülür.

Açar sözlər: motivasiya, özünü qiymətləndirmə, işgüzar oyunlar, tədris yönümlü oyunlar əsasında öyrənmə üzrə Avropa konfransları, krossvord.

JEL Classification Codes: I20

INTEGRATION OF BUSINESS GAMES IN THE TEACHING AND THE SOLUTION OF SOME PROBLEMS

Abstract

The main objective is in accordance with the requirements of the globalizing world to explore ways, to ensure the educational environment of interactive, integrative and cognitive activity, to explore the main features of the effect of different type of intellectual, business, computer games in a variety of sectors. Also noted that intellectual games, business games are increasing the quality of students' learning motivation and it effects as getting the best knowledge. In this regard non-standard

methods which used on the education system of the foreign countries are reviewed, European conferences on educational games, competitions. Some suggestions are put forward to solve some problem.

Keywords: motivation, self-evaluation, business games, crossword, European Conferences on Games Based Learning.

ИНТЕГРАЦИЯ ДЕЛОВЫХ ИГР В ОБУЧЕНИИ И РЕШЕНИИ НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМ

Резюме

Основная цель исследования заключается в изучении путей, способов обеспечения образовательной среды для интерактивной, интегративной и познавательной деятельности, в соответствии с требованиями глобализирующегося мира, исследовании эффективного влияния деловых игр на повышение мотивации в процессе усвоения материала, обучения, самооценки, исследовании основных свойств влияния интеллектуальных, компьютерных, бизнес-игр на различные секторы, изучении нестандартных способов, используемых в системе образования развитых в этом направлении стран, извлечении пользы из опыта зарубежных стран, путем изучения материалов международных конференций, соревнований по вопросам образовательных игр. В исследовательской работе выдвигаются определенные предложения по поводу решения некоторых проблем, возникающих в связи с обеспечением максимальной познавательной активности обучающихся, использованием в образовательных целях психологической зависимости молодежи от компьютерных игр, информационных технологий, являющейся одной из актуальных проблем современного общества.

Ключевые слова: мотивация, самооценивание, деловые игры, кроссворд, Европейские конференции обучение на основе игр.

Giriş. Elm, texnologiya, xüsusilə kompüter texnologiyalarının sürətli inkişaf əsri olan XXI əsrin tələbələrinin qloballaşan dünyamızın tələb etdiyi bilik, bacarıq, vərdiş və dəyərlərə yiyələnən, bu davamlı olaraq inkişaf etdirən gənclər kimi formalaşması təhsil ocaqlarında öyrədici mühitin müasir dövrün tələblərinə uyğun təşkilindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Bu gün müəllimin başlıca vəzifələrindən biri öyrənməyi öyrətməkdir, yəni təhsilalanlar biliyi müstəqil əldə etmə bacarığına yiyələnməlidirlər. Təhsilalanların maraq və tələbatlarına, bilik səviyyəsinə, potensialına uyğun formada təşkil olunan dərslərdə idrak prosesi fəallaşır, müəllimin məntiqi əlaqəli sualları ilə təhsilalanın tədqiqatçı fəaliyyəti nəticəsində məntiqi, tənqidi,

yaradıcı təfəkkür formalaşır, inkişaf edir. Düzgün qurulmuş tələbə-müəllim, tələbə-tələbə, müəllim-tələbə-valideyn münasibətləri təhsilalanın özünə inamını artırır, onu fəallaşdırır, intellektual səviyyəsini yüksəldir.

Gənclərin böyük əksəriyyətinin IT texnologiyalarından əsasən oyun, əyləncə məqsədilə istifadə etməsi müasir dövrün aktual problemlərindən biridir və müxtəlif istiqamətli mənfi nəticələrə gətirib çıxarır. İnformatika dərslərində təhsilalanların daha çox kompüter oyunlarına həvəs göstərməsi, biliklərə yiyələnmə motivasiyasının, hər bir tələbənin dərs prosesində fəallığının, keçilmiş materialın mənimsənilməsi faizinin qənaətbəxş olmaması, biliyin qiymətləndirilməsində problemlərin olması təlim-tərbiyə prosesi ilə bağlı hər bir kəsi, eyni zamanda tələbələrin özlərini də narahat edir. İqtisadi informatika fənnini tədris etdiyim qruplarda tələbələrlə birgə mün-təzəm olaraq dərslərin daha maraqlı olması, onlara çətin gələn iqtisadi terminlərin, informatika fənninə aid terminlərin dərk edilməsi, yadda saxlanması yollarını araş-dırmağa çalışır, müxtəlif müzakirələr aparırıq. Tələbələrin dərs prosesində 100% fəallığının saxlanması, oxuyub-anlama, dərk etmə səviyyəsinin yüksəlməsi üçün dərstdə istifadə olunan üsul və vasitələrin, iş formalarının düzgün seçilməsinin əhə-miyyəti danılmazdır. XXI əsrin müəllimi hər bir tələbənin fərdi-intellektual inkişafı-nın layihələşdirilməsini həyata keçirmək üçün müxtəlif üsullardan, İKT-dən istifadə edir. Bu yolla alınmış informasiyalar fərdi xarakter daşıyır, təlim prosesində hər bir təhsilalanın irəliləyişinin izlənməsinə imkan yaranır. Müasir dövrdə gənclərin həyata hazırlanması məsələsi daha kəskin qoyulduğu üçün onlarda problemləri həll etmə, qərar çıxarma və s. kimi qabiliyyətləri, həyatı bacarıqları formalaşdırmaq ön plana çəkilir. Hər bir fənnin tədrisində həm mənimsəmə, həm də qiymətləndirmə (diaq-nostik, formativ, summativ) prosesində tədris yönümlü oyunlardan istifadə təhsila-lanların çoxtərəfli inkişafına səbəb olan əsas vasitələrdən biri kimi effektiv nəticə verir. Ayrı-ayrı dövrlərdə müxtəlif növ oyunların fərqli sektorlara təsirinin əsas cəhətləri tədqiq edilmiş, təhsilalanların müxtəlif istiqamətli bilik və bacarıqlarının formalaşması, təkmilləşdirilməsi, daha dəqiq, obyektiv və humanist yollarla qiymət-ləndirilməsi üçün müxtəlif üsul və vasitələr, tədris yönümlü intellektual oyunlar, işgüzar oyunlar, intellektual testlər təcrübədən keçirilmişdir [1-4]. Neçə illərdir ki, dərs dediyim tələbələrdən könüllü olaraq seçilmiş “İnnovativ tələbələr” qrupu fəaliyyət göstərir. Bu il də həmin qrup “İqtisadçı” gənclərin əlavə olunması ilə yeniləndi. Pedaqoq yaxud iqtisadçı olacağından asılı olmayaraq kreativ, işgüzar, məsuliyyətli gənclərin birliyi həm özləri üçün çox maraqlı olur, həm də tədrislə bağlı bəzi problemlərin həllində müəllimlərə yardımçı ola bilir. Bu gənclərlə birgə müxtəlif növ oyunların, kompüter oyunlarının araşdırılmasını qərara aldığımız və bu isti-qamətdə bəzi işləri görməyə başladığımız. Həmişə dərs dediyim hər bir qrupda könüllü olaraq bir neçə tələbə olur. Onlar keçdiyimiz mövzular haqqında İnternetdən, əlavə

mənbələrdən maraqlı informasiyalar tapıb dərstdə bizə təqdim edir (təqdimat, videoçarx və s. formasında), həm özləri təkmilləşir, müxtəlif bacarıqlar əldə edir, həm də asudə vaxtlarını səmərəli təşkil edirlər. Tələbələrin əksəriyyətini bu fəaliyyət çox maraqlandırır, sadəcə maddi- texniki baza problemi bəzi gənclərin fəaliyyətini əngəllədiyi üçün həm onları, həm də məni müəllim olaraq çox təəssüfləndirir. Gənclik böyük qüvvədir və yaradıcı, işgüzar, bacarıqlı tələbələrimiz çoxdur. Onlar sərbəst işlərin bəzilərini PowerPoint, Movie Maker və s. proqramlardan istifadə etməklə təqdimat, sadə videoçarxlar şəklində hazırlayaraq daha maraqlı tərtib etməyə çalışır və nəticələri qrup yoldaşları ilə birgə müzakirə edirlər. Devizimiz həmişə belə olub: “Sərbəst işdən tələbə elmi-tədqiqat işinə, layihələrə, müsabiqələrə doğru”.

Ümid edirik ki, yaxın gələcəkdə tələbələr potensial imkanlarını reallaşdırmaq, dərstdənkənar vaxtlarda aktiv işləmək, asudə vaxtlarını səmərəli təşkil etmək üçün hər bir şəraitlə təmin olunacaqlar.

İnformasiya Texnologiyaları (İT) gündən-günə təkmilləşir, üfüqi və şaquli istiqamətdə sürətlə inkişaf edir, onlardan istifadənin yeni imkanları açılır. Bu da yeni problemlərin yaranması ilə yanaşı, bu texnologiyalardan tədris məqsədli istifadə üçün fərqli imkanlar deməkdir. Müxtəlif növ tədris yönümlü intellektual oyunlardan, işgüzar oyunlardan istifadə bir çox problemlərin həllində xüsusi maraq doğurur və gənc nəsildə İnformasiya Texnologiyalarına yeni yanaşmanın formalaşmasına və inkişafına şərait yarada bilər.

İşgüzar oyunlar zamanın tələbidir. İlk baxışdan oyun - birmənalı sözdür, lakin təkcə ensiklopedik təriflərin müxtəlifliyi diqqəti cəlb edir, elmdə, təhsildə, təcrübədə, insan həyatı və fəaliyyətində onun rolunun nə qədər böyük olduğu həmişə xüsusi qeyd olunur. Hər hansı fəaliyyəti, reallığı, təcrübəni özünəməxsus şəkildə əks etdirən oyunları gənc nəslin anlaması və mənimsəməsi cəmiyyəti uğurlu inkişafa aparən şərtlərdən biridir. İllər ərzində toplanmış zəngin həyat təcrübəsinin, biliklərin ötürülməsi vasitəsi kimi təlim, tərbiyə prosesində əsas inkişafetdirici üsullardan, texnologiyalardan biri olan oyunlar bütün canlıları anadan olandan ömür boyu müşayiət edən bir fəaliyyətdir. Bu fəaliyyət növü gənclərin inkişafı, özünü anlama, özünü reallaşdırma, ətrafı öyrənmə, təcrübə qazanması, müəyyən istiqamətdə bilik, bacarıq, vərdiş və dəyərlərə, həyatı bacarıqlara yiyələnməsi üçün mühüm vasitələrdən biridir. Oyunlardan yüksək faizlə tədris prosesində istifadə olunur. Məktəbəqədər tədris müəssisələrində, ibtidai siniflərdə böyük olan bu faiz göstəricisi, V-XI siniflərdə, ali məktəblərdə azalır, ona görə də yuxarı siniflərdə, ali məktəblərdə məqsədəuyğun şəkildə tədris yönümlü oyunlardan istifadə olunmaması və ya az istifadə olunması gənclərin biliklərə yiyələnmə motivasiyasının, nəticədə təlim-tərbiyənin keyfiyyətinin azalması səbəblərindən biri kimi qiymətləndirilə bilər. “...İntellektual oyun müəyyən bacarıqların formalaşmasına çox böyük təsir etdiyi üçün hava kimi,

qida kimi zəruridir” [5], “... İntellektual oyun elə “nərdivandır” ki, onu qalxdıqca insan yaradıcı xüsusiyyətlər qazanır, insan oynayan zaman tamliğa qovuşur, oyun mədəniyyətdən əvvəldir, onu yaradır, “oynayan insan”la “yaradan insan” eyni həyatı funksiyaları daşıyır...” [6], “... oyun mükəmməlliyyənin axtarışında simvolik formadır. Oyunun motivi nəticədən daha çox prosesin özündədir, proses iştirakçıları maraqlandırır, onların intellektual və emosional inkişafına səbəb olur...” [7], “... hər bir oyun iştirakçı üçün həyat məktəbi, özünütərbiyə üsuludur...” [8], “... Oyun sosial münasibətlərin “hesabı”dır, psixi funksiyaların inkişaf etdirilməsində aparıcı formalardan biri və real dünyanı (böyükələrin dünyasını) dərk etmə üsuludur...” [9], “... Oyun funksional zövq mənbəyi kimi müşayiət edilən fəaliyyətdir...” [10], “Oyun əyləncə, istirahət, idman yarışları xarakterli məşğələdir. Peşələr üçün tipik situasiyaların yaradılması və praktik həllərin tapılmasına kömək edir...” [11].

Cədvəl 1. Müxtəlif növ oyunların fərqli sektorlara təsirinin əsas cəhətləri[3]

	Games for Health	Advergaming	Games for Training	Games for Education	Games for Science and Research	Production	Games as Work
Government & NGO	Public Health Education & Mass Casualty Response	Political Games	Employee Training	Inform Public	Data Collection / Planning	Strategic & Policy Planning	Public Diplomacy, Opinion Research
Defense	Rehabilitation & Wellness	Recruitment & Propaganda	Soldier/Support Training	School House Education	Wargames / planning	War planning & weapons research	Command & Control
Healthcare	Cybertherapy / Exergaming	Public Health Policy & Social Awareness Campaigns	Training Games for Health Professionals	Games for Patient Education and Disease Management	Visualization & Epidemiology	Biotech manufacturing & design	Public Health Response Planning & Logistics
Marketing & Communications	Advertising Treatment	Advertising, marketing with games, product placement	Product Use	Product Information	Opinion Research	Machinima	Opinion Research
Education	Inform about diseases/risks	Social Issue Games	Train teachers / Train workforce skills	Learning	Computer Science & Recruitment	P2P Learning Constructivism Documentary?	Teaching Distance Learning
Corporate	Employee Health Information & Wellness	Customer Education & Awareness	Employee Training	Continuing Education & Certification	Advertising / visualization	Strategic Planning	Command & Control
Industry	Occupational Safety	Sales & Recruitment	Employee Training	Workforce Education	Process Optimization Simulation	Nano/Bio-tech Design	Command & Control

Games Initiative
© 2008 Ben Sawyer & Peter Smith • For more information please contact: bsawyer@dmill.com

Elmdə artıq rollu, didaktik, işgüzar, idman, hərbi və s. oyunlar anlayışı müəyyən edilmişdir. Onların pədaqoji funksiyaları və təyinatı heç bir şübhə doğurmur. İntellektual oyun ifadəsini ilk dəfə K. Qroos işlətmişdir. K. Qroosa görə intellektual oyunun fiziki əməklə məşğul olan insanların məişətində “tamamlayıcı” kimi xüsusi funksiyası vardır. Oyun prosesində şəxsiyyətin intellektual, emosional sferasında kompensasiya baş verir, intellektual oyunlarla məşğul olan insan uğursuzluqlar, münaqişələr, streslərlə ... dolu real həyatda unudulmuş bəzi hissləri: əqli imkanlarının reallaşması sevincini, qrupla fəaliyyət hissini, qazanılmış qələbə hissini yaşayır [11].

İntellektual oyunlar yarandığı ilk illərdən əyləncə vasitəsi olmaqla bərabər, həm də ağıllı, yorulmaz insan təbiətinə xas olan biliklərə can atma, sonsuz olaraq inkişaf etmə istəyini reallaşdırır. Oyunun iştirakçıları təkcə özünüdərk etmədən zövq almırlar, həm də yeni ünsiyyət bacarıqlarını, dünyagörüşünü genişləndirmək, biliklərini artırmaq üçün motivasiya olunurlar.

Fərqli sektorlarda müxtəlif oyunlardan istifadə olunur və aşağıdakı cədvəldə bu haqda bəzi məlumatlar verilmişdir.

Araşdırmalar zamanı rast gəldiyim bu cədvəl məni çox maraqlandırdı və onu tələbələrə də göstərdim, çünki gənclər intellektual oyunlar, kompüter oyunları ilə daha çox məşğul olurlar (onların asudə vaxtı daha çoxdur) və onlar bu cədvəlin öyrənilməsində, müəyyən qədər bəzi oyunların dərslərimizdə istifadə olunmasında mənə çox yardımçı ola bilərdilər. Nəticədə özləri də tədqiqatla müəyyən qədər məşğul olmaqla təkmilləşmiş, asudə vaxtlarını səmərəli təşkil etmiş olacaqdılar. Məni sevindirən hal o idi ki, bir neçə tələbə artıq həvəslə bu istiqamətdə işləyir. İnşallah cədvəl əsasında kiçik bir icmal hazırlamaq və ondan tədrisdə istifadə etməyi düşünürük.

Müxtəlif növ oyunların fərqli sektorlara təsirindən danışarkən qısaca qeyd etmək olar ki, ölkəmizdə də bankların əksəriyyəti personal və müştəriləri üçün aşağıdakı kimi kurslar, təlimlər, müsabiqələr keçirir və bu zaman tədris yönümlü oyunlardan da istifadə edilir:

– müxtəlif banklar əməkdaşları, müştəriləri, gənclər üçün neçə illərdir ki, “Öz biznesini yarat, yaxşılaşdır”, “Beynəlxalq mühasibatlığın əsasları” və s. kimi kursları təşkil edir;

– Videooyunlar hər hansı fəaliyyət üçün simulyasiya effekti yaradaraq heç bir təhlükə daşmadığı üçün çox faydalı olur. ABŞ hava qüvvələri öz pilotlarına milyonlarla dollar dəyərində olan təyyarədə uçmağı öyrəndəndə, təbiidir ki, onları dərhal uçuş zolağına göndərmir. HHQ həqiqi maşını idarə etmək üçün pilotu hazırlayanda təyyarənin sürücülük simulyatorundan istifadə edir. Bu virtual simulyatorlar real dünyada hər hansı iş, təlim və hazırlıq üçün nəzərdə tutulmuşdur, öyrənmə prosesində zərər və ya can itkisi olması haqqında virtual xəbərdarlıq edir. Pilot simulyatorda təyyarə ilə qəzaya uğraya, səhvlərini öyrənə, nəticə çıxara və proqramı yenidən yükləməklə daha uğurlu fəaliyyət göstərə bilər. Bu proses simulyatorda yüksək səviyyəli fəaliyyəti öyrənməklə nəticələnir və sonra pilot həqiqi təyyarə ilə uçuşa başlayır.

