

GEOSTRATEGİYA

2021
№2 (62)

BAKI-2021

Baş redaktor:
Əli Həsənov

Redaktor:
İbrahim Əliyev

Məsul katib:
İsmayıl Qasımov

Redaksiya heyəti:

Prof.Dr. Александр Пухкал (Ukrayna)
Prof.Dr. Arif Quliyev (Ukrayna)
Prof.Dr. Aygün Attar (Türkiyə)
Prof.Dr. Babaxan Şərifov (Özbəkistan)
Prof.Dr. Cəfər Cəfərov (Azərbaycan)
Prof.Dr. Durxan Kızırlı (Qazaxıstan)
Prof.Dr. Efim Pivovar (Rusiya)
Prof.Dr. Elçin Əhmədov (Azərbaycan)
Prof.Dr. Elman Nəsirov (Azərbaycan)
Prof.Dr. Ədalət Muradov (Azərbaycan)
Prof.Dr. Əli Həsənov (Azərbaycan)
Prof.Dr. Heydərbəy Bababekov (Özbəkistan)
Prof.Dr. Hikmət Məmmədov (Azərbaycan)
Prof.Dr. Xəqani Məmmədov (Azərbaycan)
Prof.Dr. İsa Həbibbəyli (Azərbaycan)
Prof.Dr. Kemal Çiçək (Türkiyə)
Prof.Dr. Quram Marxuliya (Gürcüstan)
Prof.Dr. Musa Qasımlı (Azərbaycan)
Prof.Dr. Sergey Pirojkov (Ukrayna)
Prof.Dr. Səlahəddin Xəlilov (Azərbaycan)
Prof.Dr. Şəfa Əliyev (Azərbaycan)
Prof.Dr. Ziyad Səmədzadə (Azərbaycan)
Dos.Dr. Akkan Suver (Türkiyə)
Dos.Dr. Aleksandr Quşşin (Rusiya)
Dos.Dr. Ərəstun Mehdiyev (Azərbaycan)
Dos.Dr. Firdovsiyyə Əhmədova (Azərbaycan)
Dos.Dr. İbrahim Əliyev (Azərbaycan)
Dos.Dr. Mübariz Qurbanlı (Azərbaycan)
Dos.Dr. Oleq Kuznetsov (Rusiya)

“GEOSTRATEGİYA” jurnalı Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyası tərəfindən Azərbaycan Respublikasının dissertasiyaların ***Tarix, Antropologiya, Siyasi elmlər, Fəlsəfə, Sosiologiya və İqtisadi elmlər*** üzrə əsas nəticələrinin dərc olunması tövsiyə edilən dövrü elmi nəşrlərin siyahısına salınmışdır. Beynəlxalq ictimai-siyasi, elmi-nəzəri jurnal ildə altı dəfə nəşr olunur.

GEOSTRATEGY

2021
№2 (62)

BAKU-2021

Editor-in-Chief:

Ali Hasanov

Editor:

Ibrahim Aliyev

Executive Secretary:

Ismayil Gasimov

Editorial Board:

- Prof. Dr. Alexandr Pukhkal (Ukraine)**
Prof. Dr. Arif Guliyev (Ukraine)
Prof. Dr. Aygun Attar (Turkey)
Prof. Dr. Babakhan Sharifov (Uzbekistan)
Prof. Dr. Jafar Jafarov (Azerbaijan)
Prof. Dr. Durkhan Kidirili (Kazakhstan)
Prof. Dr. Efim Pivovarov (Russia)
Prof. Dr. Elchin Ahmadov (Azerbaijan)
Prof. Dr. Elman Nasirov (Azerbaijan)
Prof. Dr. Adalat Muradov (Azerbaijan)
Prof. Dr. Ali Hasanov (Azerbaijan)
Prof. Dr. Haydarbay Bababekov (Uzbekistan)
Prof. Dr. Hikmat Mammadov (Azerbaijan)
Prof. Dr. Khagani Mammadov (Azerbaijan)
Prof. Dr. Isa Habibbayli (Azerbaijan)
Prof. Dr. Kemal Chichek (Turkey)
Prof. Dr. Guram Markhulia (Georgia)
Prof. Dr. Musa Gasimli (Azerbaijan)
Prof. Dr. Sergei Pirozhkov (Ukraine)
Prof. Dr. Salahaddin Khalilov (Azerbaijan)
Prof. Dr. Shafa Aliyev (Azerbaijan)
Prof. Dr. Ziyad Samadzadah (Azerbaijan)
Assoc. Prof. Dr. Akkan Suver (Turkey)
Assoc. Prof. Dr. Alexandr Gushshin (Russia)
Assoc. Prof. Dr. Arastun Mehdiyev (Azerbaijan)
Assoc. Prof. Dr. Firdovsiyya Ahmadova (Azerbaijan)
Assoc. Prof. Dr. Ibrahim Aliyev (Azerbaijan)
Assoc. Prof. Dr. Mubariz Gurbanli (Azerbaijan)
Assoc. Prof. Dr. Oleg Kuznetsov (Russia)

“GEOSTRATEGY” journal is included in the list of periodicals recommended by the Supreme Attestation Commission under the President of the Republic of Azerbaijan to publish the main results of the dissertations of the Republic of Azerbaijan on ***History, Anthropology, Political Science, Philosophy, Sociology and Economic Sciences.*** The socio-political, scientific-theoretical journal is published six times a year.

Siyasi elmlər

İKİNCİ QARABAĞ MÜHARİBƏSİ FONUNDA AZƏRBAYCAN-İSRAİL MÜNASİBƏTLƏRİ

SURXAY HACIYEV

*Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Yanında
Dövlət İdarəçilik Akademiyasının doktorantı*

Giriş

SSRİ-nin süqutundan sonra keçmiş imperiyanın ərazisində yeni dövlətlərin meydana gəlməsi ilə sərhədlərin yenidən bölüşdürülməsi məsələsi vacib və aktual bir problem kimi ortaya çıxdı. Keçmiş mütəffiqlər arasında ərazi mübahisələri baş qaldırdı. Belə ərazi mübahisələri bəzən qanlı çarpışmaya çevrildi, o cümlədən, Ermənistanın Azərbaycana təcavüzü, haqsız ərazi iddiaları qanlı müharibənin meydana gəlməsinə səbəb oldu. Qorbaçovun SSRİ-də başladığı yenidənqurma siyasətinin uğursuzluğu nəticəsində dünyanın ən güclü dövlətlərindən biri süquta uğradı. Mövcud siyasi münasibətlər fonunda Ermənistan və Azərbaycan arasındakı Dağlıq Qarabağ münaqişəsi alovlandı. Bu mübahisəli məsələnin həlli beynəlxalq ictimaiyyətin də diqqətini cəlb etdi, bir sıra dövlətlər və nüfuzlu təşkilatlar mübahisəli məsələlərin həlli üçün səy göstərdilər.

Münaqişənin həllinə dair danışıqlar prosesi 23 sentyabr 1991-ci ildə Rusiya, Qazaxıstan, Azərbaycan və Ermənistan prezidentlərinin Jeleznovodskda bir araya gəldiyi zaman başladı. 1992-ci ilin iyun ayında, o vaxtkı Avropa Təhlükəsizlik və Əməkdaşlıq Konfransının (ATƏM) Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin həlli ilə bağlı Minsk Qrupu yaradıldı, lakin təssüflər olsun ki, Minsk Qrupunun fəaliyyəti gözlənilən nəticəni vermədi.

Azərbaycan-İsrail münasibətlərinə dair.

Azərbaycan Respublikası müstəqilliyini elan etdikdən sonra İsrail onu ilk tanıyan ölkələrdən biri oldu. Sevindirici haldır ki, Azərbaycanla İsrail arasında olan dostluq münasibəti tarixən yüksək səviyyədə olmuş və bu ənənə müasir dövrdə də uğurla inkişaf etdirilir. İsrail ilə Azərbaycan arasında hərtərəfli əlaqələrin mövcud olması Ermənistanın

əleyhinə tutarlı bir vasitədir. “İsrailin Azərbaycanla sıx, yaxın və tarixi əlaqələri mövcuddur. Bu, İsrailin Ermənistanla olan əlaqələri ilə müqayisə olunmaz həddədir. İsrail Azərbaycanda ilk səfirlik açan dövlətlər siyahısındadır, Ermənistanda isə İsrail səfiri akkreditə olunmamışdır. Təkcə bu fakt İsrailin Azərbaycana olan münasibətinin dəyərləndirilməsinə imkan verir” [1, s.6].