Hərbçilər də Call of Duty və SOCOM oyunlarından istifadə edirlər. Oyunçular virtual oyunlarda taktiki bacarıqlar qazanır, qarşıya qoyulmuş hər hansı məqsədə çatmağa can atırlar. Bu, hərbiçilərə öz əsgərlərinə konkret situasiyalarda necə doğru hərəkət etmək, qərar verməyi göstərməyə imkan verir [12].

– “Azər İşiq” təşkilatının Tədris mərkəzi açılmışdır və müvəffəqiyyətlə fəaliyyət göstərir;

Tələbələrımızı bir çox işləri görməyə həvəsləndirən səbəblərdən biri də ADPU Zaqatala filialının bəzi məzunlarının (Riyaziyyat-informatika müəllimi ixtisası almış) banklarda işləməsi oldu. 2011-ci ildən son iki ilə qədər hər il bir neçə qrupa “Beynəlxalq mühasibatlığın əsasları” kursu üzrə layihə əsasında iki aylıq təlimlər keçirdim (Təlimçi olmaq üçün təbiidir ki, özüm də kurslardan keçmiş, bu istiqamətdə müəyyən qədər biliklərə yiyələnmişdim).

Bir neçə tələbəmiz bu kursu və Beynəlxalq Əmək Təşkilatının “Öz biznesinə başla və təkmilləşdir” (ÖBBT) Proqramı çərçivəsində “Öz biznes ideyanı yarat”, “Öz biznesinə başla” və “Öz biznesini təkmilləşdir” kurslarını rayonumuzda müvəffəqiyyətlə başa vuraraq, imtahan verib müxtəlif banklara işə qəbul olunmuşlar [13-14].



PAŞA Bankın dəstəyi ilə Junior Arcivment Azerbaijan təşkilatı bir neçə il öncə filialımızın tələbələri üçün Zaqatalada təlimlər təşkil etdi. Təlimçi olaraq tələbələrimizlə birgə iki ay gərgin zəhmətin nəticəsində 29.05. 2014-cü il tarixdə Bakıda “Biznes Günü” adlı möhtəşəm tədbirdə “Biznes plan-təqdimat” müsabiqəsində iştirak etdik. Zaqataladan olan iki komanda Gəncədən olan 4 komanda ilə yarışdı və Zaqataladan olan komandalar I (1500 \$) və II (1000 \$) yerlərin qalibi oldu.



Bir neçə ay ingilis dili, kompüterdə müxtəlif proqramlarla işləməyi öyrənmək istəyən tələbələr üçün kurslar, magistraturaya hazırlıq kursları keçirdik, təşkil etdiyimiz “conversation club”ın tələbələrin ingilis dilində danışmasına çox böyük köməyi oldu. 4 nəfər tələbəmiz Bakı 2015 Avropa Oyunlarında könüllü kimi iştirak etdi, indi yenə də bəzi kurslar, danışq klubu fəaliyyətini davam etdirir və bu həm müəllimlərin, həm də tələbələrin müxtəlif istiqamətli bacarıqlarının artmasına çox kömək edir. O illərdə yaratdığımız, bir neçə ay fəaliyyət göstərən və hamının çox xoşuna gələn, hamımız üçün çox faydalı olan “Psixologiya mərkəzi” isə təəssüf ki, müəyyən səbəblərə görə fəaliyyətini davam etdirə bilmədi.

Bu görülmə işlər bizi sevindirir və belə layihələrdə davamlı olaraq iştirak etməyi çox arzulayırıq, çünki layihələr çərçivəsində fəaliyyət zamanı qazanılan həyati bacarıqlar gənclər üçün çox faydalıdır, iqtisadçı olacaq gənclər üçün isə təbiidir ki, zəruridir. Fevral ayının sonu üçün də bu istiqamətdə bəzi planlarımız var, inşallah həyata keçirə bilərik.

Zaqatala tələbələri, məktəbliləri neçə illərdir ki, fərdi və ya komanda şəklində müntəzəm məşqlər, təlimlər keçmiş, respublika səviyyəsində yarışlarda dəfələrlə iştirak etmişlər. 2014-cü ildə məktəblilərimiz **“Ağıl dəryası”** və **“Mən Azərbaycanlıyam”** intellektual oyunlarında I yerin qalibi oldu. **“Breyn Rinq”** intellektual oyununda Zaqatala məktəblilərindən ibarət komanda **“Məktəblilər arasında 2015-ci il Azərbaycan çempionu”** adına layiq görüldü. Artıq neçə ildir ki, tələbələrimiz, **“Nə? Harada? Nə zaman?”**, **“Breyn-Rinq”** və **“Xəmsə”** milli intellektual oyunları üzrə yarışlara qoşulur. Onlar bir neçə il ardıcıl olaraq Tələbə Elmi Cəmiyyətinin Respublika konfranslarında I, II, III yerlərin qalibi olmuşlar.

Hələ 2012-ci ilin noyabr ayında filial Tələbə Elmi Cəmiyyətinin **“Simurq”** komandası birinci dəfə **“Nə?”** **“Harada?”** **“Nə zaman?”** intellektual oyunu üzrə Tələbələrarası Azərbaycan çempionatının final mərhələsinə vəsiqə aldı və aktiv iştirakları ilə fərqləndilər.



Rusiyada keçirilən “Эрудиты Планеты” – III Beynəlxalq İntellektual oyun-lar Olimpiadasında da filialımızın tələbələri fəal iştirak etmişlər. 2010/2011-ci dərslər ilində tələbə və məktəblilər 4 qrupla (24 nəfər) bu olimpiadaya qoşuldular, regional turda qalib gələn 4 nəfər 29.09.11-ci ildə İnternet vasitəsilə Moskvada olimpiadanın final mərhələsinə qoşuldu. Qalib gələcəyimizə inanmırdıq, bu möhtəşəm yarışa qoşulmağın özü bizim üçün qələbə demək idi. Yekunda 1 tələbə və 1 məktəblimizin adının İnternetdə “Ən yaxşı iştirakçı” siyahısında qeydiyyatdan keçməsinin sevincini hələ də yaşayır və gənclərimizlə qürur duyuruq.

Bu nümunələri tələbələrimizə söyləyəndə onların da müxtəlif intellektual yarışlarda iştirak etmə həvəsi artır və onları bu istiqamətdə fəaliyyət göstərməyə ruhlandırır, onlarda öz qüvvəsinə inam yaradır.

Yuxarı sinif şagirdləri, tələbələr daha çox müstəqilliyə can atır, peşə seçir, şəxsi qazanc əldə etməyi, işə düzəlməyi arzulayırlar. Müxtəlif fənlərin tədrisində intellektual oyunlardan, işgüzar oyunlardan məqsədəuyğun şəkildə, müntəzəm istifadə bu arzunun reallaşmasına müəyyən qədər kömək edə bilər.



İşgüzar oyunlar fəal təlimdə istifadə olunan metodlardan biridir. Heç bir ədəbiyyatda “İşgüzar oyun” anlayışının birmənalı tərfi yoxdur, amma onun müxtəlif istiqamətli izahının təhlili göstərir ki, bütün yanaşmaların kökü kimi işgüzar oyunların əsas xüsusiyyəti - müxtəlif situasiyaların və ya hər hansı işin, istehsal texnologiyasının (müqavilənin bağlanması, iş planının hazırlanması və s.) imitasiya olunmuş modelinin oyunda mövcudluğudur.

İşgüzar oyunların aşağıdakı kimi xarakterik xüsusiyyətlərini qeyd etmək olar:

- professional fəaliyyətin və istehsalat münasibətlərinin imitasiya olunmuş modeli;
- problemli situasiyalar;

- rollar;
- rolların məqsədi və kollektivin qarşıya qoyduğu məqsəd;
- bu və ya digər rolu ifa edən iştirakçıların qarşılıqlı fəaliyyəti;
- kollektiv fəaliyyət;
- həllər zənciri.

İşgüzar oyunun əvvəlində problemli şərait yaradılır, sonra o hər biri bir mərhələdə həll olunan alt tapşırıqlara bölünür; oyunun sonuncu mərhələsində ilkin problem artıq həll olunur. Beləliklə, oyun prosesində həllər zənciri yaranır [15].

İşgüzar oyunlar təlim prosesini real həyata yaxınlaşdırır, tələbələr oyun zamanı həyatda rast gəldikləri problemləri görməyi, hiss etməyi, həll etməyi öyrənirlər, onların həyatı bacarıqları formalaşır. Amma bütün bunlar o şərtlə reallaşır ki, bu oyunlar dərslərdən götürülən sxemləri deyil, real situasiyalara modelləşdirsin. İşgüzar oyunlar metodu ilə aparılan təlimin effekti konkret fəaliyyət göstərən oyun iştirakçılarının şəxsi keyfiyyətləri hesabına daha güclü olur.

İşgüzar oyunların tədrisdə istifadəsi dərslər prosesini canlandırır, təhsilalanın öyrədilən dərslərə marağını artırır, öyrəniləcək materialın mənimsənilməsi dərəcəsini yüksəldir. Oyun hər bir iştirakçıda çox böyük ruh yüksəkliyi yaradaraq onları fəaliyyətə cəlb edən güclü psixoloji mühit yaradır, hər bir iştirakçıya yaradıcı qabiliyyətinin üzə çıxarılması imkanını yaradır, bu da özünü reallaşdırma bildiyi üçün tələbəni motivasiya edir, ona qrupda statusunu təsdiq etməsi, yoldaşları ilə yarışması imkanı verir. Hər bir yarış isə öyrənilənlərin inkişafı, öz üzərində daha çox işləməsi, qalib gəlmək arzusu ilə bilik, bacarıq, vərdiş və dəyərlərinin sürətlə artması deməkdir.

Oyun nəticə yönümlü, məhsuldar düşünmə, yanaşma və ümumiyyətlə insani keyfiyyətlərin inkişafı üçün ideal alətdir. O, müəyyən bir zaman çərçivəsində təhsilalanı hələlik tanış olmayan, yad bir rola girməyi, başqa bir davranış formasını yaratmağı, eyni zamanda şəxsi yanaşma və düşüncələrindən uzaqlaşaraq, “şəxsiyyətdən kənara çıxaraq” dincəlmə imkanını yaradır.



C. A. Şmakova görə, intellektual oyunlar aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir [16]:

1. Sosiallaşma funksiyası;
2. Özünü reallaşdırma funksiyası;
3. Kommunikativ funksiya;
4. Millətlərarası ünsiyyət funksiyası;
5. Diaqnostik funksiya;
6. Terapevtik funksiya;

D.B. Elkonin “Oyunun psixologiyası” əsərində yazırdı: “...Oyun terapiyasının səmərəliliyi uşağın rollu oyunlarda əldə etdiyi yeni sosial münasibətləri təcrübədən keçirməklə müəyyən edilir.

Rollu oyunlarda iştirakçının məcburiyyət və aqressivlik əvəzinə həmyaşıdları ilə və yaxud böyüklərlə yaratdığı azadlıq və əməkdaşlıq münasibətləri -- məhz bu yeni real əlaqələrlə bağlı təcrübə, nəticə olaraq oyunların təhsil alana terapevtik təsirinə gətirib çıxarır [8].

7. Korreksiya funksiyası;
8. Əyləncə funksiyası;
9. Psixotreninq funksiyası.

A.Q. Şmelevə görə, intellektual oyunlar, işgüzar oyunlar insanın özünü müayinə, sınaqdan keçirmək, psixotreninq, sosial adaptasiya, istirahət etmək tələbatı və s. kimi ehtiyaclarını əks etdirir [17].

İşgüzar oyunlar zamanı aşağıdakı nəticələri almaq mümkündür:

- istənilən mürəkkəblik dərəcəsinə malik materialın anlaşılması və mənimsənilməsi;
- qrup işi bacarıqları, yəni komanda yoldaşları ilə eyni ritmdə işləmə bacarıqlarının inkişafı, müşahidə və qərar qəbul etmə, ətrafı ilə ünsiyyət qurma, proseslər zamanı dinləmə xüsusiyyətləri, ritorik xüsusiyyətlərin (yüksək səviyyədə nətiqlik bacarığı, hər hansı bir məsələni müzakirə edərkən qarşı tərəfi mövzuya istiqamətləndirmək, inandırmaq), liderlik keyfiyyətlərinin inkişafı;
- məhsuldar düşünmə, müşahidə etmə bacarığının, yaddaşın inkişafı, yaradıcı qabiliyyətlərin, təkidli və inadkar olma, faktlarla isbat etmə, eyni zamanda öz yanaşmasına əsaslanma, təşkilatçılıq bacarıqlarının inkişafı.

Beləliklə, işgüzar oyunlar qısa müddət ərzində bir neçə üsuldan istifadə etməklə qarşıya qoyulmuş məqsədə çatmağa imkan verir. Keçilən mövzudan asılı olaraq informatika dərslərində istifadə etdiyimiz bəzi sadə oyunlar, məsələn, “Elektronika mağazasında” adlı, “satıcı-İT mütəxəssisi”nin kompüter almaq istəyən “alıcı”ya müxtəlif kompüterlərin konfigurasiyası, əməliyyat sistemləri, antivirus proqramları və s. haqqında məlumat verməsi ilə bağlı rollu oyun, Excel proqramından istifadə edərək hər hansı müəssisənin aylıq, illik hesabatını hazırlamaq, gəliri, qazancı

tapmaq və s. təhsil alanların çox xoşuna gəlir və bu oyunlar müxtəlif istiqamətli bilik, bacarıq və dəyərlərin formalaşması və möhkəmləndirilməsinə kömək edir.

İşgüzar oyunlara nümunələr:

- konkret ixtisasla bağlı oyunlar (məsələn “Elektronika mağazasında”, “müasir iş adamı, İT mütəxəssisinin bir günü”);

- layihə yönümlü oyunlar və ya müsabiqələr;

- informasiya yönümlü tədqiqatla bağlı oyunlar (məsələn “Azərbaycanda İKT-nin inkişafı” – intellekt xəritə qur) ;

- “Cizgi filmləri hazırlayan şirkət” oyunu. Bu oyunda uşaq bağçasının rəhbərliyi şirkətə çizgi filmi hazırlamağı “sifariş” verir. Tələbələr, məktəblilər şirkət işçiləri rolunda qrup şəklində işləməklə müxtəlif proqramlardan istifadə edərək sadə çizgi filmi, videoçarxlar hazırlayırlar. Bu zaman qrup üzvləri İT mütəxəssisi, səsləndirici, rəssam, dizayner və s. rollarda olur. Qrupların hər biri bu işi görür və sonda qiymətləndirmə aparılır;

- Microsoft Excel proqramından istifadə edərək hər hansı supermarketin, mağazanın, aptekin və s. işçisi, mühasibi kimi aylıq, illik hesabat hazırlamaq, gəliri, qazancı tapmaqla bağlı oyunlar;

- kompüterdən istifadə zamanı mövzu ilə bağlı professional trenajorlar və s.

Tədris yönümlü intellektual oyunlardan, işgüzar oyunlardan, kompüter oyunlarından istifadə nəticəsində tələbənin:

- beynində informasiya bazası, struktur yaranır;

- məntiqi ardıcılıqla bu bazadan istifadə edir;

- məntiqi düşünmə, modelləşdirmə tərzini formalaşdır;

- yaratdığı bazanı genişləndirir, tamamlayır;

- real situasiyalarda bu bazadan istifadə edərək, özünəməxsus biliklər bazası formalaşdırır [18-19].

Beləliklə, təhsil alanlar yaradıcı, professional fəaliyyətə azacıq da olsa hazır olur və “fantastik” texnologiyalar əsrində gələcək təhsillərini uğurlu davam etdirmək şansı qazanırlar.

Gənclərin İT texnologiyalarına aludəçiliyindən tədris yönümlü məqsədlərlə istifadə edilməsi hər bir tələbənin biliklərə yiyələnmə motivasiyasının artmasına, fərdi qiymətləndirmə zamanı yaranan bəzi problemlərin aradan qaldırılmasına, hər bir təhsilalanın özünüqiymətləndirmə imkanı əldə etməsinə, nəticədə təlim keyfiyyətinin yüksəlməsinə effektiv təsir göstərə bilər. Xüsusilə krossvord hazırlama zamanı qısa müddətdə çox gözəl nəticə almaq olur. Dərslərdə imkan olduqca sadə krossvordları hazırladıqda təhsilalanlar demək olar ki, 45 dəqiqə ərzində fəal olur, çünki bu onların xoşuna gəlir, onlar üçün maraqlıdır. Bu proses zamanı onlar iqtisadi informatika ilə bağlı, onlara çətin gələn terminləri daha yaxşı başa düşür, yadda saxlayırlar. Müqayisə-

edici, ümumiləşdirici, faktoloji və s. kimi suallar tərtib etdikdə bir çox mənbələrdən, kitablardan istifadə edir, nəticədə mühazirələri, dərs materialını daha yaxşı dərk edirlər, qiymətləndirmə prosesi asanlaşır, çünki hər bir tələbə sərbəst olaraq krossvord hazırlamağa çalışır. Tələbələrə onların hazırladıqları krossvordlardan digər qruplarda istifadə edəcəyimi söylədikdə onlar daha böyük həvəslə bu işlə məşğul olurlar. Krossvord hazırlayanda, düzəlişlər aparıb təkmilləşdirəndə tələbə daha çox özünüqiymətləndirmə ilə məşğul olur. Tələbələrə Ümumdünya Krossvord İdmanı Federasiyası tərəfindən hər il dünya çempionatı, tədris yönümlü oyunlar üzrə hər il Avropa çempionatı, 2014-cü ildə Bakıda ilk dəfə Kompüter Oyunları üzrə VI Dünya Çempionatı keçirildiyi haqda verdiyim məlumat onları çox maraqlandırdı və İnternetdən bu haqda əlavə informasiyalar da tapıb gətirdilər.

Tədris yönümlü oyunlar üzrə beynəlxalq konfranslar

Neçə illərdir ki, tədris yönümlü oyunlar üzrə beynəlxalq konfranslar keçirilir. İlk Avropa konfransı 10 il əvvəl keçirilmiş, bu konfranslara Şotlandiya, İspaniya, Portuqaliya, Almaniya, Yunanistan, Norveç ev sahibliyi etmişdir. Konfranslarda adətən 40-dan artıq ölkənin nümayəndələri iştirak edir. Nümayəndələrin cəlbedici xüsusiyyəti onların arasında akademiklər, alimlər, praktiklər, oyun dizaynerlərin, tədris yönümlü oyunlar əsasında öyrənmə, təlim və ciddi oyunların müxtəlif aspektləri ilə məşğul olan kreativ, maraqlı şəxslərin olmasıdır. Müxtəlif jurnallarla yanaşı, Electronic Journal of e-Learning-in xüsusi buraxılışında bu konfranslarda təqdim edilən ən yaxşı məqalələr, işlər dərc olunur.

ECGBL -2016 - Tədris yönümlü oyunlar üzrə X Avropa konfransı (10th European Conference on Games Based Learning) 6-7 oktyabrda Şotlandiyanın Qərb Universitetində keçirilmişdir. Konfransda həmçinin 4-cü Beynəlxalq Tədris yönümlü Oyunlar müsabiqəsi keçirilmişdir.

Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində təhsilin hər bir mərhələsində intellektual, tədris yönümlü oyunlardan istifadə həmişə ən effektiv üsullardan biri hesab olunmuş və davamlı olaraq bu istiqamətdə tədqiqatlar aparılır. Məsələn, 22 may 2014-cü ildə Moskva, M.B. Lomonosov adına MDU-da "Game on: компьютерные технологии в образовании: «Интеллектуальные игры: прошлое, настоящее, будущее" adlı Beynəlxalq konfrans keçirilmişdir.

– 26 sentyabr 2013-cü ildə Moskvanın Təhsil Departmentində «Интеллектуальные игры в школе и дома» adlı konfrans keçirilmişdir;

–22 aprel 2014-cü ildə Moskvada “Интеллектуальная собственность и инновации в глобальном мире. Как уравнивать правила игры?" adlı konfrans keçirilmişdir və s. [20-23].

Nəticə. Müxtəlif fənlər üzrə dərs prosesində, dərsləndirərkən tədbirlərdə istifadə etmək üçün intellektual, işgüzar oyunlardan, mövzuları, yarımillik, illik materialı əhatə edən

fərqli çətinlik dərəcəsinə malik, müxtəlif səviyyəli, interaktiv, integrativ krossvordlar, intellektual testlərdən ibarət “Əyləncəli informatika” vəsaiti nümunəsi, informativ, praktiki, qiymətləndirmə məzmunlu sadə modullar - elektron tədris vəsaitləri (ETR) hazırlamaq, biliyin mənimsənilməsi, qiymətləndirilməsi, özünüqiymətləndirmə zamanı onlardan müntəzəm istifadə etmək, müvafiq adlı (məsələn, “İntellektual oyunlar ölkəsi”) sayt nümunəsi hazırlamaq, müəllimlərin, tələbələrin hazırladıqları resursları saytda yerləşdirmək, vaxtaşırı qruplararası, onlayn tədris yönümlü intellektual, işgüzar oyun yarışları keçirmək təhsilalanların intellektual səviyyəsinin yüksəlməsinə effektiv təsir etməklə bu istiqamətdə görülən işlərə töhfə verə bilər.

Düşünürəm ki, tələbələrin müxtəlif fənlər, eləcə də iqtisadi informatika fənni ilə bağlı intellektual səviyyəsinin vaxtaşırı təhlili, irəliləyişlərin izlənməsi üçün metodlar təklif etmək, tədris yönümlü işgüzar oyunların təsnifatını vermək, psixoloji-pedaqoji aspektləri nəzərə alaraq işgüzar oyunlardan istifadə etməklə tədrisin təşkili metodları ilə bağlı tədqiqatlar aparmaq, yüksəkkeyfiyyətli bilik, bacarıq əldə etmək və asudə vaxtın tədris yönümlü hissəsinin artırılması yollarını araşdırmaq, müxtəlif fənn müəllimlərində oyun fəaliyyətinin planlaşdırılması və tədrisə inteqrasiya etmə bacarığının inkişaf etdirilməsi ilə bağlı metodlar təklif etmək üçün fərqli fənn müəllimlərinin, İT mütəxəssislərinin birgə fəaliyyətinə ehtiyac vardır.

Bu gün nəinki tələbələr, məktəblilər də Skype proqramından istifadə edir, qrup yaradır. Neçə ildir ki, biz bəzən tələbələrlə, məktəblilərlə, müxtəlif rayonlarda yaşayan tələbələrlə (təbiidir ki, bu proses tətil zamanı olur) Skype proqramı vasitəsilə müzakirələr keçiririk. Tələbələr müxtəlif saytlarda, mənim saytımda olan materiallardan istifadə edərək kompüterdə işləmə ilə bağlı bacarıqlarını artırır, sayta müxtəlif materiallar daxil etməklə saytla işləməyi öyrənirlər. Onlara aydın olmayan materialları qrupla birgə araşdırırıq və bu tələbələrin çox xoşuna gəlir. Təbiidir ki, bunlar sadə, kiçik işlərdir. Əgər bu işləri müntəzəm olaraq, yüksək səviyyədə təşkil edə bilsək, tələbələrimizi XXI əsrin tələblərinə uyğun formalaşdırmaq daha asan olar.

Tədris yönümlü oyunlardan istifadə edərək öyrətmək və oynayaraq öyrənmək o qədər də asan məsələ deyil. Amma dərs prosesi ilə əyləncəni birləşdirərək hər bir dərstdə, müəyyən bir müddət üçün də olsa, bayram əhval-ruhiyyəsi yaratmaqla dərsin unikallığını artırmaq olar!

Ədəbiyyat

- [1] Introduction to Using Games in Education: A Guide for Teachers and Parents.
<https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/3177/Games.pdf?sequence=1>
- [2] Moral and Intellectual Development Through Play: How to Promote Children's.
<http://www.uni.edu/coe/regentsctr/publications/Moralandintellect.pdf>

- [3] Moving learning games forward. Eric Klopfer, Scot Osterweil, and Katie Salen http://education.mit.edu/wp-content/uploads/2015/01/MovingLearningGamesForward_EdArcade.pdf
- [4] Development Through Playing Group Games by Rheta DeVries <http://www.uni.edu/coe/regentsctr/publications/Moralandintellect.pdf>
- [5] Шацкий С.Т. Избр. пед. соч.: В 2-х т. Т.2. Москва: Педагогика, 1980. 416 с.
- [6] Шиллер И.Ф. Статьи по эстетике. - Москва, Лань: Академия, 1935. 674 с.
- [7] Большой энциклопедический словарь. Москва: Научное издательство «Большая Российская энциклопедия» - Санкт-Петербург: «Норинт», 2001. С. 434.
- [8] Эльконин Д.Б. Психология игры. Москва, Лань, 1978. С. 314.
- [9] Buhler Ch. Kindheit und Jugend. - Leipzig, 1931. S.56, 508.
- [10] Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. Москва: Азбуковник, 1999. С.235.
- [11] Гроос К. Душевная жизнь ребенка. Киев, 1916
- [12] <https://en.wikipedia.org/wiki/>
- [13] <http://biaz.ucoz.net/news/?page5>
- [14] http://ztm.ucoz.net/news/obb_telim/2014-04-11-53
- [15] <https://ru.wikipedia.org/wiki>
- [16] Шмаков, С.А. Игры учащихся – феномен культуры [Текст] / С.А. Шмаков – Москва: Новая школа, 1994, 240 с.
- [17] Дружинин В.Н. Психодиагностика общих способностей. Москва: Издательский центр «Академия», 1996. - 368 с.
- [18] <http://badanovag.blogspot.com/p/web-20.html>
- [19] Bubbl.us -<https://bubbl.us/>
- [20] <http://www.academic-conferences.org/conferences/ecgbl/>
- [21] <http://icmos.ru/announcements/13433-19-sentyabrya-press-konferentsiya-intellektualnye-igry-v-shkole-i-doma/>
- [22] <http://www.comofv.ru/news/653.htm>
- [23] <https://ild.hse.ru/bricsip>

TRILEMMA FƏRZİYYƏSİNİN AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATI TİMSALINDA YOXLANILMASI

P. Ağazadə

Bakı Mühəndislər Universiteti
p-abdullayeva1372@yandex.com

F. Həsənov

İdaretmə Sistemləri İnstitutu, AMEA
fakhri.hasanov@kapsarc.org

C. Mikayılov

Bakı Mühəndislər Universiteti
cmikayilov@qu.edu.az

X. Aliyev

İdaretmə Sistemləri İnstitutu, AMEA
xaliyev@qu.edu.az

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 05 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 18 mart
2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 05 January 2017; accepted 18 March 2017; published online 03 April 2017

Xülasə

Hazırkı dövrdə, qloballaşmanın daha da dərinləşdiyi bir erada inkişaf etməkdə olan bazar iqtisadiyyatı ölkələrinin qarşılaşdığı vacib məsələlərdən biri monetar müstəqilliyi, valyuta kursu stabilliyini və maliyyə integrasiyasını eyni anda necə qoruyub saxlaya bilmə problemidir. Biz bu tədqiqat işində qeyd edilən üç makroiqtisadi məqsədi özündə birləşdirən trilemma konfigurasiyasını Azərbaycan iqtisadiyyatı timsalında 1996-2013-cü illər aralığında araşdırırıq. Modelləşdirmə trilemma indekslərinin hesablanması və onlar arasındakı reqressiya əlaqəsinin ən kiçik kvadratlar üsulu vasitəsilə araşdırılması əsasında həyata keçirilir. Qurulan model araşdırılan dövr üzrə Azərbaycanın trilemma konfigurasiyası – üç siyasi məqsəddən hansına daha çox üstünlük verdiyi barəsində müəyyən fikir söyləməyə imkan verir. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, Azərbaycanda araşdırılan dövr ərzində daha çox sabit valyuta kursuna (ERS) üstünlük verilmişdir. Daha sonra ağırlıq monetar müstəqilliyin (Mİ) üzərindədir. Nəhayət, ən az üstün tutulan seçim olaraq kapital açıqlığı (KO) qarşıya çıxır. Əldə olunan nəticələr modelin adekvat olduğunu sübut edir və Azərbaycan nümunəsində qeyri-mümkün üçlü fərziyyəsini dəstəkləyir.

Açar sözlər: trilemma fərziyyəsi, Azərbaycan, məzənnə siyasəti, monetar müstəqillik, kapital açıqlığı.

JEL Classification Codes: C50

TESTING TRILEMMA HYPOTHESIS IN CASE OF AZERBAIJAN

Abstract

In the contemporary era, in the context of deepening globalization process, one of the main problems for developing economies is to decide how to maintain monetary independency, exchange rate stability and financial integration at the same time. In this research, trilemma configuration combining three above mentioned macroeconomic goals is investigated in the case of Azerbaijan economy for the period of 1996-2013. Econometric modelling is implemented firstly by computing trilemma indexes and estimating the regression relationships between those by employing Ordinary Least Squares estimation method. Developed model enables to have an impression about trilemma configuration – which one of three policy goals is preferred for the investigation period in Azerbaijan. Research results displays that in Azerbaijan, exchange rate stability (ERS) was comparatively chooses as the priority within the taken period. After exchange rate stability, next priority has been monetary independency (MI). Consequently, least priority was given to capital openness (CO). Therefore, obtained empirical results approves reliability and supports the Impossible Trinity Hypothesis in Azerbaijan.

Keywords: trilemma hypothesis; Azerbaijan; exchange rate policy; monetary independency; capital openness.

ПРОВЕРКА ТРИЛЕММЫ НА ПРИМЕРЕ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Резюме

В современном мире, когда глобализация становится необходимой, одним из главных вопросов перед развивающимися странами, является сохранение стабильности национальной валюты, монетарной независимости и управление процессами финансовой интеграции одновременно. В данной работе мы будем исследовать конфигурацию трилеммы, которая содержит в себе вышеуказанные макроэкономические проблемы, на примере Азербайджанской экономики в 1996-2013 годах. Моделирование проводится на основе определения индексов трилеммы и исследования регрессивного соотношения между ними методом наименьших квадратов. Созданная модель конфигурации Азербайджанской трилеммы, по указанному периоду, позволяет выяснить, какую из этих трех политических целей Азербайджан предпочитает. Результаты исследования показали, что в указанном периоде Азербайджан предпочел стабильный валютный курс (ERS). Второе важное предпочтение – монетарная независи-

мость. Третье место в данном исследовании занимает открытость рынка капитала. Полученные результаты доказывают, что модель является адекватной и на примере Азербайджана подтверждается гипотеза невозможной троицы.

Ключевые слова: гипотеза трилеммы, Азербайджан, монетарная независимость, открытость капитального рынка.

Giriş. Müasir dövrdə dünya iqtisadiyyatının yüksək integrasiya olunduğu və bazarların bir-birilə qarşılıqlı əlaqədə olduğu bir zamanda, xüsusilə iqtisadi problemlərin mövcudluğu şəraitində dövlətlərin siyasi idarəetmə fəaliyyəti olduqca mürəkkəb bir məsələyə çevrilmişdir. Təcrübə göstərir ki, ani rejim dağılmaları həmişə özü ilə bərabər böhranlar və müəyyən tip maliyyə problemləri gətirir. Əvvəlki rejimləri hansı formalı beynəlxalq monetar sistem və ya rejimlərin əvəz etməsindən asılı olmayaraq, ölkələrin üzləşdikləri əsas məqam üç siyasi məqsəddən – monetar müstəqillik, valyuta kursu stabilliyi və maliyyə integrasiyasından hər birinə müxtəlif dərəcədə hansı kombinasiya ilə nail ola bilmə məsələsidir. Bu, açıq makrosiyasi idarəetməni diktə edən, əsas Kanada iqtisadçısı, İqtisadiyyat üzrə Nobel mükafatı almış Robert Mundell və İngiltərə iqtisadçısı, dövlət xadimi Marcus Fleming tərəfindən qoyulmuş güclü fərziyyə olan “qeyri-mümkün üçlü” və ya “trilemma” fərziyyəsidir. Fərziyyədə qeyd edilir ki, ölkələr fərdi olaraq bu üç siyasi məqsəddən bütöv şəkildə yalnız ikisini seçə bilər, çünki eyni anda onlardan yalnız ikisinə nail olmaq mümkündür. Alternativ variant olaraq onlar üç siyasi məqsəddən hər birinə orta dərəcədə nail olmaqla kifayətlənmək məcburiyyətindədir.

Trilemma fərziyyəsi indiyə qədər geniş şəkildə araşdırılmış və belə qənaətə gəlinmişdir ki, bu, siyasətçilərin açıq iqtisadiyyatda tətbiq etdikləri maneərlər üçün kifayət qədər intuitiv və əlverişlidir. Aizenmann, Chinn və İto ölkələr və illər üzrə üç siyasi seçimin – sabit valyuta məzənnəsi, müstəqil monetar siyasət və sərbəst kapital hərəkətinin dərəcəsini ölçən “trilemma indeksləri” adlanan dəsti tədqiq edərək inkişaf etdirmişlər [0]. Bu indekslərdən istifadə edərək onlar empirik olaraq sübut etmişlər ki, trilemma fərziyyəsi həqiqətə uyğundur və onun elementləri bir-birilə xətti əlaqədədir.

Trilemma-nın kəskin proqnozları və intuitiv interpretasiyası onu Neokeynsçi açıq iqtisadiyyat paradigmasının “Müqəddəs Kasa”-sına (Holy Grail) çevirmişdir. “qeyri-mümkün üçlü” bir çox akademik iqtisadçılar üçün açıq-aşkar, başqa bir ifadəylə desək, isbata ehtiyacı olmayan bir hələ gəlmişdir. Hazırda bu anlayış həmçinin bir çox təcrübəçilər və siyasətçilər tərəfindən də istifadə edilən alətə çevrilmişdir.

1991-ci ildə suverenliyini yenidən əldə edən Azərbaycan mərkəzi planlama sistemindən bazar iqtisadiyyatı sisteminə keçidin təmin olunması istiqamətində müstəqil

iqtisadi siyasət yeritməyə başladı. Bu baxımdan, trilemma fərziyyəsinin Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün tədqiq olunması mühüm əhəmiyyət daşıyır.

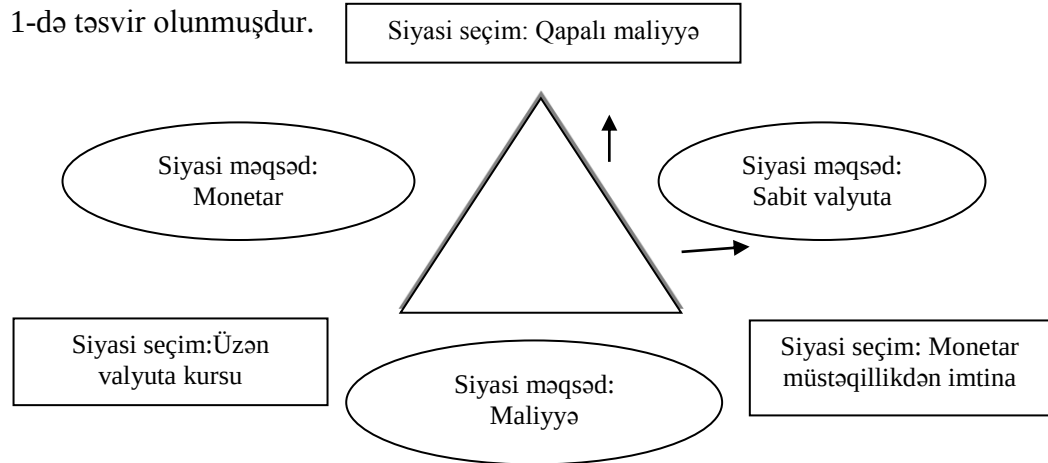
Trilemma fərziyyəsinin mahiyyəti, nəzəri-metodoloji və təcrübi aspektləri.