Azərbaycan Respublikası ilə İsrail arasında rəsmi əlaqələr intensiv şəkildə inkişaf edir. Son illərdə İsrail ilə Azərbaycan arasında hərbi sahədə əməkdaşlığın artdığını xüsusi qeyd etmək lazımdır. Birinci Qarabağ müharibəsi vaxtı Azərbaycanla Ermənistan arasında baş verən müharibə zamanı İsrail silah yardımı etdi. Bu silah yardımı mütəmadi olaraq artan tempdə davam etdirildi. Hazırda İsrail silahları Azərbaycanın silah ehtiyatının 60 faizdən çoxunu təşkil edir. İsrail isə neft tədarükünün böyük bir hissəsini Azərbaycandan alır. 2012-ci ildə İsrail və Azərbaycan arasında zenit və raket əleyhinə sistemlər üzrə 1,6 milyard dollar dəyərində silah müqaviləsi imzalandı. 2016-cı ilin dekabrında Baş nazir Benyamin Netanyahu-nun Bakıya səfəri zamanı Azərbaycan prezidenti İlham Əliyevlə ölkəsinin İsrail ilə 5 milyard dollarlıq silah alınması üçün uzunmüddətli müqavilələr imzalandı. İşəgəldə olan torpaqlarımızın geri qaytarılması üçün Azərbaycan silahlı qüvvələrin modernləşdirilməsi məsələsi olduqca zəruri idi, müvafiq problemin həll üçün xüsusi proqram həyata keçirildi. Bu proqram çərçivəsində İsrailin hərbi sənayesi Azərbaycan ordusunu müasir hərbi təyyarələr, pilotsuz uçuş aparatları, artilleriya, tank əleyhinə və piyadaya qarşı silahlarla təchiz etdi. Bununla yanaşı kəşfiyyat sahəsində də əlaqələr inkişaf etmişdir.

Azərbaycan ordusu 2012-ci ildə İsrail istehsalı

olan “Arrow” raketdən müdafiə sistemi ilə təhciz edilmişdir. “Arrow” raketdən müdafiə sistemi dünyada “yer-yer” tipli istənilən raketləri zərərsizləşdirə bilən yeganə sistemdir. Sistemin tərkibinə daxil olan radar kompleksi “Yer-Yer” tipli raketləri hələ çox uzaqda ikən, onların start nöqtəsindən qeydə alır və eyni vaxtda izləməklə yanaşı “Arrow” raketlərini hədəfə buraxır. Raketlər hədəfi ən yüksək məsafədə yüz faiz dəqiqliklə zərərsizləşdirir”. (2)

Ümumiyyətlə, İsrailin digər müsəlman ölkələrindən fərqli olaraq Azərbaycanla münasibəti ikitərəfli əməkdaşlıq şəklində qurulmuşdur. İşğal altında olan torpaqlarımızın azad olunması üçün hərbi əməliyyatların gerçəkləşdirilməsi günün əsas və zəruri tələblərindən biri idi. Məhz bu nöqtəyindən də ordumuzun İsrailin inkişaf etmiş hərbi texnologiyasından yararlanması olduqca həlledici bir addım idi. Ordumuzun İkinci Qarabağ müharibəsinə yüksək səviyyədə hazırlanması üçün müasir İsrail silahlarının tətbiqi mühüm əhəmiyyət kəsb edirdi.

12 iyul 2020-ci il tarixində erməni yaraqlılarının Tovuz rayonuna hücumu 27 illik dondurulmuş münaqişəni yenidən alovlandırdı və Azərbaycan ordusu 44 gün ərzində işğal altında olan bütün əraziləri azad etdi. “27 sentyabr 2020-ci il tarixindən başlayan hərbi əməliyyatlar nəticəsində 27 oktyabr tarixinədək Azərbaycan hərbi qüvvələri tərəfindən işğal olunmuş Dağlıq Qarabağ və ona bitişik 7 rayonun ərazisində yerləşən 182 kənd, Cəbrayıl, Füzuli, Zəngilan, Qubadlı şəhərləri, Xocavənd rayonunun Hadrut və Suqovuşan qəsəbələri, Zəngilan rayonunun Mincivan qəsəbəsi, strateji Murov dağ silsiləsi işğaldan azad edilmişdir” [3, s.6].

27 sentyabr 2020-ci ildə başlayan “Dəmir yumruq” əməliyyatı 9 noyabr 2020-ci ildə uğurla başa çatdı, bu əməliyyat nəticəsində Azərbaycan silahlı qüvvələri tarixi zəfərə imza atdı. Bəzi siyasi müşahidəçilər bu qarşılaşmanın 2016-cı ildə olduğu kimi oxşar qısa müddətli olacağını proqnozlaşdırırsa da, bu proqnoz özünü doğrultmadı və münaqişə genişmiqyaslı hücumla çevrildi. Azərbaycanın Dağlıq Qarabağı azad etməsinə, ordumuzun irəliləməsinə Türkiyə və İsrail pilotsuz təyyarələri böyük dəstək verdi.

10 noyabr 2020-ci il tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev, Ermənistan Respublikasının Baş naziri Nikol Paşinyan və Rusiya Federasiyasının Prezidenti Vladimir Putin tərəfindən üçtərəfli atəşkəs bəyanatı

imzalandı. Atəşkəs bəyanatının şərtlərində ordumuzun parlaq qələbəsi təcəssüm olunmuşdur. Heç şübhəsiz ki, ordumuzun bu zəfər salnaməsində Azərbaycan əsgərinin rəşadəti ilə yanaşı müasir silahlar da böyük rol oyanmışdır. Hər zaman olduğu kimi İkinci Qarabağ müharibəsi ərəfəsində də İsrail Azərbaycanın yanında olmuş, hərbi sahədə dəstəyi ilə yanaşı, beynəlxalq arenada da ölkəmizə siyasi dəstək vermişdir. Atəşkəs şərtlərinin İsrail-Azərbaycan münasibətlərinə mühüm təsiri vardır. İllərdir çözülməyən Qarabağ düynünü həll etmiş Azərbaycan İsrail ilə münasibətləri daha geniş sferada qura bilər. Gələcəkdə İsraildə Azərbaycan səfirliyinin açılması ikitərəfli münasibətlərin inkişafı baxımından olduqca önəmlidir.

1993-cü ildən İsrailin Azərbaycanda səfirliyi fəaliyyət göstərməsinə baxmayaraq, təəssüflər olsun ki, Azərbaycanın İsraildə səfirliyi hələ də təsis edilməmişdir. Bütün bunlara baxmayaraq, Azərbaycan İsrail hökumətinin Qafqaz siyasətinin mərkəzi xəttini təşkil edir. Ölkəmizdə yəhudilərə qarşı tolerant münasibətin mövcud olması, xalqlarımızın dərin tarixi əlaqələri İsrail və Azərbaycanı bir-birinə daha da yaxınlaşdırdı. İsrail hökuməti həmişə ölkəmizin ərazi bütövlüyünə hörmət edib. Hazırda İsrailin Ermənistanda səfirliyi yoxdur və buna görə də İsrailin Ermənistanla münasibətləri yalnız konsulluq səviyyəsindədir. Düzdür, Ermənistan İsrail ilə münasibət qurmaq istəsə də, İsrail hər zaman seçimində Azərbaycanın xeyrinə istifadə etmişdir. Ermənistanın Təl-Əvivdə səfirliyinin açılmasına baxmayaraq, İsrailin Azərbaycana silah satışını bəhanə edən İrəvan rəsmiləri səfirlərini iki həftə sonra geri çağırdı. 1 oktyabr 2020-ci ildə Ermənistanın İsraildəki səfiri Armen Smbatyan öz diplomatik missiyasını uğursuz bir şəkildə sona çatdırdı.

Məlumdur ki, Ermənistan 30 ilə yaxındır ki, Azərbaycanın dilbər guşəsi olan Qarabağı işğal altında saxlayırdı. SSRİ-nin dağılmasından sonra erməni yaraqlıları təcavüzkar şəkildə Azərbaycan ərazisinin 20 faizini işğal etdi və mülki insanlar da daxil olmaqla Azərbaycan xalqına qarşı soyqırım siyasəti həyata keçirdilər. Birləşmiş Millətlər Təşkilatı Təhlükəsizlik Şurası tərəfindən Qarabağın Azərbaycan ərazisi olması və Ermənistanın bu torpaqları dərhal tərk etməsi barədə 4 qətnamə qəbul edilə də bu qətnamə icra edilmədi. Ermənistanın işğalçı siyasəti nəticəsində bir milyondan çox insan

doğma yurdlarından didərgin düşdü və Qarabağ bölgəsindəki Azərbaycana aid bütün tarixi-mədəni abidələr yerlə yeksan edildi. Terrorçulardan böyük dəstək alan erməni yaraqlıları bəşər tarixinə qara ləkə kimi düşən Xocalı qətlamını törətdilər. 1992-ci ilin fevralında Xocalıda ermənilərin Azərbaycanlılara qarşı törətdiyi soyqırım qurbanlarının xatirəsi İsraildə də dəfələrlə yad edilmişdir. Xocalıda qətlə yetirilən 613 nəfərin xatirəsini əbədləşdirmək məqsədilə Vayzmanın meşəsində 613 ağac əkilmişdir.

Birinci Qarabağ müharibəsi vaxtı işğal olunan torpaqların qaytarılması artıq mənəvi borc kimi bizim nəslin öhdəsinə düşürdü. Yəhudilərlə Azərbaycanlılar uzun müddət bir-biri ilə dost və qarşılıqlı anlaşma şəraitində yaşamış, bir-birinə mənəvi dəstək vermişlər. Bu fakt Birinci Qarabağ müharibəsi vaxtı da özünü doğrultdu. Təsadüfi deyil ki, Azərbaycanın ilk milli qəhrəmanlarından biri Albert Aqarunov da yəhudi mənşəli idi.

Birinci Qarabağ müharibəsi 1994-cü ildə bitdikdən sonra Azərbaycanla İsrail arasında bütün sahələrdə, o cümlədən də, hərbi əməkdaşlıq sahəsində münasibətlər dövlət səviyyəsində bərqərar oldu. İsrail ilə Azərbaycan arasında ikitərəfli əməkdaşlığın qurulmasında ulu öndər Heydər Əliyev böyük rol oynamışdır. Bu gün İsrail ilə Azərbaycan arasında siyasi, iqtisadi, hərbi və təhlükəsizlik sahələrində sıx əlaqələr mövcuddur. Xüsusilə də, İsrail hərbi və təhlükəsizlik sahəsində Azərbaycanın ən yaxın tərəfdaşlarından biridir. Azərbaycanın İsraildən aldığı hərbi texnikanın dəyəri 5 milyard dollardan çoxdur. İsrail Müdafiə Nazirliyi ölkələrə görə satışların təfərrüatlarını dərc etməsə də, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev 2016-cı ildə Azərbaycanın İsrail dövlətindən 4 milyard 850 milyon dollarlıq müdafiə avadanlığı aldığını vurğulamışdı. “İndiyədək Azərbaycan və İsrail şirkətləri tərəfindən müdafiə avadanlığının alınması ilə bağlı imzalanmış müqavilələrin dəyəri 5 milyard dollara yaxındır, daha dəqiq desək, 4 milyard 850 milyon dollardır” [4].

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Administrasiyasının Xarici siyasət məsələləri şöbəsinin müdiri Hikmət Hacıyev İsrailin “Walla” xəbər saytına verdiyi müsahibədə Ermənistan ordusu ilə baş verən hərbi toqquşmalarda Azərbaycan ordusunun İsrail tərəfindən istehsal olunan pilotsuz uçuş aparatlarından, o cümlədən

“Kamikadze” adlandırılan pilotsuz təyyarələrdən Dağlıq Qarabağdakı hərbi əməliyyatlarda istifadə etdiyini açıq şəkildə bildirdi [5]. İkinci Qarabağ müharibəsi zamanı Azərbaycan İsraildən mütəmadi silah təchizatı həyata keçirdi. Ermənistan İsrailin bu dəstəyinə etiraz olaraq Təl-Əvivlə diplomatik əlaqələri kəsdi.

İkinci Qarabağ müharibəsi ərəfəsində İsrail Azərbaycanı açıq şəkildə dəstəklədi və İsraildə yaşayan 70 mindən çox Azərbaycan yəhudiləri Qarabağı dəstəkləmək üçün mütəmadi olaraq mitinqlər keçirdi. İsrailin hərbi texnikasının Azərbaycan ordusu tərəfindən səmərəli istifadəsi, S-300-lər də daxil olmaqla Ermənistanın strateji və hərbi mərkəzlərinə zərbə vurmaları Ermənistan və İsrail əlaqələrinə mənfi təsir göstərdi. Məhz bu səbəbdən də Ermənistan İsraildəki səfirini geri çağırırdı. Ancaq bütün bunlar İsrailin Azərbaycanı dəstəkləməsinə mane olmur.

İsrailin Azərbaycana hərbi və siyasi dəstəyi İsraildə yaşayan ermənilər tərəfindən xoş qarşılanmadı. İsrail erməniləri 22 oktyabr 2020-ci ildə Qüdsdə Xarici İşlər Nazirliyinin binası qarşısında etiraz aksiyası keçirdilər. Bununla yanaşı, 26 mart 2021-ci ildə İsrailin erməni icmasının nümayəndələri Netanya şəhərində silahlar, xüsusən də pilotsuz uçuş aparatları istehsal edən “Elbit Systems” binasının qarşısında etiraz etdilər. İsraildə yaşayan ermənilər İkinci Qarabağ müharibəsində Azərbaycan ordusunun İsrail silahlarından istifadə etdiyini qeyd edərək Azərbaycana silah tədarükünün dayandırılmasını tələb etdilər. Bundan əlavə, etirazçılar Bakı ilə Tel-Əvivin hərbi-texniki əməkdaşlıqla bağlı yeni müqavilələr imzaladıqlarını da qeyd etdilər.

Ermənistan hökuməti dəfələrlə İsrailin Azərbaycanla uzun illərdir davam edən hərbi-texniki əməkdaşlığından və müharibə şəraitində Bakıya silah ixracının dayandırılmasından imtina etməsi tələbi ilə çıxış etsə də Yerevanın bu gülcünc tələbi cavabsız qaldı. 1997-ci ildə Azərbaycanın İsrailə ixracatı cəmi 2 milyon dollar idisə, 2004-cü ilə qədər neft qiymətlərinin artması səbəbindən bu rəqəm 323 milyon dollara yüksəldi. 2015-ci ilə qədər İsrail ilə Azərbaycan arasındakı ticarət balansı 266 milyon dollara çatdı, bunun 260 milyon dolları İsrailin Azərbaycana ixracatı və 6,2 milyon dollarlıq idxaldır. İsrail İqtisadiyyat Nazirliyinin rəsmi məlumatlarına görə İsrail ilə Azərbaycan arasındakı

ticarət balansı rəsmi olaraq ildə yalnız 130 milyon dollar civarındadır, amma praktik olaraq Prezident Əliyevin izah etdiyi kimi milyardlarla dollara çatır.

2016-cı ildə Dağlıq Qarabağda münaqişə yenidən alovlandı və Azərbaycan ordusu ilə Ermənistan ordusu arasında şiddətli toqquşmalar baş verdi. Bu qarşıdurma 1994-cü ildəki atəşkəsdən bəri baş verən ən şiddətli döyüş idi. 2016-cı ildən bəri Azərbaycan silah xərclərini daha da artırdı və İsrail də daxil olmaqla digər ölkələrdən ağır silah və hərbi texnika aldı. 2017-ci ildə də Ermənistanla Azərbaycan arasında hərbi toqquşmalar baş verdi. Bu toqquşmalardan sonra Azərbaycan xaricdən silah idxalını daha da artırdı. Azərbaycanın silah tədarük etdiyi ölkələr arasında Rusiya və İsrail xüsusi yer tutur.

12 oktyabr 2020-ci ildə İsrail Yüksək Ədalət Məhkəməsi Azərbaycana silah satışının qadağan edilməsi barədə vəsatəti rədd etdi və İsrailin keçmiş prezidenti və parlamentin sabiq spikeri, Nizami Gəncəvi Beynəlxalq Mərkəzinin üzvü Dalia İtzik Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevə dəstək məktubu göndərirdi. “Bu çətin dövrdə Sizə dəstəyimizi ifadə edir və xalqlarımız arasındakı möhkəm dostluq əlaqələrini bir daha vurğulayıram. Son günlərdə mülki insanların qətlə yetirilməsi ilə əlaqədar Sizə dərin hüznə və başsağlığı verir, yaralıların tezliklə şəfa tapmasını diləyirəm. BMT Təhlükəsizlik Şurasının qətnamələrinə və Azərbaycanın ərazi bütövlüyünə hörmət edilməlidir” [6].

İkinci Qarabağ müharibəsində Azərbaycanın tarixi zəfərə nail olmasında bir çox faktor həlledici əhəmiyyət kəsb edir, bu faktorların arasında İsraildə aldığı müasir silahların istifadəsi və İsrailin Bakıya siyasi dəstəyi də mühüm yer tutur. İsrail Azərbaycanın İkinci Qarabağ müharibəsindəki qələbəsindən məmnun olsa da, bu qələbənin İranla toqquşmada əlavə strateji maraqlar təmin edib etməyəcəyi bəlli deyil. Bakı ilə Təl-Əviv arasındakı münasibətlər İsrailin Azərbaycana silah satması və əvəzində neft alması barədə imzalanmış müqaviləyə əsaslanır.

Birinci Qarabağ müharibəsində olduğu kimi İkinci Qarabağ müharibəsində də ermənilər öz çirkin əməllərindən əl çəkmədilər, mülki əhalini ağır silahlarla atəşə tutdular. Erməni yaraqlıları 4-17 oktyabr 2020-ci il tarixlərində ballistik raketlərlə Gəncədə yaşayış məntəqələrini atəşə tutdular.

İrəvan bu faktı inkar etməyə çalışsa da beynəlxalq ictimaiyyət bu vəhşi və qeyri-insani hücumlar barədə məlumatlandırıldı. Gəncə şəhərinə edilən beş hücum nəticəsində 25 nəfər mülki şəxs həlak oldu, 125 nəfər yaralandı. 25 oktyabr 2020-ci ildə İsrailin Azərbaycandakı səfiri Corc Dik Gəncə şəhərinə gələrək, münaqişə zonasından kənardakı bölgələri hədəf alan raket hücumlarından zərər çəkən dinc sakinlərə başsağlığı verdi. Eyni zamanda İsrail Azərbaycana tibbi avadanlıqlar daxil olmaqla humanitar yardım çatdırdı.

Azərbaycan-Ermənistan münaqişəsi zamanı tərəflər arasında silah və hərbi texnologiya tarazlığının tənzimlənməsi böyük əhəmiyyət kəsb edirdi. Silah və hərbi texnologiyanın bu tarazlığı diplomatik güc və beynəlxalq arenada dəstəklə birlikdə müharibənin taleyini təyin etdi. Bu məqamda İsrailin Azərbaycana verdiyi son model silahlar çox təsirli oldu. “Qarabağ münaqişəsində Bakı əsasən İsrail istehsalı olan pilotsuz təyyarələrdən – “Aerostar”, “Hermes”, “Heron” və “Harop” istifadə edir. Onlar 50 kiloqrama qədər yük götürə və 250 kilometr məsafəyə qədər uça bilirlər. Belə uçan aparatlar kəşfiyyat, atəşin korreksiyası və düşmənin canlı qüvvəsi və yüngül zirehli texnikası ilə mübarizə aparmaq üçün idarə olunan döyüş sursatı kimi istifadə edilə bilər” [7].