Bir çox ölkələr xarici investisiyaları cəlb etmək, iqtisadi artımı stimullaşdırmaq üçün pul təklifini artırmaq, dəyişkən valyuta kursu dalğalanmalarının qarşısını almaq üçün üç əsas makroiqtisadi məqsədə – sabit valyuta kursuna, müstəqil monetar siyasətə və maliyyə bazarının açıqlığına nail olmaq istəyir. Beynəlxalq iqtisadiyyatda “trilemma” və ya “qeyri-mümkün üçlü” fərziyyəsi adlandırılan Mundell-Fleminq modeli təklif edir ki, sadalanan üç məqsəddən eyni anda yalnız ikisinə nail olmaq mümkündür [Error! Reference source not found.]. Ölkələr fərdi olaraq bu üç məqsəddən öz təcrübələri əsasında formalaşmış yalnız ikisini seçə bilər. Məsələn, Avropa İttifaqı ölkələri maliyyə bazarının açıqlığı və sabit valyuta kursunu təqib edir, lakin özlərinin ayrılıqda müstəqil monetar siyasət həyata keçirmək şansları olmadığı üçün bununla bağlı müstəqil qərarlar almağı Avropa Mərkəzi Bankına həvalə edir. Amerika Birləşmiş Ştatlarında maliyyə bazarı açıqlığı və müstəqil monetar siyasət həyata keçirilir, lakin ölkədə valyuta kursunun dəyişkənliyinə (tərəddüd etməsinə) icazə verilmişdir. Çin monetar siyasətinin müstəqilliyinə və sabit valyuta kursuna üstünlük verir, xarici investisiyalara, kapital hərəkətlərinə və beynəlxalq ticarətə müəyyən məhdudiyyətlər qoyur [Error! Reference source not found.; 0, s. 617].

Monetar müstəqilliyi, sabit valyuta məzənnəsini və maliyyə inteqrasiyasını ifadə edən üçbucağın hər üç tərəfi potensial arzuolunan siyasi məqsədi göstərir. Üçbucağın yuxarı təpə nöqtəsi “qapalı maliyyə bazarı”nı ifadə edir. Bu da ölkədə pul siyasətinin avtonomluğu və sabit valyuta kursu rejimi ilə əlaqəlidir. Üçbucağın sol təpə nöqtəsi “üzən valyuta kursu rejimi”ni göstərir və bu da müstəqil monetar siyasət və maliyyə inteqrasiyası siyasəti ilə əlaqəlidir. “Monetar müstəqillikdən imtina”nı ifadə edən üçbucağın sağ təpə nöqtəsi isə sabit valyuta kursu rejimi və maliyyə bazarının açıqlığı siyasəti ilə əlaqəlidir [0, s.1].

Trilemma modeli indiyə qədər geniş şəkildə araşdırılmış və belə qənaətə gəlinmişdir ki, bu, siyasətçilərin açıq iqtisadiyyatda tətbiq etdikləri manevrlər üçün kifayət qədər intuitiv və əlverişlidir. Beynəlxalq iqtisadiyyatda və beynəlxalq maliyyədə trilemma modeli haqqında bir sıra müasir tədqiqatlar işlənib hazırlanmışdır. Obstfeld, Shambaugh və Taylor göstərmişlər ki, trilemma siyasi çərçivədən bələdçi hesab oluna bilər, çünki ölkələr kapital hərəkətini idarə etmədən öz valyuta kurslarını digər ölkələrin valyuta kurslarının dəyərinə uyğunlaşdıraraq sabitləşdirirlər və nəticədə, monetar siyasət öz müstəqilliyini itirir, lakin ölkələr kapital hərəkətinə nəzarət etmədən valyuta kursunun dəyişkənliyinə müdaxilə etmir və monetar

siyasətli maliyyənin müstəqillik dərəcəsi aşağı düşmüş və valyuta kursunun sabitliyi əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlmişdir. İnkişaf etməkdə olan ölkələr üçün 1990-cı illərdə valyuta kursunun sabitliyinin qorunması maksimum həddə çatmış, 2000-ci ildən bəri isə ölkələr dəyişkən valyuta kursunu izləmiş və monetar siyasəti müstəqil saxlaya bilmişlər [0].



Şəkil 1. Trilemma üçbucağı

Aizenmann, Chinn və İto trilemma modelinin üç elementi arasında xətti əlaqənin olduğunu sübut etmişlər [0]. Sənaye ölkələri üçün 1990-cı illərdən sonra maliyyə açıqlığı artmış, monetar siyasətin müstəqillik dərəcəsi aşağı düşmüş və valyuta kursunun sabitliyi əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlmişdir. İnkişaf etməkdə olan ölkələr üçün 1990-cı illərdə valyuta kursunun sabitliyinin qorunması maksimum həddə çatmış, 2000-ci ildən bəri isə ölkələr dəyişkən valyuta kursunu izləmiş və monetar siyasəti müstəqil saxlaya bilmişlər [0].

İnkişaf etməkdə olan ölkələr üçün Aizenmann, Chinn və İto tərəfindən işlənib

hazırlanmış tədqiqatda göstərilir ki, yüksək valyuta kursu sabitliyi dəyişkən səmərəliliyə səbəb olur, lakin həddindən çox monetar müstəqillik az dəyişkən səmərəliliyə gətirib çıxarır. Yüksək valyuta kursu sabitliyi və geniş maliyyə açıqlığı inflyasiya səviyyəsini azalda bilər, lakin böyük monetar müstəqillik yüksək inflyasiya səviyyəsinə səbəb ola bilər. Yüksək dərəcədə valyuta kursu sabitliyi həmçinin dəyişkən, daimi olmayan investisiya axınına gətirib çıxara bilər [0, s.26].

İnkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar üçün trilemma modelini araşdıran Aizenmann, Chinn və İto aşkar etmişlər ki, üç trilemma siyasəti mərkəzdə bir nöqtədə cəmləşir, hansı ki, bu proses böyük həcmdə xarici ehtiyatlarla təmin olunmuş idarə olunan dəyişkən valyuta kursu, müstəqil monetar siyasətin və maliyyə açıqlığının orta səviyyəsi ilə xarakterizə olunur [0]. Çoxlu sayda beynəlxalq ehtiyatlara sahib olmaq inkişaf etməkdə olan ölkələri geniş siyasət kombinasiyaları ilə təmin edir. Yüksək monetar müstəqillik investisiya qoyuluşundakı dəyişkənliyi azaldır, yüksək maliyyə açıqlığı real valyuta kursu dəyişkənliyinin azalmasına kömək edir. Nəticələr göstə-

P. Ağazadə, F. Həsənov, C. Mikayilov, X. Ahiyev: Trilemma fərziyyəsinin
mişdi **Azərbaycan iqtisadiyyatı təmsalində yoxlanılması** əmin
olunaraq yüksək valyuta kursu sabilliyi və yüksək maliyyə açıqlığını üstün tuta
bilərlər, çünki siyasi seçim kombinasiyası onlara həm investisiyaları, həm də real
valyuta kursunu sabilləşdirməyə imkan verir [0, s.27].

Aizenmann və Sengupta trilemmarı Çin və Hindistan üçün də yoxlamışlar. Onlar
göstərmişlər ki, Çin valyuta kursunun sabilliyinə nail olmuş, lakin maliyyə inteq-
rasiyasının önəmli rol oynamasını rədd etmişdir, Hindistan isə üç məqsəd arasında
orta mövqe tutmuş, nisbətən sabit valyuta kursu, maliyyə inteqrasiyası və böyük
həcmdə beynəlxalq ehtiyatlara nail olmuşdur [0]. Aizenmann, Chinn və İto ölkələr
və illər üzrə üç siyasi seçimin (sabit valyuta məzənnəsi, müstəqil monetar siyasət və
sərbəst kapital hərəkəti) dərəcəsini ölçən “trilemma indeksləri” adlanan dəsti tədqiq
edərək inkişaf etdirmişlər [0]. Bu indekslərdən istifadə edərək onlar empirik olaraq
sübut etmişlər ki, trilemma fərziyyəsi həqiqətə uyğundur və onun elementləri bir-bi-
rilə xətti əlaqədədir [0, s.2-3].

Ümumiyyətlə, Mundell-Fleminq konsepsiyasında trilemmaların məqsədi kapitalın
mobilliyi üçün maneələrdə risk elementini müvafiq şəkildə nəzərə almaqdır [0, s.596].

Mundell və Krugman da təsdiq etmişlər ki, bir ölkə üç monetar siyasi variant ara-
sından eyni anda yalnız ikisini seçə bilər. Eyni vaxtda məqsədlərin üçünün də real-
laşdırılması cəhdi birinin və ya digərinin sıradan çıxması ilə nəticələnir və avtomatik
üçüncü məqsəddən imtina qaçılmaz hala çevrilir. Nümunə olaraq, sabit valyuta kur-
sunun mövcud olduğu və kapitalın sərbəst hərəkət etdiyi bir ölkədə vəziyyətin necə
olduğuna nəzər yetirək. Valyuta kursunu sabit rejimdə saxlamaq üçün faiz dərəcələ-
rinin açıq pariteti təklif edir ki, Mərkəzi Bank nominal faiz dərəcəsidəki dəyişiklik-
ləri baza ölkəsinin nominal faiz dərəcəsidəki dəyişikliklərə uyğun olacaq şəkildə
təmin etməlidir. Səbəb budur ki, baza ölkəsinin xeyrinə nominal faiz dərəcələri ara-
sındakı kifayət qədər geniş müsbət yayınmalar investorları məcbur edir ki, kapital
aktivlərini öz ölkələrindən geri çəkib başqa, daha yüksək gəlir gətirən istiqamətlərə
yönəlsinlər. Bu da nəticə etibarilə, beynəlxalq ehtiyatlarda bir azalma və sabit
valyuta kursunda mümkün zəifləmə ilə öz təsirini büruzə verir. Dolayısı ilə bununla
Mərkəzi Bank monetar müstəqilliyini itirir. Mərkəzi Bank öz faiz dərəcəsi alətini
milli məqsədlərə nail olmaq üçün istifadə edə bilmir. Bunun əvəzində isə onun yega-
nə məqsədi faiz dərəcələrinin tarazlığını təmin etməkdir [0].

Trilemma paradokmasının proqnozlarının yoxlanılması progressiv bir iş olaraq
qalır, çünki hələ ki onun elementləri olan valyuta kursunun elastiklik dərəcəsini,
monetar müstəqilliyi və maliyyə inteqrasiyasını təyin etmək və ölçmək üçün unikal
bir metod yoxdur. Məhdudlaşdırılmış maliyyə inteqrasiyasının və aktivlərin məhdud
şəkildə əvəz edilməsinin düzgün modelləşdirilməsi progressiv tədqiqat olaraq qalır.
Buna baxmayaraq, hətta bu qaranlıq vəziyyətdə belə, Trilemma paradokması öz

ı siyasi alətlərin çatışmazlığı hesab olunur. Siyasətçilər belə bir halla qarşılaşırlar ki, Trilemma elementinin birinin artırılması (məsələn: yüksək maliyyə inteqrasiyasının tətbiqi), digər iki elementin orta ağırlığında azalmaya səbəb olur (aşağı sabit valyuta kursu və aşağı monetar müstəqillik və ya hər ikisinin kombinasiyası) [0, s.3].

Ümumiyyətlə demək olar ki, ölkələrin Trilemma konfigurasiyaları fərqlidir və qloballaşma prosesində onların üzləşdiyi problemlərin interpretasiya edilməsi istiqamətində Trilemma elementlərinin ayrı-ayrı ölkələr səviyyəsində araşdırılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Ticari durumun empirik təhlilləri göstərir ki, həyata keçirilən siyasətlərdə müəyyən ölçülər tələb edilir. Təəssüf ki, yaxşı ölçü meyarlarında belə müəyyən çatışmazlıqlar mövcuddur. Lakin aparılan tədqiqatlarda bir neçə siyasi ölçülər əldə edilmiş və bu çatışmazlığın aradan qaldırmasına çalışılmışdır. Bu ölçü meyarları ilə tanış olaq.

Monetar müstəqillik (Monetary Independence – MI)

Monetar müstəqilliyin səviyyəsi cari və baza ölkələri arasında aylıq faiz dərəcələrinin illik tərs korrelyasiyası kimi ölçülür. Monetar müstəqilliyin səviyyəsi indeksi belə ifadə olunur:

$$MI = 1 - \frac{corr(i_i, i_j) - (-1)}{1 - (-1)} \quad (1)$$

Burada i cari ölkə, j isə baza ölkəsini göstərir. Göründüyü kimi, maksimum və minimum dəyərlər uyğun olaraq 1 və 0-dır. İndeksin daha çox dəyər alması daha yüksək monetar müstəqilliyi ifadə edir.

Şambonun 2004-cü ildəki tədqiqatında göstəriləndiyi kimi, burada baza ölkəsi kimi o ölkə nəzərdə tutulur ki, cari ölkənin monetar siyasəti daha çox onunla bağlıdır. Baza ölkələri Avstraliya, Belçika, Fransa, Almaniya, Hindistan, Malayziya, Cənubi Afrika Respublikası, Böyük Britaniya və ABŞ götürülə bilər [0]. Tədqiqatçının verilənlərinin keçərli olduğu ölkələr və illər üçün baza ölkələri Beynəlxalq Valyuta Fondunun Valyuta Yerləşdirmələri və Valyuta Məhdudiyyətləri üzrə İllik Hesabatı (ing. Annual Report on Exchange Arrangements and Exchange Restrictions – AREAER) və CIA World Factbook məlumatları əsasında müəyyən olunmuşdur [0, s.5-6].

Sabit valyuta kursu (Exchange Rate Stability – ERS)

Sabit valyuta kursunu ölçmək üçün cari və baza ölkələri arasında aylıq valyuta məzənnəsinin illik standart kənarlaşmaları hesablanır və indeksi normallaşdırmaq üçün 0-la 1 arasında düstura daxil edilir.

$$ERS = \frac{1}{1 + \frac{\text{stdev}(\text{exch}_{\text{rate}})}{|\text{dlog}E_t/\text{dt}| + 0.01}} \quad (2)$$

Burada, $|d \log E_t / dt|$ – valyuta kursunun dekabr ayı üzrə illik dəyərdən düşməsinin modulca qiymətidir. Bu indeksin daha yüksək dəyər alması baza ölkəsinə nəzərən cari ölkənin valyuta kursunun stabil hərəkətdə olmasını ifadə edir.

Maliyyə açıqlığı/inteqrasiyası (Financial Openness/Integration – KAOPEN)

Şübhəsiz ki, kapital hərəkətləri ilə bağlı idarəetməni ölçmək çox çətinidir. Baxmayaraq ki, kapital hərəkətləri ilə bağlı əməliyyatları ölçmək üçün bir çox ölçü və intensivliklər mövcuddur, ümumilikdə qəbul olunmuşdur ki, bu ölçü vahidləri dünya üzrə kapital axınlarını həqiqi ölçəcəkdir və onun mexanizmini tam izah edəcək dərəcədə aydın deyildir. Buna baxmayaraq, maliyyə açıqlığını ölçə bilmək üçün biz Chinn və İto tərəfindən işlənilib hazırlanmış kapital axınları ilə bağlı əməliyyatların açıqlığı indeksindən (KAOPEN) istifadə edirik [0Error! Reference source not found.].

KAOPEN Beynəlxalq Valyuta Fondunun Valyuta Yerləşdirmələri və Valyuta Məhdudiyyətləri üzrə İllik Hesabatı (ing. Annual Report on Exchange Arrangements and Exchange Restrictions – AREAER) məlumatlarının bazası əsasında işlənilib hazırlanmışdır. Xüsusilə KAOPEN dəyişənlərin birinci standartlaşdırılmış əsas komponentidir ki, bir çox valyuta kurslarının nağdlığını, cari hesablar üzrə əməliyyatlara və cari kapital axınları hərəkətlərinə məhdudiyyətləri, həmçinin ixracdan gələn pullara tələbin kapitulyasiyasını (davamlılığını) göstərir. KAOPEN indeksinin işlənilib hazırlanmasından bəri, bu indeks kapital axınları üzrə əməliyyatların açıqlığının “de jure” (latın dilindən tərcümədə hüquqi əsaslı, hüquqi cəhətdən tanınmış) indeksinə çevrilmişdir. Bu isə “de fakto” (latıncadan tərcümədə faktiki tanıma mənasına gəlir) anlayışının əksinə mənasını verir [0]. Kapital axınları üzrə əməliyyatların açıqlığının “de jure” ölçü olaraq seçilməsi ölkələrin siyasi məqsədlərini eyniləşdirmək baxımından stimullaşdırıcı rol oynayır, “de fakto” ölçüsü baxımından isə makroiqtisadi şokları (təkanları) da özündə birləşdirir və bu da kapitalın idarə edilməsi ilə bağlı olan siyasi qərarlara öz təsirini göstərir [0, s.6-7].

Dünya ölkələri təcrübəsində trilemmanın aspektləri. Hər bir ölkənin valyuta kursu rejimi, monetar siyasəti və kapital axınlarının açıqlıq dərəcəsinin öyrənilməsi onun iqtisadiyyatının araşdırılması və nəticələrin düzgün interpretasiyası baxımından vacib hesab olunur. Burada biz, əsasən, trilemmanın dünya ölkələri təcrübəsində tədqiq olunmuş müasir nəticələrindən danışacağıq. Bu hissədə, əsasən, Rusiya, İran, Ərəb ölkələri, Avropanın kiçik açıq iqtisadiyyatlı və bir çox digər ölkələrin iqtisadi təcrübəsində trilemma fərziyyəsi baxımından əldə olunmuş nəticələrdən bəhs ediləcəkdir.