İkinci Qarabağ müharibəsi vaxtı İsrailin Azərbaycanın yanında olması faktı həm Azərbaycan, həm də İsrail dövləti üçün əlverişli imkanlar yaratdı. Azərbaycan İsrailin müasir hərbi avandlığından istifadə edərək müharibə zamanı düşməninə sarsıdıcı zərbə vurdu. İsrailin Azərbaycan ilə əlaqələrinin hərtərəfli və geniş müstəvidə olması Təl-Əviv hökuməti üçün olduqca faydalıdır. Xatırladaq ki, Azərbaycan enerji baxımından zəngin bir ölkədir, eyni zamanda Avropaya və Yaxın Şərqlə enerji nəqlinin nəhəng bir mərkəzidir, ölkədən keçən bir çox xətt və infrastruktur kəsişmələri var. Bu səbəbdən İsrail tolerant, zəngin, nüfuzlu bir müsəlman ölkəsi ilə strateji əlaqə saxlayır.

Qüds Strateji və Təhlükəsizlik İnstitutunun prezidenti Efraim İnbar mətbuata verdiyi müsahibədə ölkəmizə bağlılığını qeyd etmişdir. “Azərbaycan bizim üçün vacib bir ölkədir. Gərginlik dövründə də hər zaman yaxşı bir təchizatçı olmağa çalışırıq. Azərbaycanla bağladığımız müqavilələri yerinə yetirmək məcburiyyətindəyik” [8].

İkinci Qarabağ müharibəsi ərəfəsində qızgın

döyüşlərin getdiyi bir vaxtda Ermənistan prezidenti Armen Sarkisyan İsrail prezidenti Reuven Rivlinə telefonla danışaraq İsrailin Azərbaycana silah satmasından narahət olduğunu bildirmişdi. Prezident Rivlin İsrailin Ermənistanla əlaqələrini inkişaf etdirməyə və humanitar səviyyədə dəstəkləməyə hazır olduğunu söylədi. Lakin bütün bunlarla yanaşı Prezident Rivlin qeyd etdi ki, İsrailin Azərbaycanla münasibətləri üçüncü ölkələrə qarşı yönəlməyib. Rivlin bölgədəki silahlı qarşıdurmalardan peşman olduğunu dilə gətirdi və Ermənistan səfirinin ən qısa müddətdə qayıdacağına ümid etdiyini bildirdi.

İkinci Qarabağ müharibəsinin elə ilk günlərində Beynəlxalq “İsrail-Azərbaycan” Beynəlxalq Assosiasiyası (Azİz) Ermənistanın işğalçı hərəkətini pisləyib. Beynəlxalq “İsrail-Azərbaycan” Beynəlxalq Assosiasiyası Ermənistanın və İsraildəki erməni lobbisinin rəsmi Təl-Əvivin Azərbaycanla müqavilələr üzərindəki öhdəliklərindən imtina etməsi və Azərbaycana silah satışını dayandırması üçün aparılan fəaliyyətin yolverilməz olduğunu bildirdi.

İsrail və Azərbaycan arasındakı sıx dostluq əlaqələrin mövcud olmasına həsəd aparan ermənilər hər zaman bu dostluğa qarşı təxribatlar törədər və əsassız məlumatlar yayırdılar. Dağlıq Qarabağda münəqişə başlayandan bəri erməni diasporları ölkəmizə verilən dəstəyə və İsrailin Azərbaycana silah satışına etiraz edirdilər. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin köməkçisi Hikmət Hacıyev Ermənistanın İsrailin hərbi yardımı məsələsini şişirtdiyini və İsrail texnologiyalarının Azərbaycana vətəndaşlarının təhlükəsizliyini təmin etməkdə kömək etdiyini bildirdi [9].

İsrail ilə səmimi və uzunmüddətli münasibətlər Azərbaycan üçün çox vacibdir, həmçinin İsrail dövləti Azərbaycanla münasibətlərinin davam etdirilməsini yüksək qiymətləndirir. Stokholm Beynəlxalq Sülh Araşdırmaları İnstitutunun (SIPRI) verdiyi məlumata görə 2006-2019-cu illər arasında İsrail Azərbaycana 825 milyon dollar dəyərində silah tədarük edib. Müvafiq ixracata pilotsuz hava vasitələri, döyüş sursatları, tank əleyhinə raketlər və qurudan havaya raket sistemləri daxildir [10]. SIPRI-nın hesabatına görə, İsrail Azərbaycanın silah ehtiyacının 60 faizini ödəyir. Ümumiyyətlə, İsrail və Azərbaycanın strateji ittifaqı uzun illərdir davam edir. Mühüm bir enerji istehsalçısı olan Azərbaycan İsrailə neft ixrac edir, İsraildən isə

bu ixracatın əvəzində silah və hərbi texnika alır. Hələ 26 iyun 2008-ci ildə Azərbaycan Respublikası Silahlı Qüvvələr günü münasibətilə keçirilən hərbi paradada ordumuzun arsenalında ehtiva olunan İsrail silahları ictimaiyyətə təqdim edildi. Sonrakı illərdə keçirilən hərbi paradada da ordumuzun arsenalında İsrail istehsalı olan silahları üstünlük təşkil edirdi. “Qarabağda istifadə olunan “Harop” silahları, eyni zamanda “Heron” və “Hermes” tipli pilotsuz uçuş aparatları da İsraildən gətirilib. Azərbaycan hələ 2010-2014-cü illərdə ən çox pilotsuz uçuş aparatı idxal edən ölkələrdən idi, dünyada 4-cü yeri tutmuşdu. 2012-ci ildə Azərbaycan İsraildən pilotsuz təyyarələr (PUA), zenit və raketdən müdafiə sistemləri tədarükü üçün 1.6 milyard dollarlıq hərbi razılaşmaya imza atıb. Bu müqavilə Azərbaycanın tək silahlanmaya ayırdığı ən bahalı anlaşma hesab edilir, çünki ölkənin 2012-ci ilki müdafiə büdcəsinə (1,7 milyard dollarlıq) az qala bərabərdir” [11] 2016-cı ildən başlayaraq ordumuz İsraildən zirehli maşınlar aldı. Bütün bu silahları İkinci Qarabağ müharibəsində ordumuzun düşməyə üzərində zəfər çalmasında həlledici rol oynadı.

Müasir dövrdə Azərbaycan və İsrail arasında hərbi əməkdaşlığın geniş müstəvidə aprılmasında “İsrail Aerospace Industries LTD” (“İsrail Aero-kosmik Sənayesi”) şirkəti mühüm rol oynayır. İsrailin ən böyük aviasiya və silah istehsalçısı olan “İsrail Aerospace Industries LTD” (IAI) şirkəti qanunun müddəalarına uyğun olaraq fəaliyyət göstərən dövlətə məxsus hərbi şirkətdir. 13 sentyabr 2019-cu ildən Azərbaycanda “İsrail Aerospace Industries LTD” şirkətinin rəsmi nümayəndəliyi açılmışdır. Ölkəmizin İsrail ilə hərbi əməkdaşlığı bununla yekunlaşmır. İkinci Qarabağ müharibəsi yekunlaşdıqdan sonra da İsrail ilə Azərbaycan arasında hərbi əməkdaşlıq davam etdirilir. Belə ki, Azərbaycan İsrailin “Meteor Aerospace” müdafiə şirkəti ilə Azərbaycanın Bakı Gəmiqayırma Şirkəti (“Caspian Ship Building Company”) arasında yeni bir ortağ müəssisənin yaradılması hərbi əməkdaşlığı genişləndirir. Hər iki təşkilatın birgə söyləri nəticəsində 23 mart 2021-ci ildə “Caspian Meteor” adlı yeni bir şirkət təsis edildi. “Meteor Aerospace” müdafiə şirkəti ilə əməkdaşlıq Azərbaycanın İsrail ilə hərbi əməkdaşlığında yeni səhifədir. Bu əməkdaşlıq sayəsində İsrailin dünya səviyyəli hərbi təcrübəsindən ölkəmiz də istifadə edəcəkdir. “Caspian Meteor” şirkətindən verilən məlumata

görə, birgə müəssisənin yaradılmasında məqsəd Azərbaycanın milli ehtiyaclarını təmin etmək üçün müdafiə sahəsində qabaqcıl həllər təklif etməkdir. Bura 1400 kiloqrama qədər yükqötürmə qabiliyyəti olan pilotsuz uçuş aparatları, sürətli insanlı və insansız katerlər, yerüstü robot nəqliyyat vasitələri, o cümlədən uzaq mənzilli raketlər daxildir” [12].

Bildiyimiz kimi işğal altında olan torpaqlarımız azad edildikdən sonra illər öncə erməni vandalları tərəfindən dağıdılmış infrastrukturun bərpası olduqca zəruri əhəmiyyət kəsb edir. İsrail şirkətləri Dağlıq Qarabağın dağıdılmış infrastrukturun bərpası üçün yardım təklif edirlər. İsrail şirkətləri Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş ərazilərinə investisiya qoymaqla maraqlıdırlar. Biz inanırıq ki, gələcəkdə də İsrail ilə Azərbaycan arasında hərtərəfli əməkdaşlıq geniş müstəvidə davam edəcək, İsrail və Azərbaycan dostluğu möhkəm və əbədi olacaqdır.

Açar sözlər: *İkinci Qarabağ Müharibəsi, Azərbaycan-İsrail münasibətləri, İsrail silahları, hərbi əməkdaşlıq.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Məmmədova N. *Azərbaycan-İsrail əlaqələri zamanın qovşağında. Xalq qəzeti, 25 yanvar 2017-ci il.*

2. *İsrailin Azərbaycana satdığı yenilməz “Arrow” - Ermənistanı neytrallaşdıran raket kompleksinin göstəriciləri.* <http://femida.az/az/news/95388/>

3. *İkinci Qarabağ müharibəsi başlama səbəbləri, yaratdığı fəsadlar və törədilən cinayətlərə dair hesabat (Sentyabr-Oktyabr 2020). Bakı, 2020, 21 səh.*

4. *İlham Əliyev və Baş nazir Benyamin Netanyahu mətbuata bəyanatlarla çıxış ediblər. 13 dekabr 2016.* <https://president.az/articles/22035>

5. *Israel under diplomatic fire over arms to Azerbaijan.* <https://www.globalvillagespace.com/>

6. *Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Zati-aliləri cənab İlham Əliyevə. Azərbaycan.-2020.- 14 oktyabr.- S.1.*

7. *Bakı Qarabağda əsasən İsrail istehsalı olan pilotsuz təyyarələrdən istifadə edir. 30.09.2020.* <https://sputnik.az/expert/20200930/425073713/>

8. *Guillaume Lavallée. Experts believe Israel unlikely to drop lucrative arms sales to Azerbaijan. 5 October 2020.* <https://www.timesofisrael.com/>

9. *Златопольская Анастасия. Откуда в Нагорном Карабахе израильское оружие. 5*

ноября 2020. <https://www.bbc.com/russian/media-54833429>

10. *Armenia Recalls Israel Ambassador Over Arms Sales to Azerbaijan.* <https://www.haaretz.com/israel-news/-1.9202125>

11. *Məmmədova Roza. 44 günlük müharibə neçəyə başa gəldi? 16.01.2021 / Azərbaycan yalnız İsrail və Rusiyadan azı 10 milyard dollarlıq silah alıb.* <http://openazerbaijan.org/en/topics/investigation/>

12. *Azərbaycanda yeni müdafiə sənayesi şirkəti yaradılıb.* <https://azeridefence.com/az>

РЕЗЮМЕ

После провозглашения независимости Азербайджанской Республики Израиль был одной из первых стран, признавших ее. Накануне Второй карабахской войны Израиль открыто поддерживал Азербайджан, а проживающие в Израиле азербайджанские евреи проводили регулярные митинги в поддержку Карабаха. Для Азербайджана очень важны искренние и долгосрочные отношения с Израилем, и государство Израиль ценит продолжение политических отношений с Азербайджаном. Во время азербайджано-армянского конфликта регулирование баланса вооружений и военной техники между сторонами имело большое значение. Этот баланс оружия и военной техники в сочетании с дипломатической деятельностью и поддержкой на международной арене определили судьбу войны. Официальные отношения между Азербайджанской Республикой и Израилем интенсивно развиваются. Следует отметить, что военное сотрудничество между Израилем и Азербайджаном в последние годы активизировалось. В настоящее время израильское оружие составляет более 60 процентов арсеналов оружия Азербайджана.

Тот факт, что Израиль был с Азербайджаном во время Второй карабахской войны, создал благоприятные условия как для Азербайджана, так и для государства Израиль. Азербайджан применил современную военную технику Израиля, чтобы нанести сокрушительный удар противнику во время войны. Мы верим, что в будущем всестороннее сотрудничество между Израилем и Азербайджаном будет продолжаться

в широком масштабе, а дружба между Израилем и Азербайджаном будет крепкой и вечной.

Ключевые слова: *Вторая Карабахская война, Азербайджано-Израильские отношения, Израильское оружие, военное сотрудничество.*

RESUME

After the proclamation of independence of the Republic of Azerbaijan, Israel was one of the first countries to recognize it. In the aftermath of the Second Karabakh War, Israel openly supported Azerbaijan, and Azerbaijani Jews living in Israel held regular rallies in support of Karabakh. For Azerbaijan, sincere and long-term relations with Israel are very important, and the state of Israel appreciates the continuation of political relations with Azerbaijan. During the Azerbaijani-Armenian conflict, the regulation of the balance of arms and military equipment between the parties was of great importance. This balance of arms and military equipment in conjunction with diplomatic activity and support in the international arena determined the fate of the war. Official relations between the Republic of Azerbaijan and Israel are developing intensively. It should be noted that military cooperation between Israel and Azerbaijan has been intensified in recent years. At present, Israeli weapons make up more than 60 percent of Azerbaijan's weapons arsenal.

It is a fact that Israel was with Azerbaijan during the Second Karabakh War, created favorable conditions as for Azerbaijan, as well as for the state of Israel. Azerbaijan used modern Israeli military equipment to inflict a devastating blow on the enemy during the war. We believe that in the future comprehensive cooperation between Israel and Azerbaijan will continue on a large scale, and the friendship between Israel and Azerbaijan will be strong and eternal.

Keywords: *The Second Karabakh War, Azerbaijani-Israeli relations, Israeli weapons, military cooperation.*

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ NEFT STRATEGİYASI

LEYLA ŞAHHÜSEYNBƏYOVA

*Azərbaycan Dillər Universiteti
Beynəlxalq münasibətlər kafedrasının müəllimi*

E-mail: leyla.shahhuseynbayova@bsb.edu.az

Azərbaycan Respublikası 1991-ci ildə dövlət müstəqilliyini yenidən bərpa etdikdən sonra siyasi və iqtisadi baxımdan daha da ciddi çətinliklər ilə üzləşmişdir. Uzun müddət çar rusiyasının və sovet rejiminin nəzarətində olan və amansız istismara məruz qalan Azərbaycan nefti müstəqillik illərinin ilk illərində beynəlxalq münasibətlərdə böyük dövlətlərin diqqət mərkəzinə çevrilmişdir. 1991-1993-cü illərdə Azərbaycan Respublikasının daxilində yaranan bir sıra problemləri aradan qaldırmaq üçün rəşional idarəetmə mexanizminə ciddi şəkildə ehtiyac yaranmışdı. Bu problemlərin aradan qaldırılması məqsədilə dövlət rəhbərləri neft məsələsinə dair xarici ölkələr və bəzi neft şirkətləri ilə müəyyən danışıqlar aparmış və istismara dair müqavilələr imzalamağa çalışsalar da müsbət nəticə əldə edə bilməmişlər. Bunun əsas səbəblərindən biri həmin vaxt Azərbaycanda siyasi böhranın olması ilə yanaşı beynəlxalq münasibətlərdə mövcud olan güc mərkəzlərinin mövqeyinin və rolunun düzgün qiymətləndirilməməsi idi. Bu danışıqlar zamanı əsas diqqət Böyük Britaniya ilə münasibətlərə veriliridi ki, bu da digər dövlətlərin əks reaksiyasına səbəb olur və bunun reallaşmasına bu və ya digər şəkildə maneələr yaradılırdı.

Lakin Azərbaycan Respublikasında siyasi hadisələrin sonrakı gedişinin məntiqi nəticəsi olaraq 1993-cü ildə ümummilliy lider Heydər Əliyevin siyasi hakimiyyətə qayıdışından sonra ölkə ərazisində sabitlik bərpa olundu, milli təhlükəsizlik sisteminin möhkəmləndirilməsi yolunda mühüm işlər görüldü və ölkənin iqtisadi imkanlarının səfərbər olunması, dövlətin malik olduğu təbii sərvətlərinin istismarına xarici investisiyaların cəlb edilməsi məqsədi ilə cəsarətli siyasi addımlar atıldı.

H.Əliyevin milli təhlükəsizlik sisteminin hərtərəfli möhkəmləndirilməsi istiqamətindəki çoxşaxəli siyasi fəaliyyətində ən mühüm yer tutan sahələrdən biri də Azərbaycanın müasir neft strategiyasını həyata keçirməsidir. Heydər Əliyevin ciddi söyləri nəticəsində ərsəyə gələn Azərbaycan Respublikasının neft strategiyası 1994-cü ildə imzalanan “Əsrin müqaviləsi” ilə başlamış, sürətlə ildən-ildə inkişaf edərək günümüzə qədər ölkənin və regionun inkişafına öz müsbət təsirini göstərmişdir. “Əsrin müqaviləsi” adını almış Hasilatın Pay Bölgüsü Sazişini yüksək qiymətləndirən ümummilliy lider Heydər Əliyev demişdir “Azərbaycanın azad iqtisadiyyat, bazar iqtisadiyyatı yolu ilə getməsi üçün, dünya iqtisadiyyatına sıx bağlanması üçün bu sənədin çox böyük əhəmiyyəti var”(10, s.5).

H.Ə. Əliyevin “Müstəqilliyimiz əbədidir. çıxışlar, nitqlər, bəyanatlar, müsahibələr, məktublar, məruzələr, müraciətlər, fərmanlar” kitabında H.Əliyevin Türkiyə, Rusiya, Gürcüstana rəşmi səfərləri zamanı və Azərbaycana gələn dövlət və hökumət başçıları ilə aparılan danışıqlar, imzalanmış sənədlər, və keçirilmiş görüşlərin materialları dərc olunmuşdur (5).