Valyuta kursu rejiminin monetar siyasət üzərindəki təsirinin empirik cəhətdən ifadəsi olduqca qarışıqdır. Lakin buna baxmayaraq, nəzəri proqnoz üçün ümumi bir fikir mövcuddur. Bir çox tədqiqatçılar, misal olaraq Shambaugh [0], Mojon [0] və Svennson [0] valyuta kursu rejimlərini və onların monetar siyasət üzərindəki təsirlərini öyrənməyə cəhd göstərmişlər. Bu tədqiqatların çoxunda valyuta məzənnəsi

rejiminin növünü xarakterizə edən verilənlər bazası təhlilindən və kodlaşdırma sistemlərindən istifadə edilmişdir [0].

Şambo empirik yanaşma ilə valyuta kursu rejimlərini sabit, üzən, sürünən sabit və qismən sabit olaraq klassifikasiya edərək tədqiq etmişdir [0]. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının 16 ölkəsinin nümunəsində kointeqrasiya verilənlərindən istifadə edərək müəllif müəyyən etmişdir ki, sabit kurs baza ölkəsinin faiz dərəcələrini sabit olmayan kursa nəzərən daha çox izləyir [0].

Mojon Fransanı 1987-1996-cı illər üzrə araşdıraraq Fransada göstərilən dövrdə sırf daxili monetar siyasətin mövcudluğunu qiymətləndirməyə çalışmışdır [0]. O, monetar siyasi şokların monetar siyasət üzərindəki təsirini təhlil etmək üçün təsadüfi dəyişənin variasiyasından və impuls cavab funksiyasından istifadə etmişdir. Əldə olunan nəticə göstərmişdir ki, uzun dövrdə Fransadakı faiz dərəcələri tam şəkildə Almaniyadakı faiz dərəcələri ilə müəyyən olunmuşdur.

Frankel müxtəlif valyuta kursu rejimlərində daxili faiz dərəcələrinin beynəlxalq faizlərə olan həssaslıq dərəcəsini təhlil etmişdir [0]. Frankel valyuta kursu rejimlərinin geniş spektrini təhlil etmişdir və bütün rejimlərdə yerli faizlərin beynəlxalq faizlərə yüksək həssaslığı müşahidə olunmuşdur. Bundan əlavə, bir ölkənin dinamik qiymətləndirməsi göstərmişdir ki, üzən valyuta kursu rejimi yüksək monetar müstəqilliyə gətirib çıxarır [0]. Həmçinin sübut olunmuşdur ki, yerli və beynəlxalq faiz dərəcələri arasındakı əlaqə birin birə adətən üzən valyuta rejimində digər rejimlərdəkinə nisbətən aşağıdır [0, s.33].

Təbiidir ki, empirik tədqiqatların əksəriyyəti Robert Mandelin tədqiqatının bazası əsasında aparılmışdır. Mandel iddia etmişdir ki, sabit valyuta kursu rejimi altında monetar siyasətin gəlir səviyyəsi üzərində davamlı təsiri yoxdur. Miskin təsdiq edir ki, kapital bazarı açıq olan ölkədə valyuta kursuna sabitlənmiş faiz dərəcələri dayaq rolunda çıxış edən ölkənin faiz dərəcələrinə sıx şəkildə bağlıdır. Buna görə də, öz valyutasını digər ölkə valyutasına sabitləyən ölkə daxili şoklara cavab vermək üçün monetar siyasətdən istifadə etmək imkanını itirir.

Borenşteyn və başqaları vektor avtoregressiya metodundan və impuls cavab funksiyasından istifadə edərək ABŞ-nin faiz dərəcələrindəki dəyişmələr üzərində şokların təsirini və Latin Amerikası ölkələri (Argentina və Meksika), həmçinin Asiya ölkələrinin (Honq Konq və Sinqapur) iqtisadiyyatları nümunəsində onların valyuta kurslarını araşdırmışlar [0]. Onlar belə bir nəticəyə gəlmişlər ki, Honq Konqda faiz dərəcələri ABŞ-nin monetar siyasətindəki şoklar və inkişaf etməkdə olan bazarların risk dərəcələrinə uyğun olaraq hərəkət edir və eyni zamanda Sinqapurda faiz dərəcələrinin reaksiyası əhəmiyyətli dərəcədə aşağıdır.

Forsbek və Oxelheyim monetar siyasətin müstəqilliyini və valyuta kursu rejimlərini Avropanın kiçik açıq iqtisadiyyata malik ölkələri üçün 1980-90-cı illər üzrə

tədqiq etmişlər [0]. Modelin müəyyənləşdirilməsində Granger testi əsasında ümumiləşdirilmiş ən kiçik kvadratlar üsulundan istifadə edərək onlar belə bir nəticə əldə etmişlər ki, sabit valyuta kurslu ölkələr arasında monetar siyasətin müstəqillik dərəcəsində fərqlərin olduğunu təsdiqləyən heç bir sübut yoxdur.

Karib ölkələri arasında Krayvel və başqaları valyuta kursu rejiminin seçiminin monetar siyasətə necə təsir etdiyini müəyyən etmək üçün açıq faiz dərəcəsi pariteti bərabərliyindən istifadə etmişlər [0]. Onlar araşdırmışlar ki, xüsusilə bəzi Karib hövzəsi ölkələrində – Barbados, Trinidad və Tobago, Yamayka kimi ölkələrdə sabit və sabit olmayan valyuta kursu rejimləri baza ölkəsinin faiz dərəcələri və yerli faiz dərəcələri arasındakı dəyişmələrə və həmçinin onlar arasındakı əlaqəyə necə təsir göstərir. Tədqiqatçılar fərziyyəni qeyri-məhdud xətlərin korreksiya edilməsi modeli ilə test etmişlər və modelə kapital açıqlığı, xarici borcların ümumi daxili məhsula nisbəti, inflyasiya dərəcəsi, baza ölkəsinin faiz dərəcəsi və yerli faiz dərəcəsi dəyişənlərini daxil etmişlər. Spesifikasiyaya həmçinin valyuta kursu rejiminin tipini göstərən fiktiv dəyişən də (dummy variable) daxil edilmişdir. Göstərilmişdir ki, monetar siyasəti müstəqilliyin itirilməsi Barbadosda digər sabit kurslu olmayan ölkələrə nəzərən daha yüksəkdir. Tədqiqatın nəticələrinə əsasən, baza ölkəsinin faiz dərəcəsinin sabit kurs sistemli ölkələrdə üzən kurs sistemli ölkələrə nəzərən daha sıx şəkildə və diqqətlə izlənilməsi trilemma fərziyyəsi ilə üst-üstə düşür [0].

Kevin B. Grier və Fernando Meksika və ABŞ nümunəsində real valyuta məzənnəsi prosesi və onun təsirlərini araşdıraraq belə bir nəticəyə gəlmişlər ki, Meksikanın real valyuta məzənnəsində seçilmiş dövr üzrə güclü isbat mövcuddur [0]. Real valyuta məzənnəsi seçilmiş il ərzində meyllilikdən əhəmiyyətli dərəcədə çox qiymətləndirilmişdir və cari ildə meyllilikdən əhəmiyyətli dərəcədə daha çox aşağı düşmüşdür. Həmçinin tədqiqatçılar müəyyən etmişlər ki, real valyuta məzənnəsinin gecikmiş dəyərləri həmin məzənnənin şərti variasiya bərabərliyində müsbət və əhəmiyyətlidir. Qiymətləndirilən bir çox real valyuta məzənnələri real valyuta məzənnəsinin gələcək dəyərləri haqqında böyük qeyri-müəyyənlik yaradır. Birlikdə götürüldükdə, bu nəticələr o mənəni ifadə edir ki, qeyri-müəyyənliyin özü Meksikanın real valyuta məzənnəsində vacib rol oynayır. Bundan fərqli olaraq, ABŞ üçün əldə olunan nəticələr həddən çox dəyərləndirmə ilə real valyuta məzənnəsinin proqnozu arasında müsbət əlaqə yönündə heç bir sübut ifadə etmir. Üçüncü nəticə olaraq, müəyyən olunmuşdur ki, ticarətin inkişaf üzərindəki birbaşa təsirinin idarə olunması ilə Meksikanın sənaye istehsalatının inkişafı tənliyində real valyuta məzənnəsinin səviyyəsi müsbət və əhəmiyyətli əmsala malikdir. ABŞ-nin sənaye istehsalının inkişafı tənliyi də eynilə əmsala malik olur, lakin bu əmsal daha aşağı əhəmiyyətlik səviyyəsində çıxış edir [0, s.4].

Bassem Kamar və Damyana Bakardciyeva Misirin real valyuta kursu və ona təsir edən amilləri trilemma çərçivəsində ekonometrik testlə təhlil etmiş və belə qənaətə gəlmişlər ki, Misirdə həmişə valyuta kursunun – idarə olunan sabit, sürünən sabit və ya sərbəst dalğalanan valyuta kurslarının tənzimlənməsinin həyata keçirilməsinə nail olunmuşdur [0]. Hökumət həmçinin kapital axınlarının açıqlığını da müəyyən dərəcədə idarə etmiş, ölkəyə aşırı kapital giriş-çıxışlarına zaman-zaman müdaxilə etmişdir. Misir siyasətçiləri monetar siyasət alətlərindən ölkənin daxili iqtisadi balansının idarə olunmasında istifadə etmişlər. Tədqiqatçılar həmçinin belə hesab etmişlər ki, Misirdə “səbət, əlaqə və sürünmə” rejiminin həyata keçirilməsi lehinə güclü arqumentlər mövcuddur və Misir Mərkəzi Bankı valyuta kursunun idarə edilməsində uzunmüddətli təcrübəyə malikdir. Nə qədər ki, məhsuldar investisiyaların spekulyativ əyilmələrə qarşı müdafiə qabiliyyəti var və nə qədər ki, onların hökumətin makroiqtisadi siyasətinin möhkəmliyinə etimadı var, “idarə olunan” valyuta kursu rejimi Misirə ölkənin daxili və xarici balansını qoruyub saxlamağa imkan verəcək. Tədqiqatdan əldə olunan digər bir nəticə ondan ibarət olmuşdur ki, Yaxın Şərqi və Şimali Afrika regionu ölkələrini əhatə edən ümumi likvid fond yaradılması məqsəduyğundur və bu fondun ciddi idarəedici və nəzarətedici qurum tərəfindən idarə olunması Ərəb əməkdaşlığı və regionallaşmasının dinamik və məhsuldar təməlini təşkil edə bilər [0, s.16-17].

Rusiya Federasiyası Mərkəzi Bankının məlumatları əsasında Beynəlxalq Hesablaşmalar Bankı Rusiyanın monetar siyasəti və son dəyişmələrlə bağlı olaraq 2000-2013-cü illəri əhatə edən 78 N-li hesabatda ölkənin göstərilən dövr üzrə bir sıra mühüm göstəricilərini araşdırmışdır. Hesabatda həmçinin trilemma fərziyyəsi çərçivəsində ölkənin iqtisadi göstəriciləri təhlil edilmişdir. Rusiya nümunəsində valyuta kursunun stabilliyinə nail olmağa yönəldilmiş tədbirlərlə (kurs müdaxilələri), əsasən xarici, idarə edilə bilməyən faktorların təsiri ilə (dünya neft qiymətləri, dünya maliyyə bazarlarında risk tələbi), Rusiya Mərkəzi Bankının hər hansı üstün aləti ilə pul təklifi və faiz dərəcələrinə nəzarət olunmalıdır. Nəticədə bu yerli maliyyə bazarında vəziyyətə təsir etmək üçün Mərkəzi Bankın monetar siyasətdə faiz dərəcəsindən istifadə etmək imkanı olduqca məhdud olmuşdur. Likvidlik həcmi və pulun qiyməti Mərkəzi Bankın fəaliyyətindən daha çox xarici şərtlərlə müəyyən olunmuşdur.

Rusiya Mərkəzi Bankının nominal valyuta kursunun stabilliyini təmin etməsi ilə pul təklifində sürətli artım qismən yüksək inflyasiya səviyyəsi ilə nəticələnmişdir. Əsas ticarət tərəfdaşlarına nəzərən Rusiyadakı daha yüksək inkişaf tempi rublun real vəziyyətdə dəyərinin qalxmasına və tədricən yerli istehsalçıların rəqabət qabiliyyətliliyinin azalmasına gətirib çıxarmışdır [0, s.300-301].

2012-ci ildə İslam Əməkdaşlıq Təşkilatının Statistik, İqtisadi və Sosial Tədqiqatlar və Araşdırmalar Mərkəzinin təşkilata daxil olan ölkələrdə valyuta kursu rejimləri

ilə bağlı olaraq apardığı araşdırmanın nəticələrinə əsasən, üzv ölkələrdə valyuta kursu rejiminin seçilməsində bir sıra faktorlar – monetar idarə edicilərə qarşı güvən, valyuta kurslarının dəyişkənliyi və qarışıqlığı, rejimin böhranlara və qəfil şoklara qarşı zəifliyi, makroiqtisadi siyasətlər, trilemma nəzəriyyəsinin nəticələri mühüm rol oynayır. Bütün bu faktorlar valyuta kursu rejiminin müvafiq tipinin müəyyən olunmasına qərar verilirərkən diqqətə alınmalıdır.

Verilənlər, metodologiya və qiymətləndirmə nəticələri. Azərbaycan iqtisadiyyatında trilemmayı araşdırmaq üçün təbiidir ki, əvvəla, trilemmanın üç vacib elementi olan sabit valyuta kursu, monetar siyasət və kapital hərəkətləri indekslərini müəyyən etmək lazımdır. Bu indeksləri əldə etmək üçün tədqiqat işində Ayzenman-Çin-İto yanaşması əsas götürüləcək. Nəzəri-konseptual hissədə bu indekslərin əldə olunma üsulları geniş çərçivədə nəzərdən keçirilmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, biz Ayzenman, Çin və İto tərəfindən dünyanın 170-dən çox ölkəsi üçün hesablanmış trilemma indeksləri toplusundan istifadə edəcəyik [0]. Monetar müstəqillik indeksi (MI) 1960-2014-cü illər üzrə 171 ölkə, valyuta kursu sabitliyi indeksi (ERS) 1961-2014-cü illər üzrə 179 ölkə və kapital hərəkətliliyi indeksi (KAOPEN) 1970-2013-cü illər üzrə 177 ölkə üçün keçərlidir [0, s.7].

Ayzenman-Çin-İto yanaşması əsasında Azərbaycan üçün 1996-2013-cü illəri əhatə edən dövr üzrə əldə edilən indekslər aşağıdakı cədvəl 1-də göstərilmişdir. Zaman sıraları ilə ekonometrik qiymətləndirmələr aparılmazdan əvvəl dəyişənlərin stasionarlığı vahid kök testi ilə yoxlanılmalıdır. Bunun üçün hər bir dəyişənə – valyuta kursu sabitliyi, monetar müstəqillik və kapital açıqlığı indekslərinə Gücləndirilmiş Dikkey-Fuller testi (Augmented Dickey-Fuller) tətbiq edilmişdir. Göründüyü kimi, Azərbaycan üçün hər üç dəyişən üzrə 1-ci tərtib fərqiində əldə olunmuş ADF qiymətinin modulu kritik qiymətlərin modulundan bütün əhəmiyyətlik səviyyələrində (1%, 5% və 10%) böyük olduğu üçün dəyişənlərimiz 1-ci dərəcədə stasionardırlar, başqa sözlə desək, I(1) proseslərdir. Bu səbəbdən, modeli qurduqdan sonra dəyişənlər arasında uzunmüddətli dövr əlaqəsinin (kointeqrasiya – stasionar olmayan zaman sıralarının uyğun bir kombinasiya ilə birgə stasionar hala gəlməsi nəticəsində sıralar arasında korrelyasiya əlaqəsi) mövcudluğunu yoxlamaq üçün qalıqların stasionarlığı test ediləcəkdir.

Cədvəl 1: Azərbaycan üzrə əldə olunmuş trilemma indeksləri

IMF-World Bank Country Code	Years	Exchange Rate Stability Index	Monetary Independence Index	Financial Openness Index
912	1996	0,624756217	0,508327723	0,163895532
912	1997	0,841745198	0,755757868	0,163895532
912	1998	0,804701447	0,668461561	0,163895532
912	1999	0,336418599	0,548627555	0,163895532

912	2000	0,809813201	0,40642336	0,163895532
912	2001	0,862911046	0,393454462	0,163895532
912	2002	0,844869733	0,272342592	0,411092639
912	2003	1	0,381861985	0,411092639
912	2004	1	0,30370906	0,163895532
912	2005	0,673336446	0,365806133	0,163895532
912	2006	0,808633447	0,265920013	0,163895532
912	2007	0,860773206	0,337878913	0,224489421
912	2008	0,613468111	0,302969486	0,571021199
912	2009	1	0,273667663	0,345677227
912	2010	1	0,449660659	0,40627113
912	2011	1	0,600855827	0,466865003
912	2012	1	0,661949396	0,466865003
912	2013	1	0,607996225	0,466865003

Mənbə: Trilemma indexes, http://web.pdx.edu/~ito/trilemma_indexes.htm

ACİ yanaşmasını izləyərək biz tədqiqat işində trilemmanın həqiqiliyini siyasi seçimlər arasında xətti əlaqənin olmasını fərz edərək ən kiçik kvadratlar üsulunun köməyiylə yoxlayacağıq. Belə olan halda, biz modeli aşağıdakı kimi ifadə edə bilərik:

$$aMIA + bERSA + cKOA + \varepsilon_t = 2 \quad (3)$$

Burada A Azərbaycanı ifadə edir. Trilemmanın siyasi konfigurasiyasının yoxlanılmasında başlıca ideya ondan ibarətdir ki, indekslərin birinin artması digərinin azalması ilə balanslaşmalıdır, çünki indekslərin hər üçü üçün keçərli olan məhdudiyyət var – hər üçü eyni anda özünün ən yüksək dəyərini ala bilməz. Metod ondan ibarətdir ki, indekslər arasındakı reqressiya əlaqəsi vahidə (bizim nümunəmizdə 2-yə) bərabərdir.

Beləliklə yuxarıdakı bərabərlikdən qiymətləndirilən parametrlər cədvəl 2-də göstərilmişdir.