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İ.Əliyevin geniş və zəngin mənbələrə əsaslanan “Azərbaycanın Xəzər nefti” kitabında qədim zamanlardan bu günə qədər Xəzər regionunun siyasi və iqtisadi inkişafı təhlil edilmişdir (2). Əsərdə arxiv, tarix, protokol materiallarından geniş istifadə olunmuşdur. Müəllif müasir dövrün ən aktul problemlərdən birini-Xəzər dənizinin statusunun müəyyənləşdirilməsi məsələsinə araşdırmış, Cənubi Qafqaz regionunda qədimdən bu günə qədər cərəyan edən hadisələri hərtərəfli şəkildə təhlil

etmiş və neft amilinin iqtisadi və siyasi proseslərə təsirinə xüsusi diqqət yetirmişdir. Əsərdə neft müqavilələrinin bağlanması prosesində meydana çıxan çətinliklərdən, neft kəmərlərinin çəkilişindən, eləcə də Azərbaycan neft və təbii qazının Avropa bazarlarına ixrac edilməsində Türkiyənin rolundan, Xəzərin neft ehtiyatları ətrafında gedən rəqabət mübarizəsindən bəhs etmişdir.

Heydər Əliyevin təşəbbüsü, beynəlxalq nüfuzu və fəaliyyəti nəticəsində 1994-cü ildə “Əsrin müqaviləsi”nin imzalanması ilə müstəqil Azərbaycan dövlətinin tarixində yeni neft strategiyası həyata keçirilməyə başlandı. Ümum-millî lideri Heydər Əliyev müsahibələrinin birində millî neft strategiyası işini belə qiymətləndirmişdir: “Mən neft strategiyasını yaratdım və bunu həyata keçirirəm. Axı bilirəm ki, neft sənayesi nədir. Mən Azərbaycan neft sənayesi ilə 40 il məşğul olmuşam... Mən bilirəm ki, nə lazımdır. Bilirdim ki, bizim bundan başqa yolumuz yoxdur” (8, s.305). Hadisələrin sonrakı inkişafı bunu əyani şəkildə sübut etdi.

Yaqub Mahmudovun “Heydər Əliyev ideyalarının zəfər yürüşü” adlı monoqrafiyasında Azərbaycanın neft siyasətinin çox önəmli mərhələsini təşkil edən Heydər Əliyevin neft strategiyasının siyasi və iqtisadi zəmini araşdırılmışdır. İlk dəfə olaraq Y.M.Mahmudov əsərində Azərbaycanın neft strategiyasının formalaşması prosesində İlham Əliyevin iştirakının hələ onun ARDNŞ-in vitse-prezidenti olduğu dönmədən başladığını göstərmişdir (9, s.476)

Təmali ümum-millî lider Heydər Əliyev tərəfindən qoyulan yeni millî neft strategiyanın həyata keçirilməsində və beynəlxalq nüfuzlu neft şirkətləri ilə müqavilələrin imzalanması sayəsində ölkənin neft ehtiyatlarının istismarına çoxmilyardlı xarici investisiyalar cəlb edildi. Məhz bu müqavilədən sonra dünya dövlətlərinin Azərbaycan iqtisadiyyatına marağı artdı, ölkəmizin beynəlxalq əlaqələrinin genişlənməsinə güclü təkan verildi.

“Əsrin müqaviləsi” imzalandıqdan sonra Azərbaycanın müstəqilliyindən və iqtisadi cəhətdən inkişafından öz şəxsi mənafeləri üçün istifadə etmək arzusunda olan müəyyən daxili və xarici qüvvələr neft sazişlərinin beynəlxalq səviyyədə tanınmaması, Xəzər dənizinin statusu məsələsini ortaya atmaqla onun millî sektorlara bölünməsinin mümkün olması, Azərbaycan sekto-

runda neft və qaz ehtiyatlarının tükənməsi, onun dünya bazarlarına çatdırılmasının səmərəsizliyi barədə uydurma və şayiə yayırdılar. Bundan başqa onlar siyasi terror törətməyə, respublika rəhbərliyinə birbaşa təzyiq göstərməyə çalışırdılar. Lakin Heydər Əliyevin ölkəmizin bütün xarici neft şirkətləri üçün açılması, onlara ayrı-seçkilik qoyulmaması, qurulan əməkdaşlığın qarşılıqlı faydalı və ədalətliyi ilə bağlı həyata keçirdiyi neft strategiyasının uğuru onların bədxah niyyətlərinin puça çıxmasına səbəb oldu. Keçmiş imperiya iddialarından çıxış edən həmnin qüvvələrin cəhdləri Heydər Əliyev tərəfindən uğurlu diplomatik yollarla zərərsizləşdirildi və son dərəcə gərgin mübarizənin nəticəsi olaraq qarşıya qoyulan məqsədə nail olundu.

Azərbaycan Respublikasının həyata keçirdiyi neft strategiyası regionda təhlükəsiz mühi-tin formalaşmasına şərait yaratmışdır. Enerji təhlükəsizliyi konsepsiyasını regionda təmin edən Azərbaycan Respublikası, regional təhlükəsizlik kompleksinin də formalaşması istiqamətində uğurlu neft strategiyası həyata keçirtmişdir.

“Əsrin müqaviləsi” çərçivəsində həyata keçirilən transmilli layihələr Cənubi Qafqaz və Xəzər hövzəsinin digər dövlətləri ilə müqayisədə Azərbaycanın beynəlxalq aləm üçün geosiyasi və geoiqtisadi dəyər ölçülərini xeyli artırdı, regional və beynəlxalq perspektivini yüksəltdi, xarici aləmlə ictimai - siyasi, elmi - nəzəri tərəfdaşlıq münasibətlərinə və millî inkişafına ciddi təsir göstərdi. Respublikanın təhlükəsizliyinin, dinamik inkişafının və gələcək tərəqqisinin möhkəm təməli qoyuldu (6, s.88).

1999-cu ilin noyabrın 18-də ATƏT-in İstanbul şəhərində keçirilmiş Zirvə toplantısında Azərbaycan Respublikasının prezident H.Əliyev, Türkiyə Respublikasının prezidenti S.Dəmirəl və Gürcüstan Prezidenti E.Şvardnadze tərəfindən “Xam neftin Azərbaycan, Gürcüstan və Türkiyə əraziləri ilə Bakı-Tbilisi-Ceyhan (BTC) əsas ixrac neft kəməri vasitəsilə nəql edilməsinə dair saziş” imzalandı (7, s.665). 2002-ci il sentyabr ayının 18-də əsası qoyulan BTC boru kəməri (1768 km) 2006-cı ilin 13 iyulunda istifadəyə verildi. Heydər Əliyev açılış mərasimindəki çıxışında Bakı-Tbilisi-Ceyhan layihəsinin qlobal və regional əhəmiyyətini, ölkələr arasında əməkdaşlığın genişlənməsində mühüm rolunu malik olduğunu vurğulayaraq dedi: “Bu işlər bizim

xalqlarımızın gələcəyi üçündür. Bizim bu işlərimiz yalnız və yalnız Azərbaycanın dövlət müstəqilliyi əldə etməsindən sonra mümkün olubdur.

Müstəqil dövlət olaraq öz sərvətlərimizin sahibiyik. İstədiyimiz ölkələr ilə əlaqələr qururuq və belə işlər görürük. Amma ikinci boru da növbədədir. 1 trilyon kub metr ehtiyatı olan “Şahdəniz” yatağından Bakı-Tbilisi-Ərzurum qaz kəməri də çəkiləcəkdir.

Beləliklə, boru kəmərlərinin sayı artır. Təbiidir ki, bunlar çox böyük iqtisadi xarakter daşıyır. Ancaq təkcə iqtisadi deyil, hesab edirik ki, bizim gördüyümüz işlər, Bakı-Tbilisi-Ceyhan siyasi xarakter daşıyır. Bu layihə və onun həyata keçirilməsi Qafqaz bölgəsində sülhün, əmin-amanlığın, təhlükəsizliyin təminatçısı ola bilər. Bu boru xətti, bu polad boru Azərbaycanı, Gürcüstanı, Türkiyəni bir-biri ilə daha sıx birləşdirəcəkdir” (12).

Beləliklə, nəinki Azərbaycanın, eləcə də regionun və Avropanın enerji təhlükəsizliyinə xidmət edən geostrateji bir layihə əfsanədən gerçəkliyə çevrildi. Bununla ölkəmizin dünyanın enerji təminatında rolu və strateji əhəmiyyəti artmağa başladı.

Azərbaycanın milli neft strategiyasına uyğun olaraq reallaşdırdığı transmilli neft-qaz ixrac marşrutları və kəmərlər siyasətinin mühüm bir hissəsini “Şahdəniz” yatağında təsdiqlənmiş 2,6 trilyon kub metr təbii qazın istehsalı və dünya bazarlarına çıxarılması siyasəti təşkil edirdi. Xəzərdən Avropaya qaz ixrac olunacaq kəməri ilk reallaşdıran elə Azərbaycan olmuşdur. Bu layihə Bakı-Tbilisi-Ərzurum (BTƏ) qaz kəməri idi (7, s.616).