Cədvəl 2: Azərbaycan üçün modelləşdirmə üzrə əldə edilmiş baza qiymətləndirmələr

Metod (Method)	Ən kiçik kvadratlar üsulu (OLS)	
Nümunə dövrü (Sample period)	1996-2013	
Müşahidə sayı (Observations)	18	
Orta kəmiyyətlər (Means)	ERS	0.837857036
	Mİ	0.450315027
	KO	0.291405503
Əmsallar (Coefficients)	ERS	1.612274
	Mİ	1.203098
	KO	0.155879
Əlavə göstəricilər (Contributions)	ERS	1.350855115

(orta kəmiyyət x əmsal)	Mİ	0.541773108
	KO	0.045423998
Standart kənarlaşmalar (Standard deviations)	ERS	0.181862777
	Mİ	0.156419979
	KO	0.146757001
Standart xətlər (Standard errors)	ERS	0.364899 (0.384893)
	Mİ	0.510855 (0.540266)
	KO	0.684826 (0.827594)
t-Statistika (t-Statistic)	ERS	4.418416
	Mİ	2.355065
	KO	0.227618
Ehtimal qiyməti (Prob.)	ERS	0.0005
	Mİ	0.0326
	KO	0.8230
Regressiyanın standart səhvi (S.E. of regression)	0.385586	
Qalıqların kvadratları cəmi (Sum squared resid)	2.230144	
Akayk kriterisi (Akaike info criterion)	1.082905	

Qeyd: Mötərizə içərisində modelin Newey-West versiyası standart xətləri

Qiymətləndirmələrdə istifadə olunan dəyişənlərin I (1) olduğu müəyyən olundu. Dəyişənlər arasında uzunmüddətli stabil əlaqəni, başqa sözlə desək, onlar arasında kointeqrasiyanın olub-olmadığını müəyyən etmək üçün qalıqlara vahid köklər testi tətbiq edilmişdir. ADF və KPSS vahid kök testi nəticələri qalıqların stasionar olduğunu göstərir. Qalıqların diaqnostika testi nəticələrinə görə qiymətləndirilən reqressiya modeli Qaus-Markov şərtlərini ödəyir.

Göründüyü kimi, t-statistikasının nəticələrinə görə, ERS və Mİ dəyişənlərinin əmsalları həm statistik, həm də iqtisadi cəhətdən əhəmiyyətlidir ($|t\text{-stat}| > 2$). KO dəyişəninə əmsalı isə statistik cəhətdən əhəmiyyətsiz kimi görünərsə də, iqtisadi cəhətdən əhəmiyyətlidir. Burada, xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, bizim nümunəmizdə kapital açıqlığını ifadə edən KO dəyişəni üzrə indekslərin əldə olunmasında Çin və İto yanaşması əsas götürülmüşdür.

Nəticə və təkliflər

Mandel-Fleminq trilemmasının nəzəri konsepsiyasının və başlıca müddəalarının nəzərdən keçirilməsi, Azərbaycan iqtisadiyyatının trilemma nöqtəyi-nəzərindən təhlil olunması və Azərbaycan üçün hesablanmış trilemma indeksləri arasındakı reqressiya əlaqəsinin ekonometrik modelləşdirilməsi və qiymətləndirilməsi ölkənin trilemma konfigurasiyası barədə aşağıdakı nəticələrə gəlməyə imkan verir:

1. Azərbaycanda kapitalın açıqlıq dərəcəsi 2001-ci ilə qədər o qədər də yüksək deyildi. Bu, əlbəttə ki, müstəqillikdən sonrakı dövrdə ölkədə aparılan qoruyucu iqtisadi

siyasətlə əlaqələndirilə bilər. 2002-2003-cü illərdə bir qədər kapital axınları açıqlığında artım müşahidə olunsada (0,41), 2004-cü ildən yenidən azalma izlənilir (0,16). Təkcə 2008-ci ildə kapital açıqlığı indeksi 0,57 olaraq özünü göstərir. Bu isə həmin il üzrə ölkədə daha sərbəst sərmayə axınlarının olmasından xəbər verir. 2009-cu ildə indeksdə azalma izlənsə də, 2010-cu ildən yenidən artım müşahidə olunur və 0,47 olaraq qarşıya çıxır. Ümumilikdə, Azərbaycan Respublikasında kapital axınlarına kəskin məhdudiyyətlər qoyulmasada, ölkədə müəyyən mənada qoruyucu investisiya siyasəti həyata keçirilir. Əldə olunan nəticələr onu deməyə əsas verir ki, Azərbaycanda kapital axınlarının açıqlıq dərəcəsi orta səviyyədədir və ölkəyə investisiya giriş-çıxışında zaman-zaman müəyyən tənzimləyici xarakterli tədbirlər həyata keçirilir. Bu isə əlbəttə, ölkədə tam sərbəst kapital hərəkətliliyinin olmaması kimi başa düşülə bilər.

2. Trilemma indeksləri arasında uzunmüddətli stabil əlaqənin olub-olmamasını, başqa sözlə desək, onlar arasında kointeqrasiyanın olub-olmadığını müəyyən etmək üçün qalıqlara tətbiq edilən vahid köklər testi nəticəsinə görə dəyişənlərin zaman sıraları kointeqrasiya edir və onlar arasında uzunmüddətli tarazlı əlaqə mövcuddur.

3. Model nəticələrinə görə, Azərbaycan üçün əldə olunmuş valyuta kursu sabilliyi (ERS) və monetar müstəqillik (Mİ) dəyişənlərinin əmsalları həm statistik, həm də iqtisadi cəhətdən əhəmiyyətlidir, kapital açıqlığı (KO) dəyişəninə əmsalı isə statistik cəhətdən əhəmiyyətsiz kimi görünərsə də, iqtisadi cəhətdən əhəmiyyətlidir. Azərbaycan araşdırılan dövr ərzində daha çox sabit valyuta kursuna (ERS) üstünlük verir. Daha sonra ağırlıq monetar müstəqilliyin (Mİ) üzərindədir. Nəhayət, ən az üstün tutulan seçim olaraq kapital açıqlığı (KO) qarşıya çıxır.

4. Azərbaycan üçün qurduğumuz xətti regressiya modelində “goodness of fit” kriterisi kifayət dərəcədə yüksəkdir (determinasiya əmsalı=0.97), hər üç siyasi məqsəd bir-birilə xətti olaraq əlaqədədir və bu qeyri-mümkün üçlü fərziyyəni) dəstəkləyir. Bu da trilemma nəzəriyyəsi ilə uyğunluq təşkil edir və modelin adekvat olduğunu sübut edir.

5. Ümumilikdə belə ifadə edə bilərik ki, Azərbaycan valyuta kursu sabilliyinə tam olaraq, monetar müstəqillik və kapital açıqlığına isə hər birinə orta səviyyədə nail olmaqla öz trilemma konfigurasiyasını bu şəkildə müəyyən etmişdir.

Azərbaycan kiçik iqtisadiyyatlı ölkə olduğu üçün, burada üzən valyuta kursu rejimi altında Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankının monetar siyasətinin müstəqilliyi tam təmin edilməli və ölkədə kapital axınlarına heç bir məhdudiyyət qoyulmamalıdır. Bu, Azərbaycanın ixrac qabiliyyətinin artırılması və dünya iqtisadiyyatına yüksək səviyyədə inteqrasiya etməsi baxımından da məqsədəuyğundur.

Ədəbiyyat

- [1] Aizenman J. The Impossible Trinity – from the Policy Trilemma to the Policy Quadrilemma. March 2011. <http://escholarship.org/uc/item/8cq7g4c9> (27.11.2013)

- [2] Aizenman J., Chinn D.M., İto H. Surfing The Waves of Globalization: Asia and Financial Globalization in the Context of the Trilemma. National Bureau of Economic Research Working Paper Series. April 2010. <http://www.nber.org/papers/w15876> (15.09.2015)
- [3] Aizenmann J., Chinn D.M., İto H. The “Impossible Trinity” Hypothesis in Era of Global Imbalances: Measurement and Testing, November 2008. [http:// web.pdx.edu/~ito/ACI_Trillema_short_Nov29.pdf](http://web.pdx.edu/~ito/ACI_Trillema_short_Nov29.pdf). (27.11.2013)
- [4] Aizenman J., İto H. The “Impossible Trinity”, the International Monetary Framework, and the Pacific Rim. November 2011. [web.pdx.edu/~ito/ handbook_aizenman_ito.pdf](http://web.pdx.edu/~ito/handbook_aizenman_ito.pdf) (25.01.2014)
- [5] Aizenman J., Sengupta R. The Financial Trilemma in China and a Comparative Analysis with India. UCSC and the NBER; IFMR, India. November 2011. http://economics.ucsc.edu/research/downloads/The_Trilemma_in_China.Draft_Nov_Final.pdf (09.10.2015)
- [6] Aizenmann J., Chinn D.M., İto H. Assessing the Emerging Global Financial Architecture: Measuring the trilemma’s Configurations Over Time. Working Paper 14533. National Bureau of Economic Research. December 2008. <http://www.nber.org/papers/w14533> (05.01.2016)
- [7] Borensztein E., Zettelmeyer J., Philippon T. Monetary Independence in Emerging Markets: Does the Exchange Rate Regime Make a Difference? IMF Working Paper No. 01/1. January 2001. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=272255
- [8] Central Bank of the Russian Federation (Bank of Russia), Monetary policy in Russia: Recent challenges and changes. Bank for International Settlements Papers No 78, [http:// www.bis.org/ publ/bppdf/bispap78s.pdf](http://www.bis.org/publ/bppdf/bispap78s.pdf) (28.01.2015)
- [9] Chinn D.M., İto H. What Matters For Financial Development? Capital Controls, Institutions and Interactions. NBER, Working Paper 11370. May 2005. Journal of Development Economics , Volume 81, Issue 1, pp. 163-192 (October). <http://web.pdx.edu/~ito/w11370.pdf>
- [10] Chinn D.M., İto H. A New Measure of Financial Openness. May 2007. Journal of Comparative Policy Analysis, Volume 10, Issue 3, pp. 309 – 322 (September). [http://web.pdx.edu/~ito/ kaopen_Chinn-Ito_hi0523.pdf](http://web.pdx.edu/~ito/kaopen_Chinn-Ito_hi0523.pdf)
- [11] Craigwell R., Greenidge K., Maynard T. Exchange rate regimes and monetary autonomy: Empirical evidence from selected Caribbean countries. Research Department, Central Bank of Barbados 2009. MPRA Paper No. 33437. [https://mpa.ub.uni-muenchen.de/33437/1/ MPRA_paper_33437.pdf](https://mpa.ub.uni-muenchen.de/33437/1/MPRA_paper_33437.pdf)
- [12] Frankel J., Schmukler L.S., Serven L. Global Transmission of Interest Rates: Monetary Independence and Currency Regime. NBER, Kennedy School of

- Government, Harvard University and World Bank. October 2002. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.13.5002&rep=rep1&type=pdf> (08.02.2016)
- [13] Forssbaeck J., Oxelheim L. On the Link between Exchange Rate Regimes and Monetary Policy Autonomy: The European Experience. The Research Institute of Industrial Economics. Working Paper No. 637, 2005. <http://www.ifn.se/Wfiles/wp/WP637.pdf>
- [14] Grier B.K., Hernandez-Trillo F. The real exchange rate process and its real effects: the cases of Mexico and the USA. July 2002. <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/43637/2/grier.pdf> (01.02.2015)
- [15] Hsing Y. Test of the Impossible Trinity Hypothesis for Five Selected Countries in the Asian and Pacific Regions. Economics Bulletin. Volume 32, Issue 1, February 2012. pp. 616-623. <http://www.accessecon.com/Pubs/EB/2012/Volume32/EB-12-V32-I1-P57.pdf> (27.11.2013)
- [16] Kamar B., Bakardzhieva D. Economic trilemma and exchange rate management in Egypt. December 2003. http://www.erf.org.eg/CMS/uploads/pdf/1184758981_Bassem_Kamar.pdf (05.02.2015)
- [17] Lane P.R., Milesi-Ferretti G.M. The External Wealth of Nations Mark II: Revised and Extended Estimates of Foreign Assets and Liabilities, 1970-2004. IMF and CEPR, 2006. <http://www.tcd.ie/iis/documents/discussion/pdfs/iisdp126.pdf>
- [18] Mankiw N.G. The Trilemma of International Finance. New York Times, July 1, 2010. <http://www.nytimes.com/2010/07/11/business/economy/11view.html>.
- [19] Mitchell T., Bynoe R. Exchange rate regimes, capital mobility and the probability of monetary independence in the Caribbean. 29th Annual Review Seminar. Research Department. Central Bank of Barbados. July 2008. <http://www.centralbank.org.bb/webcbb.nsf/WorkingPapers/.pdf> (18.12.2013)
- [20] Mojon B. Monetary Policy under a Fixed Exchange Rate Regime: the case of France 1987-1996. CEPII document de travail. December 1998. <http://docplayer.net/11305133-No-1998-14-december-monetary-policy-under-a-fixed-exchange-rate-regime-the-case-of-france-1987-1996-benoit-mojon.html> (28.03.2016)
- [21] Mundell, R.A. 1963. Capital Mobility and Stabilization Policy under Fixed and Flexible Exchange Rates. Canadian Journal of Economic and Political Science. 29 (4). pp. 475–85.
- [22] Obstfeld M., Shambaugh C.J., Taylor M.A. The Trilemma in History: Tradeoffs among Exchange Rates, Monetary Policies and Capital Mobility. NBER Working Paper 10396. March 2004. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.198.7992&rep=rep1&type=pdf> (21.01.2014)

- [23] Ramanathan S., Teng K. Emerging Asia's Version of the Mundell-Fleming Model, Modern Economy, 4, pp. 596-599, September 2013,. <http://www.scirp.org/journal/PaperInformation.aspx?PaperID=36630#> (09.12.2013)
- [24] Svensson L. Why Exchange Rate Bands? Monetary Independence in spite of Fixed Exchange Rates. NBER Working Paper No. 4207. November 1992. <http://www.nber.org/papers/w4207.pdf>
- [25] Shambaugh C.J. The effect of Fixed Exchange Rates on Monetary Policy, Quarterly Journal of Economics. February 2004. <http://www.federalreserve.gov/events/conferences/irfmp2003/pdf/Shambaugh.pdf> (01.04.2016)

QIYMƏT MEXANİZMİNƏ TƏSİR EDƏN AMİLLƏRİN TƏHLİLİ VƏ İNFLYASIYANIN TƏNZİMLƏNMƏSİ

F.N. Həmidli

maqistr, UNEC

Mobil: (+994 55) 797-44-63

E-mail: hemidli.ferqane@yandex.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 05 yanvar 2017; Çapa qəbul edilmişdir 28 mart

2017; online-da çap edilmişdir 03 aprel 2017

Received 05 January 2017; accepted 28 March 2017; published online 03 October 2016

Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi Azərbaycan Respublikasında inflyasiyanın tənzimlənməsinin formalaşması və inkişafı ilə əlaqədar baş verən proseslərin araşdırılması, mövcud vəziyyətin təhlil edilməsi, bu sistemin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində təklif və tövsiyələr verməkdən ibarətdir. Bu məqsədlə məqalədə qiymətə təsir göstərən amillər, dövlətin qiymətlərə təsiri, vergi strategiyası, inflyasiyanı yaradan səbəblər, inflyasiya tempi, müasir inflyasiyanın xüsusiyyətləri və inflyasiyanın tənzimlənməsi tədqiq edilmişdir. Tədqiqat işi elmi abstraksiya və sistemli təhlil, məntiqi ümumiləşdirmə kimi tədqiqat üsulları əsasında yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatın nəticəsi olaraq respublikamızda qiymət mexanizminə təsir edən amillər təhlil edilmiş və inflyasiyanın tənzimlənməsi sisteminin mövcud vəziyyəti araşdırılmış, təhlillər aparılmışdır. Tədqiqatın məhdudiyyətləri: daha geniş praktik informasiya tələb edir. Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti: tədqiqatın nəticələri bu sahədə tədqiqat aparən və çalışan mütəxəssislərin elmi və əməli biliklərinin zənginləşdirilməsində müsbət rol oynaya bilər.

Açar sözlər: qiymətə təsir göstərən amillər, dövlətin qiymətlərə təsiri, vergi strategiyası, inflyasiyanı yaradan səbəblər, inflyasiya tempi.

JEL Classification Codes: E31, P24.

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING PRICE MECHANISM AND REGULATION OF INFLATION

Abstract

The main goal of research is to examine the processes related to regulation, formation and development of inflation in the Republic of Azerbaijan, to analyze current condition, and to give suggestions and recommendations for improvement of this system. For this purpose, this article investigated the factors influencing prices, effect of state on prices, reasons making inflation, inflation temp, and characteristics of

modern inflation and regulation of inflation. The research was carried out on the basis of research methods known as scientific abstraction and systematic analysis, logical generalization. As a result of the research, the factors influencing price mechanism and regulation of inflation in our Republic was investigated and analysis was conducted. Research restrictions: it requires wider practical information. Practical importance of the research: it can play positive role in improvement of scientific and practical knowledge of researchers and specialists.

Key words: factors influencing prices, effect of state on prices, tax strategy, reasons making inflation, inflation temp.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА МЕХАНИЗМ ЦЕН И РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФЛЯЦИИ

Резюме

Основной целью исследования является изучение происходящих процессов, связанных с формированием и развитием регулирования инфляции в Азербайджанской Республике, анализ существующей ситуации, выработка предложений и советов в направлении усовершенствования данной системы. С этой целью в данной статье были изучены факторы, влияющие на цены, влияние государства на цены, государственная стратегия, причины, создающие инфляцию, темп инфляции, особенности современной инфляции и регулирование инфляции. Исследовательская работа была проведена с помощью таких способов исследования, как научная абстракция и системный анализ, логическое обобщение. В результате исследования был проведен анализ факторов, влияющих на механизм цен, выявлена существующая ситуация в системе регулирования инфляции, был проведен анализ. Ограничения исследования: требует большей практической информации. Практическая значимость исследования: может сыграть положительную роль в обогащении научных и практических знаний специалистов, работающих в данной сфере.

Ключевые слова: факторы влияющие на цены, влияние государства на цены, налоговая стратегия, причины создающие инфляцию, темп инфляции.

Bildiyimiz kimi, qiymətlər dəyişməz qala bilməz. Qiymətlər vaxtaşırı olaraq qalxır və enir. Bu işə qiymətə təsir göstərən amillərlə bağlıdır. Qiymətlərin səviyyəsinin həddən artıq qalxmaması üçün dövlət iqtisadi metodlar vasitəsilə ona təsir göstərir. Qiymətlərin səviyyə və strukturunda mənfəət, ƏDV, aksiz vergiləri mühüm rola malikdir. Dövlət bu vergilərin səviyyəsini dəyişməklə, qiymətlərin səviyyəsinə təsir

göstərir. Belə ki, mənfəət qiymətin bir hissəsidir və mənfəətdən vergi mənfəətə görə müəyyən olunur. ƏDV isə satış qiymətinə görə müəyyən olunur. Bu cür tənzimləmə qiyməti əmələ gətirən amillərlə bağlı olur.

Ümumiyyətlə, vergilərin dövlətin iqtisadi inkişafına mərkəzləşdirilmiş təsir alətlərindən biri kimi istifadə edilməsi uzun bir tarixə malikdir. Lakin uzun müddət ərzində vergilərə iqtisadi siyasətin çevik aləti kimi deyil, yalnız dövlət büdcəsini formalaşdıran mənbələrdən biri kimi baxılmışdır. Müasir şəraitdə isə vergilərin funksiyalarını yalnız fiskal məqsədlər, yəni vergiləri yalnız dövlət büdcəsinin gəlir hissəsini formalaşdırmaq imkanı baxımından məhdudlaşdırmaq olmaz. Vergi siyasətinin formalaşması mütləq konkret tarixi şərait, o cümlədən sosial-iqtisadi inkişafın hər mərhələsini, daxili və xarici şəraitin xüsusiyyətlərini, dövlətin real iqtisadi və maliyyə imkanlarını nəzərə almalıdır. Nəzərdə tutulmuş xərclərin və maliyyə ehtiyatları həcmnin bir-birindən asılı olması, sadəcə olaraq, maliyyə ehtiyatlığının sübutu olmalı və təsərrüfatın bütün mərhələlərində eyni dərəcədə saxlanılmalıdır. Əks halda dövlət büdcəsinin kəsiri və dövlət borcları artar, inflyasiya baş verə bilər.

Belə ki, düzgün seçilmiş vergi strategiyası vasitəsilə dövlət təkrar istehsal prosesini tənzimləyər və iqtisadi böhranların təsirini yumşalda bilər. İqtisadi sistemdə avtomatik sabitləşdirici rolunu oynayan proqressiv xarakterli inflyasiya nəticəsində gəlirlər artdıqda, dövlət həmişə vergi təzyiqini avtomatik olaraq gücləndirir və durğunluq dövründə onu zəiflədir.

İnflyasiya mürəkkəb sosial-iqtisadi hadisədir. İqtisadi təzahür kimi inflyasiya uzun müddətdir ki, mövcuddur. Belə hesab edilir ki, inflyasiya pul meydana gələndən yaranmışdır və onun fəaliyyəti ilə qırılmaz bağlıdır. Lakin əvvəllər inflyasiya adətən fəvqəladə şəraitlərdə baş verirdisə (məsələn, müharibə vaxtı dövlət hərbi xərcləri maliyyələşdirmək üçün böyük məbləğdə kağız pul buraxırdı), axırncı 2-3 onillikdə bir çox ölkələrdə o, xroniki vəziyyət alıb. Mal dövriyyəsinin təmin etmək üçün zəruri pul vəsaitinin miqdarı əsasən müəyyən dövrdə satılmalı malların həcmindən və qiymətindən asılıdır. Nə qədər çox mal olsa, onların realizəsi bir o qədər çox pul vahidi tələb edir.

Dövriyyədə pul vəsaitinin miqdarı daha sonra hər bir pul vahidinin dövretmə sürətindən asılıdır. Bu onunla əlaqədardır ki, eyni pul məbləği az-çox alqı-satqı əməliyyatlarına xidmət edə bilər.

Dövriyyədə olan pul vahidləri məbləğinin mal məbləğindən üstün olması və bunun nəticəsində pul dövriyyəsinin sürətinin aşağı düşməsi inflyasiyaya səbəb olur.

Belə desək, inflyasiya ümumi qiymət səviyyəsinin qalxmasıdır. Əlbəttə, bu o demək deyil ki, bütün qiymətlər qalxmaldır. Hətta qısa bir zamanda sürətli inflyasiya bəzi qiymətlər nisbətən sabit qala, digəriləri isə düşə bilər. Problem ondadır ki,

qiymətlər qeyri-mütənasib tendensiyaya malikdirlər. Bəziləri sürüşür, digəriləri müəyyən sürətlə qalxır, bir qismi isə dəyişmir.

İnflyasiya pulla bağlı bir haldır, lakin o tək pulun qiymətdən düşməsi ilə məhdudlaşmır. O, iqtisadiyyatın bütün sahələrinə daxil olur və onları dağıdır. İnflyasiyadan ölkə, istehsalat, maliyyə bazarı, daha çox isə xalq zərər çəkir.

İnflyasiyanın ölçülməsi, miqdarca qiymətləndirilməsi vacibdir. İnflyasiyanın ölçülməsi və ortaya çıxarılan rəqəm iqtisadiyyatın ümumi mənzərəsini əks etdirir. İnflyasiyanın mövcudluğunu və səviyyəsini ÜDM-in deflyator, istehlakçı və istehsalçı qiymətləri indeksi və s. üsullarla ölçürlər.

İnflyasiyanın qiymət indeksi vasitəsilə ölçülməsinə nəzər salaq. Qiymətlər indeksi onların ümumi səviyyəsinin nisbətini təyin edir.

Müəyyən il üçün inflyasiya tempi aşağıdakı kimi hesablanır. Həmin ilin qiymətlər indeksindən ötən ilin qiymətlər indeksi çıxılır, onların fərqi ötən ilin qiymətlər indeksinə bölünür və sonra 100%-ə vurulur.

$$\text{inflyasiya tempi} = \frac{\text{cari ilin qiymətlər indeksi} - \text{öttən ilin qiymətlər indeksi}}{\text{ötən ilin qiymətlər indeksi}} * 100\%$$

Umumiyyətlə inflyasiyanın aşağıdakı növləri var:

1. Qiymətlərin artım sürətinə görə;
2. Qiymətlərin tarazlıq səviyyəsinə görə;
3. Xarakterinə görə.

Qiymətlərin artım sürətindən asılı olaraq inflyasiyanın üç növü var:

1. Mülayim (sürünən) inflyasiya;
2. Sürətli (dördnala çapan) inflyasiya;
3. İfrat (hiper) inflyasiya.

İl ərzində qiymətlər 10-20 % -dən çox artmırsa, bu cür inflyasiya mülayim və ya sürünən inflyasiya adlandırılır. Bəzi iqtisadi cərəyanlarda belə inflyasiyanı iqtisadi inkişaf üçün faydalı hesab edirlər. Bu halda, pulun izafi dəyəri saxlanılır. İnkişaf etmiş ölkələrin əksəriyyəti üçün bu növ inflyasiya xasdır. Mülayim inflyasiya müəyyən dərəcədə iqtisadiyyatı hərəkətə gətirir, onu stimullaşdırır, çünki əhali qiymətlərin artımını gözlədikdə, onlar daha çox məhsul və xidmətlərdən istifadə etməyə çalışır, nəticədə istehsalçılar təklifi artırır, bazarda bolluq yaranır. Bu, sahibkarlıq fəaliyyətini stimullaşdırır.

İl ərzində qiymətlər 20%-dən 200%-ə qədər artarsa, ölkədə sürətli inflyasiya yaranacaqdır. Belə inflyasiya iqtisadiyyatda ciddi gərginlik yaradır, ən azından ölkənin

maliyyə kredit sahəsinə ciddi təsir göstərir, ölkəyə investisiya qoyuluşu azalır. Sürətli inflyasiyada kağız pul qiymətdən düşür, istehlak şeylərinin, xidmətlərin dəyəri əhalinin pul gəlirlərini qabaqlayır. Latin Amerikası, Cənubi Asiya, Azərbaycan bu inflyasiyaya məruz qalmışlar.

İl ərzində qiymətlər 200%-dən artıq artarsa, ölkədə ifrat (hiper) inflyasiya meydana çıxır. Bu inflyasiya zamanı qiymətlər faizlə yox, dəfələrlə artır. Pulun alıcılıq qabiliyyəti, demək olar ki, yox olur. Əhali ticarət əməliyyatlarını barter üsulu ilə həyata keçirir. İstehsal təşkil oluna bilmir, kəskin aşağı düşür, təklif azalır.

Hiperinflyasiya zamanı bank sistemi dağılır, bazar mexanizmini, sahibkarlığı "iflic" edir. Hiperinflyasiya gözlənilmədiyi zaman biznesdə təlaş yaranır.

Qiymətlərin tarazlıq səviyyəsinə görə, inflyasiyanın iki növü var: tarazlaşdırılmış və tarazlaşdırılmamış.

Tarazlaşdırılmış inflyasiya zamanı müxtəlif əmtəə qruplarının qiymətləri bir-birinə nisbətən sabit qalır. Tarazlaşdırılmış inflyasiya sahibkarlıq fəaliyyəti üçün bir o qədər qorxulu deyil. Bu zaman yalnız vaxtaşırı olaraq əmtəələrin qiymətini qaldırmaq lazım gəlir.

Tarazlaşdırılmamış inflyasiya şəraitində isə müxtəlif əmtəələrin qiyməti bir-birinə nisbətən və həm də müxtəlif proporsiyalarda daim dəyişir. Tarazlaşdırılmış inflyasiya isə sahibkarlıq fəaliyyəti üçün əsl bələdir. Belə şəraitdə kapital qoyuluşu üçün sərfəli sferanı tapmaq, bu məqsədlə gəlirlilik baxımından ən əlverişli variantları müəyyən etmək mümkün deyil.

Monetarist iqtisadçılar, xarakterinə görə, inflyasiyanı 2 yerə bölmüşlər:

- gözlənilən;
- qəfil.

Gözlənilən inflyasiya müəyyən dövr üçün əvvəlcədən proqnozlaşdırılır, müəyyən olunur. Belə inflyasiya zamanı banklar kreditlərin faizini artırır, istehsalçılar öz əmtəə və xidmətlərinin qiymətini qaldırır. Bir sözlə, gözlənilən inflyasiyanın iqtisadiyyata ciddi zərəri gözlənilmir. Qəfil inflyasiya anı anda baş verir. Birdən-birə qiymətlərdə sıçrayış baş verir. Hətta 10%-lik inflyasiya belə, iqtisadi vəziyyəti əhəmiyyətli dərəcədə pisləşdirir. Pul sisteminə və vergi sisteminə mənfi təsir göstərir.

Təklif və tələbin qeyri-tarazlıq formasından asılı olaraq, inflyasiya açıq və qapalı tiplərə bölünür. Açıq inflyasiya sərbəst qiymətqoyma sistemi olan iqtisadiyyat üçün xarakterikdir və mal və xidmətlərin xroniki qiymət artımını özündə əks etdirir.

Rəqabətli bazar şəraitinin hökm sürdüyü ölkələrdə açıq inflyasiya gedir. Bu şəraitdə qiymətlər qeyri-bərabər sürətdə yüksəlir, iqtisadiyyatda tarazlıq pozulur. Belə olmasına baxmayaraq, bazar mexanizminin fəaliyyət prinsipi pozulmur. Belə ki, tələb və təklif arasında istər-istəməz tarazlığın yaranması bazar mühitini normallaşdırır. Əmtəə və xidmətlərin qiymətinin yüksəlməsi iqtisadiyyata əlavə

sərmayə qoyuluşuna gətirib çıxarır. Bu isə istehsalın artmasına və təklifin artmasına, qiymətlərin normal hala düşməsinə gətirib çıxarır. Açıq inflyasiya bazar iqtisadiyyatı ölkələri üçün xarakterikdir.

İstehsalçıların psixologiyasının deformasiyasına əsaslanan uyğunlaşmış inflyasiya gözlənilməsi mexanizmi qiymət artımını müşahidə edərək, istehlakçılar malların nə qədər bahalaşmasını qabaqcadan duymaq istəyirlər və əmanət yığımının zərərinə cari tələbatı artırırırlar. Bu öz növbəsində kredit resurslarının həcmi aşağı salır, kapital qoyuluşunun, istehsalın və təkliflərin azalmasına səbəb olur.

Qapalı (gizli) inflyasiya tipi tənzimlənən qiymət, tənzimlənən əməkhaqqı iqtisadiyyatı üçün xarakterikdir və mal çatışmamazlığında, məhsulların keyfiyyətinin pisləşməsində, məcburən pul yığılmasında, kölgə iqtisadiyyatında və barter sövdələşmələrində aşkar olunur. Qapalı inflyasiya dövlət tərəfindən malın qiymətinin tələb və təklif tarazlığı qiymətindən aşağı səviyyədə saxlanması nəticəsində əmələ gəlir. Bu zaman pul ümumi alıcı vasitəsi, mal və xidmətlərin bölünməsi ölçüsü vasitəsi kimi rolunu itirir. Inflyasiyanın bu növü çox təhlükəlidir, çünki bazar iqtisadiyyatının dağılmasına aparır.

Inflyasiya dünyanın əksər ölkələrində iqtisadiyyatın müasir inkişafının ən kəskin problemlərindən biridir. Əgər inflyasiya əvvəllər əsasən fəvqəladə şəraitdə əmələ gəlirdisə, hazırda əksər ölkələrdə o, xroniki hal almışdır.

Nəzəri cəhətdən inflyasiya ümumi tələb və ümumi təklif arasında olan disbalansdır. D. Keynsin davamçıları öz nəzəriyyələrində inflyasiyanın başlanmasını tam məşğulluq şəraitində həddən artıq tələblə, ancaq neoklassiklər, əksinə, istehsalat xərclərini, yəni təklifin artması ilə izah edirlər. Deməli, iki alternativ konsepsiya ayrılır: tələb inflyasiyası və xərclərin inflyasiyası.

Xərclərin inflyasiyası istehsalat xərclərinin artması nəticəsində qiymətlərin artması deməkdir. Xərclərin qalxmasına səbəb dövlət, həmkarlar ittifaqları və firmalardır. Məsələn, iri həmkarlar ittifaqı xərclərin müəyyən hissəsini təşkil edən əməkhaqqının böyük həcmdə artırılmasını tələb edir və nail olurlar. Onlar həmçinin həmkarlar ittifaqının üzvü olmayan fəhlələrin də əməkhaqqının yeni standartlarını müəyyən etmiş olurlar. Əgər bütün ölkə miqyasında əməkhaqqının artması hər hansı bir əks-təsir amili ilə (məsələn, bir saatda buraxılmış məhsul həcmi artması) tarazlaşdırılmırsa, onda məhsul vahidinin istehsalına xərclər artır. İstehsalçılar belə hallarda bazara çıxarılan mal və xidmət istehsalatının ixtisarı ilə cavab verirlər. Dəyişməz tələbat şəraitində təkliflərin bu cür azalması qiymətlərin səviyyəsinin artmasına gətirir. Beləliklə, əməkhaqqının artması qiymətlərin artmasına, qiymətlərin artması isə əməkhaqqının artmasına səbəb olur və s. “Qiymət - əməkhaqqı” spirali əmələ gəlir. Spiralın ikinci nöqtəsini dövlət büdcəsinin xərcləri təşkil edir. Sabitləşdirici proqramlar çərçivəsində hökumət öz xərclərinin azaldılmasına getmə-

yə məcburdur və bununla son tələbatı azaldır. Bu isə öz növbəsində istehsalatın daha da azaldılmasına və sonrakı vergi daxilolmalarının azaldılmasına gətirib çıxarır. Spiralın üçüncü nöqtəsini monopolist firmalar tərəfindən bazarda qiymətlərin kəskin aşağı salınması yolu ilə kiçik istehsalçıların bazardan sıxışdırılıb çıxarılması təşkil edir. Sonra isə onlar bazarda nisbətən yüksək qiymətlər dikte edir ki, bu da inflyasiyanın bir mənbəyidir. Spiralın ilkin nöqtəsi dövlətin qiymətqoyma üsulları, iqtisadi və maliyyə siyasəti, xammal qiymətinin artması, həmkarlar ittifaqının fəaliyyəti ola bilər. Bunun nəticəsində malın miqdarına nisbətən pul vəsaitinin artıqlığı əmələ gəlir, qiymətlər qalxır. İstehsalat sferasında tam məşğulluğun olduğu belə şəraitdə istehsalçıların artmış tələbata vaxtında reaksiya verə bilməməsi ümumi qiymət səviyyəsinin artmasında özünü göstərir.

Tələb inflyasiyası Keynsçi analizin məhsuludur. Belə ki, tam məşğulluq şəraitində olan iqtisadiyyatda məcmu tələbdəki artım bir çox əmtəə bazarında əmtəələrə olan tələbin artmasına səbəb olacaq və qiymətlər qalxacaq, yəni tələb inflyasiyası o zaman meydana gəlir ki, pul gəlirləri məhsul və xidmətlərdən artıq olsun.