Bu sahədə zəngin ehtiyatlara malik Şahdəniz yatağı xüsusi önəm daşıyır. BTƏ qaz kəmərinin ilkin ideyası “Şahdəniz” yatağından istehsal olunan Azərbaycan qazının Gürcüstan və Türkiyəyə oradan isə Avropaya nəqlindən ibarət idi. 2001-ci il 12-16 martda Türkiyəyə səfərində çıxışı zamanı Heydər Əliyev aşkarlanan Azərbaycan təbii qazı haqqında məlumat verərək demişdir ki, “Biz Şahdəniz yatağından təxminən 400 milyard kub metr qaz almaq istəyirdikse, indi onun ehtiyatı 1 trilyon kubmetrdən artıq olubdur. Ona görə də Azərbaycan təkcə neft yox, həm də təbii qaz ölkəsidir. Biz düşündük ki, bu qazı nə edək? Qazı da Türkiyəyə ixrac etmək lazımdır. Çünki birincisi, Türkiyənin buna ehtiyacı var, ikincisi, Şahdəniz yatağında Türkiyəninə payı var idi. İlkin anlaşmaya əsasən, 6 milyard kub metr qaz gələcəkdir.

Amma sonra bunu 15-20 milyard kub metrə qaldırmaq olar” (4, s.120-121).

2001-ci ilin mart ayında Ankarada Türkiyə-Azərbaycan arasında təbii qazın ixracına dair müqavilə imzalandı. Müqaviləyə görə, Türkiyəyə “Şahdəniz” yatağından çıxarılaçaq 2 milyard kub metr həcmində, 2005-ci ildə 3 milyard kub metr, 2006-cı ildə 5 milyard kub metr və 2007-2008-ci illərdə 6.6 milyard kub metr olmaqla 5 il ərzində 23.2 milyar kub metr təbii qaz ixracı planlaşdırılsa da sonrakı illərdə bəzi qiymət anlaşılmazlığı və texniki problemlərdən qaynaqlanan müəyyən axsamlar olmuşdur (11, s.199).

2002-ci ildə təməli qoyulan Bakı-Tbilisi-Ərzurum təbii qaz boru xəttinin tikintisinə 2004-cü ildə başlanılmışdır. 2006-cı ildən istifadəyə verilən maksimal ötürücülük qabiliyyəti 20 mlrd kub metr olan bu boru kəməri Türkiyə sərhədinədək Azərbaycanda və Gürcüstanda Bakı-Tbilisi-Ceyhan xam neft kəməri ilə eyni marşrutdadır və Türkiyədə bu ölkənin qazpaylama sisteminə birləşdirilib.

Qaz nəqliyyat infrastrukturunun, xüsusilə də Bakı-Tbilisi-Ərzurum qaz boru kəmərinin fəaliyyəti nəticəsində Azərbaycan Qərbin mühüm qaz ixracatçısına və global enerji təhlükəsizliyinin təminatçılarından birinə çevrilmişdir. Beləliklə 2007-ci ildən etibarən Azərbaycan sadəcə neft ixracatçısı deyil, eyni zamanda qaz ixrac edən ölkə olaraq da tanınmağa başlamışdı.

Azərbaycan qazının Avropaya nəql edilməsini təmin edən və Şahdəniz 2 layihəsinin işlənməsinə imkan yaradan marşrutlardan biri də 2007-ci ilin noyabrın 18-də istifadəyə verilən Türkiyə-Yunanistan qaz kəməri hesab olunur (14).

Bu kəmərin isə salınması və Şahdəniz 2 layihəsinin imzalanması ilə Avropa İttifaqı və Azərbaycan arasında qaz ixracı sahəsində birbaşa əməkdaşlıq başlamışdır (7, c.614). Şahdəniz layihəsi isə Şahdəniz Mərhələ 1 layihəsindən hasil olunan illik 9 milyard kub metr qazdan əlavə 16 milyard kub metr qaz hasil edəcək nəhəng bir layihədir.

Bir çox Avropa ölkələrinin Türkiyə vasitəsilə Azərbaycan qazını almaqda maraqlı olması, eləcə də, Azərbaycanın iqtisadi maraqları başlanan işin davam etdirilməsini və daha da genişləndirilməsini zəruri edirdi.

Bu layihələrin ardınca enerji siyasətinin növbəti uğuru 2012-ci ilin iyun ayının 26-da İstanbulda

Azərbaycan və Türkiyə arasında Trans-Anadolu qaz kəməri (TANAP) layihəsi üzrə Hökumətlərarası Saziş və Ev Sahibliyi haqqında Sazişin imzalanması olmuşdur. Bu layihəyə görə BTƏ və başqa kəmərlər vasitəsilə Gürcüstan sərhədlərinə çatdırılan Azərbaycan qazının oradan Türkiyənin Cənubundan-Qərbinə, Avropa ölkələrini birləşdirən sərhədlərə qədər çəkiləcək yeni Cənub qaz kəməri vasitəsilə sərbəst hərəkəti təmin ediləcəkdir (3, s.32). 30 iyun 2018-ci ildə fəaliyyətə başlayan boru kəmərinin ilkin nəql qabiliyyəti 16.2 milyard kub metr olmuşdur. 2023-cü ildə 23 milyard kub metrə və 2026-cı ildə isə 31 milyard kub metrə çatdırılması nəzərdə tutulur (13).

TANAP layihəsi dünyada enerji təhlükəsizliyinin təmin olunmasında, Cənubi Qafqazın, o cümlədən Xəzər hövzəsində Azərbaycanın Türkiyə və Gürcüstan, Türkmənistan və digər ölkələrin əməkdaşlıq sahəsinin genişləndirilməsinə, dünyada qaz ixracı marşrutlarının şaxələndirilməsinə, qaz bazarlarına daha çox maye qazın çıxarılmasına və üçüncü minillikdə dünyada enerji təhlükəsizliyinə mühüm töhfələr verəcəkdir.

Ümummilli lider Heydər Əliyevin həyata keçirdiyi neft strategiyasının nəticəsi olaraq müstəqilliyini yenidən bərpa etmiş, iqtisadi və maliyyə cəhətdən böhran keçirən Azərbaycan Respublikası böyük dövlət və şirkətlərin ölkəyə investisiya qoyuluşuna nail oldu. Azərbaycanın beynəlxalq layihələrdə iştirakı ölkəmizin iqtisadi mövqeyi və nüfuzu ilə yanaşı siyasi mövqeyinin də güclənməsinə müsbət təsir göstərdi. Neft strategiyasının həyata keçirilməsi Azərbaycan əhalisinin sosial-rifah halının əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlməsinə və beynəlxalq münasibətlərdə söz sahibinə çevrilməsinə ciddi şəkildə təsir etmişdir.

Azərbaycan neft strategiyasının uğurla həyata keçirilməsinin nəticəsi olaraq onsuz da həm iqtisadi, həm də siyasi baxımdan yaxın əlaqələrimiz olan Türkiyə Cümhuriyyəti ilə daha da yaxınlaşdıq. Türkiyənin enerji tələbatının qismən ödənilməsi ilə yanaşı Avropa ilə iqtisadi əlaqələrin qurulmasında mühüm nəliyyətlər əldə edildi ki, bu da Azərbaycan və Türkiyənin Avropanın enerji təhlükəsizliyinin təminatçısına çevrilməsinə gətirib çıxardı. Bununla yanaşı gələcəkdə Qazaxıstan və Türkmənistan kimi zəngin enerji mənbələrinə malik olan ölkələrin də Azərbaycan-Gürcüstan-Türkiyə vasitəsilə Avropanın enerji bazarına çıxışının təmin edilməsi

nəzərdə tutulmuşdur. Bütün bunların nəticəsi olaraq Azərbaycan Rusiyadan yan keçməklə Azərbaycan, Qazaxıstan və Türkmənistanın enerji ehtiyatlarını Avropa bazarına çatdırmaqla Avropanı Rusiyanın enerji təzyiqlərindən qurtarmış olur. Nəticədə Azərbaycanın iqtisadi cəhətdən ciddi səmərə əldə etməklə yanaşı siyasi cəhətdən beynəlxalq mövqeyi güclənir.

Beləliklə müdrikliyin və uzaqgörənliyin sayəsində neft strategiyası əslində milli təhlükəsizlik strategiyasına çevrildi. Nəticədə həm ölkənin iqtisadi həyatının və sərvətinin, həm də siyasi-hərbi təhlükəsizliyinin etibarlı təminatında mühüm rol oynamağa başladı.

Ahınmış elmi nəticələr haqqında qısa məlumat:

Tədqiqat nəticəsində toplanmış faktiki materiallar Azərbaycan Respublikasının milli təhlükəsizlik problemlərinin əsaslarından biri olan neft strategiyası və onun beynəlxalq aləmdə tədqiq olunmasında, Cənubi Qafqaz regionu ilə bağlı problemlərin neft strategiyası ilə tənzimlənməsində elmi-nəzəri araşdırmaların aparılmasında, regional təhlükəsizlik istiqamətində aparılan tədqiqatlarda əsas vəsaitlərdən biri kimi yararlı ola bilər.

Açar sözlər: *Azərbaycan Respublikası, neft strategiyası, qaz sənayesi, siyasi, iqtisadi, beynəlxalq münasibətlər, investisiya, xarici ölkələr, müstəqillik.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Atakişiyev M.. *Azərbaycanın yeni neft siyasəti və iqtisadi yüksəliş / Elmi red. Z. Səmədzadə. Bakı, Azərbaycan, 2004, 264 s.*
2. Алиев И. *Каспийская нефть Азербайджана. Москва, 2003, 712 с.*
3. BOTAŞ. *2014 Yılı Sektör raporu. Ankara, 36 s.*
4. Əliyev H.Ə. *Müstəqilliyimiz əbədidir. Otuzuncu kitab, Bakı: Azər nəşr, 2011, 480 s.*
5. Əliyev H.Ə. *Müstəqilliyimiz əbədidir. çıxışlar, nitqlər, bəyanatlar, müsahibələr, məktublar, məruzələr, müraciətlər, fərmanlar. 22 kitabda. XIV kitab. Bakı, 2005, 520 s.*
6. Həsənov Ə. *Xəzər-Qara dəniz hövzəsi və Cənubi Qafqazın geoiqtisadiyyatı: Azərbaycanın enerji siyasəti. İctimai - siyasi, elmi - nəzəri jurnal. Zərdabi LTD, MMC, Bakı, 2016, c.87-88*
7. Həsənov Ə.M. *Azərbaycanın geosiyasəti. Bakı,*

Zərdabi LTD MMC, 2015, s.666

8. Mahmudov Y. *Heydər Əliyev. II cild. Bakı: Turxan NPB, 2013, 440 s.*

9. Mahmudov Y.M. *Heydər Əliyev ideyalarının zəfər yürüşü. Bakı, Təhsil, 2011, s.476*

10. Məsimov A. *Azərbaycan Beynəlxalq əməliyyat şirkətinin yaranması və onun Xəzər dənizinin Azərbaycan Respublikası sektorundakı fəalliyəti. Avtoreferat. Bakı, 2017, 31 s.*

11. Osman Nuri Aras, Süleymanov E. *Azərbaycan iqtisadiyyatı. Bakı, Şərq-Qərb mətbəəsi, 2010, 327 s.*

12. Səmədzadə Z. *Biz haqlı olaraq neft strategiyamızla fəxr edirik. <http://www.anl.az/download/meqale/iqtisadiyyat/2019/sentyabr/672748.htm>*

13. TANAP <https://www.sgc.az/az/layihe/tanap>

14. <http://www.hurriyet.com.tr/turkiye-yunani-istan-dogalgaz-boru-hatti-acildi-7714948>

РЕЗЮМЕ

Шахгусейнбекова Лейла Ариф г. Нефтяная стратегия Азербайджанской Республики

В статье анализируется нефтяная стратегия Азербайджанской Республики после приобретения независимости. Также положительно оценивается роль Г.Алиева в формировании и развитии нефтяной стратегии как части национальной безопасности. Рассматриваются взаимоотношения Азербайджана со странами мира в нефтяном секторе. В статье раскрыты цели и принципы нефтяной стратегии как составной части национальной безопасности. Выявлены приоритетные стороны Контракта Века для Азербайджанской Республики. По отдельности рассмотрены все достижения и проекты Азербайджанской Республики в нефтяной сфере. В статье также сделан вывод актуальность нефтяного сектора в обеспечении национальной безопасности в Азербайджанской Республике.

Ключевые слова: *Азербайджанская Республика, нефтяная стратегия, газовая промышленность, политическая, экономическая, международные отношения, инвестиции, иностранные государства, независимость.*

ABSTRACT

Shahhuseynbayova Leyla Arif Azerbaijan Republic's oil strategy

The article deals with the oil strategy of Azerbaijan Republic after gaining its independence. The role of H.Aliyev in the formation and development of oil strategy as part of National Security is supported appropriately. The relationship of Azerbaijan with world countries in oil sector is also discussed in article. The article reveals the goals and principles of the oil strategy as basic part of national security. There were identified priority sides of the Contract of Century for the Republic of Azerbaijan. So all achievements and projects of the Republic of Azerbaijan in the oil sector were considered separately. The article also concludes the relevance of the oil sector in ensuring national security in Azerbaijan Republic.

Key words: *the Republic of Azerbaijan, oil strategy, gas industry, political, economic, international relations, investments, foreign states, independence.*

MƏHƏMMƏD ƏMİN RƏSULZADƏNİN ƏSƏRLƏRİNDƏ QARABAĞ TARİXİNƏ NƏZƏR

SÜRƏYYA

ALLAHVERDİYEVA

Bakı Dövlət Universitetinin doktorantı

E-mail: allahverdiyevaturayya@mail.ru

XX əsrin əvvəllərinin görkəmli dövlət xadimi, mütəfəkkirlərindən biri Məhəmməd Əmin Axund Hacı Molla Ələkbər oğlu Rəsulzadədir. XX əsrin astanasında Azərbaycan xalqının yetişdirdiyi Məhəmməd Əmin Rəsulzadə bütün həyatını xalqına və xalqının gələcəyinə həsr etmişdir. Məhəmməd Əmin Rəsulzadə sanki başına gələcək fəlakətləri bilirmiş kimi hələ gənc yaşlarından əlinə qələmi alıb gələcəkdə cavabsız qala biləcək sualları elə həmin dövrdə cavablandırır. Bu məqamlardan biri də XX əsrin əvvəllərində sumi şəkildə yaradılmış “Qarabağ” problemləri idi.

XX əsr dünyanın siyasi xəritəsində bir çox köklü dəyişikliklərin baş verməsi ilə yadda qaldı və Cənubi Qafqazda əsrin əvvəllərində Azərbaycan Xalq Cumhuriyyəti yarandı. Amma bu müstəqilliyə gedən yollar bir çox çətinliklərlə dolu idi. Bu çətinliklərin başında duran ən əsas məsələ ərazi bütövlüyümüzün təmin edilməsi oldu. Bu zaman Ermənistan tərəfindən daimi xarakter alan hücum təhlükəsinə qarşı gənc dövlət olan AXC hökuməti tərəfindən əhəmiyyətli tədbirlər görülmüşdür. Erməni millətçiləri AXC yarandıqdan sonra Azərbaycanın daxili və beynəlxalq vəziyyətində yaranmış mürəkkəb və ziddiyyətli vəziyyətdən istifadə edərək özlərinin uydurma "Böyük Ermənistan" yaratmaq ideyasını həyata keçirmək üçün geniş fəaliyyətə başlamışdılar. Bu istiqamətdə onların ilk hədəfi Zəngəzur və Qarabağı ələ keçirmək idi. Ancaq Azərbaycan hökumətinin barışmaz mövqeyi onların planlarının gerçəkləşməsinə imkan vermədi.

Hələ I Dünya müharibəsi başladıqdan sonra regionda fəallaşan “erməni məsələsi”nə münasibət bildirən M.Ə.Rəsulzadə 1914-cü ildə 10 noyabr tarixində “İqbal” qəzetinin 786-cı nömrəsində “Erməni məsələsi ətrafında” adlı məqaləsini dərc etmişdir. Məqalədə gec ya tez erməni xalqının müstəqillik qazanacağını proqnozlaşdıran müəllif bunun hansı şəkildə olacağını müəyyənləşdirməyə çalışır:

“Fəqət Ermənistan məsələsi nə kimi bir şəkil alacaq və onun sürəti-həlli nədən ibarət olacaq?” [3, s. 425].

Müəllif bu suallara heç rus mətbuatında da cavab

olmadığını nigaranlıqla qeyd edir. Rus mətbuatında ancaq rusların Erməniləri xilas edəcəyinin yazıldığı deyən müəllif bu bilinməzlikdən tək narahat olan tərəfin Azərbaycan ziyalıları olmadığını, eyni zamanda erməni ziyalıların da nigaran olduğunu qeyd edir.

I Dünya müharibəsi başlayandan bəri Osmanlının daxili probleminə çevrilən erməni məsələsinə M.Ə.Rəsulzadənin də məqalələrində yer verilmişdir. Bu məqalələrdən biri də 1916-cı il avqust ayının 15-də “Açıq söz” qəzetinin 259-cu nömrəsində dərc edilən “Türkiyədə ermənilər” adlı məqaləsidir. Məqalədə həm Osmanlıda baş verənlər təsvir edilir, həm də Osmanlıda yaşayan ermənilər ilə Qafqazda yaşayan ermənilərin müqayisəsi verilirdi. Uzun illər Osmanlıda ermənilərin dövlət işlərində çalışdığını qeyd edən müəllif Anadoluda türklər ilə ermənilər arasındakı fikir ayrılıqlarının 1877-ci ildən etibarən başladığını əks etdirir. Balkan xalqları Osmanlı imperiyasının tərkibindən ayrılmaq üçün mübarizəyə başladıkları zaman bu abu-hava ermənilərə də təsir etdi. Erməniləri bu mübarizədə təşkilatlandıran ilk növbədə erməni kilsəsi və din xadimləri, daha sonra isə 1890-cı ildən bəri fəaliyyət göstərən Daşnaksütyun partiyası olmuşdur. Bununla da Osmanlı dövlətində ermənilərə olan inam və etibarını itirmişlər.

I Dünya müharibəsinin sonlarına yaxın rusların ermənilərə vəd etdikləri köməyin mahiyyəti aydınlaşmış oldu. M.Ə.Rəsulzadə V.İ.Lelinin başçılığı ilə 1918-ci ildə Xalq Komissarları Şurasının qəbul etdiyi “Türkiyə Ermənistanı haqqında əmrnamə” ni rus dilindən tərcümə edərək “Açıq söz” qəzetinin 659-cu nömrəsində 1918-ci