Əksər iqtisadçılar belə hesab edirlər ki, xərclərin artması ilə şərtləndirilən inflyasiya və tələbin inflyasiyası bir birindən daha vacib şəkildə fərqlənilir. Tələbin inflyasiyası ümumi xərclərin hədsiz mövcud olduğu vaxta qədər davam edir. Xərclərin artması ilə şərtləndirilən inflyasiya avtomatik özü-özünü məhdudlaşdırır, yəni yavaş-yavaş yoxa çıxır, ya da ki, yavaş-yavaş azalır. Belə hal onunla izah olunur ki, təklifin azalmasına görə məhsulun həqiqi həcmi və məşğulluq aşağı düşür və bu xərclər gələcək artımı məhdudlaşdırır. Xərclərin artması ilə şərtləndirilən inflyasiya istehsalın azalmasına gətirir, istehsalın azalması isə öz növbəsində xərclərin əlavə artımının qarşısını alır. İqtisadiyyatın inflyasiya krizisinə keçməməsi üçün:

- dövlət büdcəsi daim tarazlıq vəziyyətində olmalıdır;
- Mərkəzi bank ideal siyasət aparmalıdır;
- dövlət gəlirlərin bölüşdürülməsinə qarışmamalıdır;

Hər ölkənin özündə inflyasiya vaxtı milli xüsusiyyətləri mövcud olur. Bunu ölkələrin milli inflyasiyası adlandırmaq olar. Məsələn ABŞ-da (xüsusilə keçən əsrin 60-70 ci illərində) inflyasiya pul, pul dövriyyəsi amili ilə şərtlənmişdir. ABŞ-də ərzaq, elektrik enerjisi, mənzil, nəqliyyat, tibbi xidmətlər, enerji resursları, xammal materialları və s. qiymətləri qalxdığına görə, bu həm əhəlinin sosial vəziyyətinə, həm də orta və xırda sahibkarlığın inkişafına mənfi təsir etmişdir. Amerika iqtisadçısı Q.Minz göstərirdi ki, hələ 50-60-cı illərdə ABŞ-də qiymət artımının $\frac{3}{4}$ hissəsi iri inhisarların qiymətləri süni şəkildə qaldırması ilə əlaqədar olmuşdur.

Müasir inflyasiyanın fərqləndirici xüsusiyyətləri var: əgər əvvəllər lokal xarakter daşıyırdısa, indi o, bütün sahələrə daxildir. Əgər əvvəllər uzunmüddətli və qısa müddətli, ya da periodik idisə, indi xroniki hal almış və istehsalda daimi faktordur.

İnflyasiyanın neqativ sosial, iqtisadi nəticələri vardır. Bu, özünü aşağıdakı istiqamətlərdə göstərir:

1. Qiymət əmələ gəlməsinin bazar mexanizmlərinin, tələb strukturunun, iqtisadi subyektlər arasında əlaqələrin deformasiyaya uğraması;
2. Pul gəlirlərinin azalması, qiymətdən düşməsi;
3. Pul-kredit sisteminin pozulması, kredit verməyə kreditorun marağının azalması;
4. İnvestisiyaya mənfi təsir göstərməsi (kapitalın istehsaldan ticarətə meyl etməsi, uzunmüddətli sərmayə qoyuluşunda risklərin çoxalması);
5. Dövlət mailiyyəsinə təsiri (büdcə kəsirinin pul kütləsi artırılmaqla qapanması, xərclərin qiymətdən düşməsi);
6. Xarici iqtisadi əlaqələrə (tədiyə balansına, milli valyutanın qiymətdən düşməsinə, xarici borcların ödənilməsinə);
7. Aztəminatlı əhaliyə mənfi təsiri.

İnflyasiyanın əmələ gəlmə səbəbləri həm daxili, həm də xarici ola bilər. Xarici səbəblərə əsasən xarici ticarətdən mədaxilin azalması, xarici ticarət və ödəniş balansının mənfi saldosu aid edilir. Daxili səbəblərə ölkə, hökumət daxilində inflyasiyaya səbəb olan prosesləri aid etmək olar.

İnflyasiyanı yaradan səbəbləri müəyyən etmək ən vacib məsələdir. İnflyasiyanı yaradan səbəblərə konkret olaraq aşağıdakılar aiddir:

- iqtisadiyyatın hərbiləşdirilməsi;
- azad rəqabətin inhisarla əvəz olunması;
- gəlirlərin yenidən bölgüsü;
- pul krediti və vergi sahəsində düzgün olmayan siyasətin aparılması;
- büdcə kəsirinin mövcudluğu;
- pul tədavülü qanununa əməl olunmaması;
- sərmayə qoyuluşunun həcmi;
- əməkhaqqının əmək məhsuldarlığına nisbətən üstün artması;
- xarici iqtisadi amillər.

İndi isə bu səbəblərdən doğan inflyasiyanın necə tənzimlənməsini müəyyənləşdirək. Ümumiyyətlə, antiinflyasiya siyasətinə əsas üç yanaşma var.

Birinciyə aktiv büdcə siyasəti (müasir keynsçilər) – dövlət gəlirləri və vergidən istifadə edərək alıcılıq qabiliyyətli tələbə təsir etmək: dövlət öz xərcini azaldır və vergini artırır. Lakin eyni vaxtda investisiyanın və istehsalın aşağı düşməsi baş verə bilər və bu da qarşıya qoyulan məqsədin əksinə gətirib çıxara bilər. Büdcə siyasəti həmçinin tələb aşağı olduqda, onun genişləndirilməsi üçün də həyata keçirilir. Tələbin kifayət qədər olmadığı halda, dövlət kapital qoyuluşu proqramları və digər xərclərin (hətta büdcə kəsiri olduqda, vergilərin azaldılmasını həyata keçirir. Düşünülür ki, bu yolla istehlak mallarına və xidmətlərə tələbat artır. Lakin tələbin büdcə yolu

ilə stimullaşdırılması 60-70-ci illərdə göstərdi ki, o, inflyasiyanı gücləndirə bilər. Özü də ki, böyük büdcə kəsiri dövlətin xərc və vergilərinin bacarıqla istifadəsini məhdudlaşdırır.

İqtisadi nəzəriyyədə ikinci yanaşma - monetarizm tərəfdarlarıdır. Onlar, ilk öncə ön plana pul-kredit siyasətini çəkirlər və iqtisadi hadisəyə dolayısı təsir edirlər. Bu cür tənzimləmə mərkəzi bank tərəfindən həyata keçirilir. Bu yanaşmanın tərəfdarları düşünürlər ki, dövlət alıcılıq qabiliyyətli tələbatı məhdudlaşdırmaq üçün defilyasiya tədbirləri həyata keçirməlidir, çünki iqtisadi artımın stimullaşdırılması süni yolla məşğulluğun həqiqi səviyyəsinin aşağı salınması inflyasiya üzərində nəzarətin itirilməsinə gətirib çıxarır.

Üçüncü yanaşma – bir çox ölkələrin rəhbərliyi 60-cı illərdən başlayaraq nəzarətdən çıxmış inflyasiyanın qarşısını almağa cəhd göstərərək, əsas məqsəd əməkhaqqının məhdudlaşdırılması siyasətidir. Belə ki, bu siyasət bazar strategiyalı yox, inzibati mübarizə yolu olduğundan, o, həmişə qarşıya qoyulan məqsədə çatmır. Inflyasiya ilə mübarizə metodları birbaşa və dolayısı ola bilər.

Dolayısı metodlar:

1. Ümumi pul kütləsinin Mərkəzi Bank tərəfindən tənzimlənməsi;
2. Kommersiya banklarının ssuda və hesabatlarının Mərkəzi Bank tərəfindən tənzimlənməsi;
3. Kommersiya banklarının əsas ehtiyatları Mərkəzi Bankın açıq qiymətli kağızlar bazarında hərəkəti.

Birbaşa metodlar:

1. Dövlət tərəfindən birbaşa kreditlərin və pul kütləsinin tənzimlənməsi;
2. Dövlət qiymət tənzimlənməsi;
3. Əməkhaqqının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi;
4. Dövlət tərəfindən daxili ticarət, idxal və ixrac kapitalının və valyuta kursunun tənzimlənməsi.

İnflyasiyanın sürətini salmaq təsərrüfatda pul və mal kütləsi arasında fərqi azaltmaq deməkdir. Bunun üçün iqtisadiyyatı tarazlaşdıran bütün metodlar uyğun gəlir. Əsas tədbirlərə aşağıdakılar daxildir:

1. Ölkədə ərzaq bolluğu yaratmaq;
2. Xalq təsərrüfatı sahələrinin pozulmuş investisiya sahələrini bərpa etmək;
3. Müəssisələrarası alqı-satqı münasibətlərini nizama salmaq;
4. Böhran vaxtı mərkəzləşdirilmiş bank sistemi təşkil etmək.

İstehlak bazarını stabilləşdirmək məqsədəuyğundur. Kiçik biznesin istehsal və xidmət sferalarında inkişafını stimullaşdıran sistem yaratmaq, istehsal sahələrinin və dəzgahların icarəsinə (ardınca almaq imkanı olmaqla) dövlət krediti və lizinq kredi-

tinin verilməsi. Kiçik müəssisələrin ilk 3-5 il fəaliyyətinin sığortalıması öhdəliyi (müflisləşmə riski xeyli çoxdur).

Böhran baş verən zaman daxili bazarın və şəxsi ixrac fəaliyyətinə ciddi nəzarət olunması üçün dövlət tərəfindən müdafiə üçün səmərəli siyasət yeridilməlidir. Bütün ixrac əməliyyatları dövlət tərəfindən idarə olunan bir neçə iri firmalar və sindikatlar tərəfindən komissiya vergilər üzərində ixrac əməliyyatları yerinə yetirilməlidir. Inflyasiyanın qarşısının hər hansı bir təşkil edilmiş tədbir vasitəsilə alınması çox çətinidir. Bu məqsədlə iqtisadiyyatda baş verən disproporsiyaların aradan qaldırılması üçün struktur islahatlar keçirilməlidir.

İnflyasiya monetar və yaxud struktur xarakter daşıya bilər. Dövlət büdcəsinin defisiti və mal göndərənlərlə istehsalçıların inhisarları inflyasiyanı stimullaşdırır. Ona görə də inflyasiya prosesi ilə mübarizə metodları adətən kompleks xarakter daşıyır.

İndi isə Azərbaycanda inflyasiyanın tənzimlənməsi probleminə nəzər salaq. Azərbaycanda 1994-cü il iqtisad tarixində hiperinflyasiya ili kimi qiymətləndirilir. O dövrdə dövlət yaxınlaşan inflyasiyanın qarşısını ala bilmədi. O, istehsalın aşağı düşməsilə böyüməyə başladı. Emissiyaların böyüməsi, kommersiya banklarının həddən artıq qarşısızalmaz kreditləri (kredit inflyasiyası), ölkənin pul vahidinin və bank sisteminin sıradan çıxması hiperinflyasiyaya gətirib çıxartdı. Yalnız bir il ərzində istehlak mallarının qiyməti təqribən 20 dəfə artdı.

Ona görə də 1994-cü ilin axırında Milli Bankın təklifini nəzərə alaraq, Azərbaycan dövlətinin rəhbərliyi 1995-ci ildən bu sahədə antiinflyasiya, yəni öz mahiyyətinə görə, pul-kredit siyasətinin yerinə yetirilməsinə başladı. Bu siyasətin mahiyyəti tədaviüldə olan pul kütləsinin ümumi həcmnin azalması; mərkəzləşdirilmiş kredit resurslarının, bir tərəfdən həcmnin azalması (faktiki 0-ra enməsi), digər tərəfdən hesabat dərəcəsinin qalxması hesabına tələbin azalması, valyuta bazarında kredit emissiyası sahəsində nizamsızlığın aradan qaldırılmasında aktiv tədbirlərin həyata keçirilməsidir. Bu siyasət özünün tezliklə müsbət nəticəsini göstərməyə başladı və 1995-ci ilin baharında manat özünü möhkəmləndirdi və ilin ortasında nizamlanaraq milli pul vahidinə çevrilib, hamı tərəfindən qəbul olunan reallığı aldı. 1995-ci ildə manatın valyutaya qarşı qiymətdən düşməsi (ilk növbədə dollara qarşı kəskin azalaraq) il ərzində cəmi 3-4% təşkil etmişdir. Bir tərəfdən manatın dollara görə qiymətinin aşağı düşməsi özünü büruzə verirdi, digər tərəfdən əmtəəyə qarşı ucuzlaşması 1996-1998-ci illərdə Azərbaycanın rəhbərliyi və Milli Bank tərəfindən heç bir dəyişikliyə səbəb olmadan aparılan pul-maliyyə siyasəti əvvəlkinin ardı olaraq, adi siyasət idi. Nəticə etibarilə manat valyutaya qarşı, nəinki dəyərini itirmiş, əksinə, bahalaşmışdır. Əgər 1996-cı ilin əvvəlində dünya valyuta birjasında 1\$ - 4450 manat təşkil edirdisə, ilin sonunda azalaraq 4100 manat təşkil etmişdir. 1997-ci ildə bu

proses davam etməkdə idi və oktyabrın əvvəllərində 1\$-ın birja qiyməti 3900 manat təşkil edirdi. Manatın dollara görə qalxması təbii, qiymət dinamikasına öz təsirini göstərmiş və onun artmasını azaltmışdır. Belə ki, 1995-ci ildə manatın nə qalxması, nə də enməsi müşahidə olunmamış, bütün il müəyyən sərhədlər daxilində qalmışdı. 1996-cı ildə illik defilyator 1,25%-ə bərabər olduğu halda, 1997-ci ildə 1,08% təşkil etmişdir. Azərbaycanın iqtisadi tirixində ilk dəfə olaraq müəssisələr və eləcə də vətəndaşlar üçün pulu valyuta ilə yox, manatla saxlamaq səmərəli olmuşdur.

Bu gün hökumət “bankların böyüdülməsi” siyasətinin nəticəsindən fəxrlə danışır. 1998-ci ilin avqustun əvvəlində Nazirlər Kabinetinin geniş məclisində son illərdə bankların sayının 240-dan 84-ə qədər azalması məlumatları təsdiq olunmuşdu. Bankların ümumi nizamnamə kapitalı 6 ay ərzində 44 mlrd. manat artmışdı. Bunlardan əlavə, dövlət yanacaq-energetika məhsullarının qiymətlərini dondurdu, təbii inhisarların qiymətlərini mərkəzləşdirilmiş şəkildə idarə etmək, əmtəə kreditlərini vermək, dövriyyə veksəl kreditlərini təkmilləşdirmək, büdcə kəsirinin komersiya banklarının köməyi ilə aradan götürmək və s. kimi tədbirləri həyata keçirməyə başladı. Bütün bunlar isə sonda müsbət nəticə verdi.

Azərbaycanda aparılan siyasət haqqında demək olar ki, antiinflasiya tədbirlərinin aparılması, Qərb ölkələrindəki təcrübə siyasətin qısa və uzunmüddətli məqsədyönlülüynü göstərir.

Uzunmüddətli siyasətdə ilk olaraq dövlətin vəzifəsi xalqın inflyasiyanı gözləmə fikrini öldürmək, hansı ki, tələbatı artırır. Bunun üçün dövlət antiinflasiya siyasəti həyata keçirərək, xalqın inamını qazanmalı, öz tədbirləri ilə (istehsalı stimullaşdırmaq, antiinhisarçılıq tədbirləri, qiymətin liberallaşması, inzibati gömrük nəzarətinin yüngülləşdirilməsi və s.) istehlakçıların psixologiyasına təsir etməlidir.

Pul dövriyyəsi sahəsində tədbirlər əsasında illik pul kütləsinin artmasını kəskin məhdudlaşdırmaq, hansı ki, inflyasiyaya nəzarət etməyə imkan verir.

Azərbaycanda inflyasiyanı üstələmək metodlarından danışarkən, iki əsas yanaşma mövcuddur:

- adaptasiya siyasəti (inflyasiyaya uyğunlaşmaq);
- antiinflasiya siyasəti ilə inflyasiyanı ləğv etmək (radikal).

Adaptasiya siyasətində bütün bazar subyektləri (evdar, dövlət, firmalar) öz fəaliyyətlərində inflyasiyanı nəzərə alırlar. Əsasən də pulun alıcılıq qabiliyyətinin düşməsi nəzərə alınır. Göründüyü kimi, adaptasiya siyasətində inflyasiyanın mənşə səbəbləri nəzərə alınmır.

İnflyasiya zamanı dövlətin ikinci siyasəti dövlətin bazar qüvvələrinə minimal müdaxiləsi və antiinflasiya tədbirləri görməsidir. Bura firmaların fəaliyyət şəraitinin həm daxili, həm də dünya bazarında liberallaşması, azad qiymət, milli valyuta kursunun saxlanılması aiddir. Bu siyasətə həmçinin dövlət mülkiyyətinin bir hissəsinin

xroniki hal almış dövlət büdcəsinin kəsirinin və dövlət borcunun ləğv edilməsi məqsədilə satılması da aiddir. Bu cür siyasət bir çox ölkələr və Azərbaycan tərəfindən də seçilmişdir.

Ümumiyyətlə, antiinflyasiya siyasətinin bir çox effektiv tənzimləmə metodları vardır, lakin bunların da öz mənfi tərəfləri var. Buna baxmayaraq, hər bir ölkə böhran vəziyyətindən çıxmaq üçün öz taktikasından istifadə edir.

Ədəbiyyat

- [1] Quliyev T. “İnflyasiyanın anatomiyası” Bakı-2006.
- [2] Kuzık B.H., Kuşlin V.İ., Yakoveç B. “Proqnozlaşdırma, strateji planlaşdırma və milli proqramlaşdırma” Bakı-2010.
- [3] Allahverdiyev H.B., Qafarov K.S., Əhmədov Ə.M. “Milli iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin əsasları” Bakı-2006.
- [4] Əhmədov M.A., Hüseynov A.C. “İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin əsasları” Bakı-2011.
- [5] Çudakov A.D. “Qiymətlər və qiymətin əmələ gəlməsi” Bakı-2009.
- [6] Şəkəraliyev A.Ş. “Dövlətin iqtisadi siyasəti: reallıqlar və perspektivlər” Bakı-2009.
- [7] Əhmədov M.A. “Qloballaşma və milli iqtisadiyyatın formalaşması” Bakı-2003.

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

MÜƏLLİF ÜÇÜN QAYDALAR

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

SCIENCE REVIEWS AZERBAIJAN STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

(quarterly scientific and practical)

NOTES FOR CONTRIBUTORS

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

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

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ:

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

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNIVERSİTETİNİN
ELMİ XƏBƏRLƏRİ
(rüblük, elmi və praktiki)

MÜƏLLİFLƏR ÜÇÜN QAYDALAR

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



AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNIVERSİTETİ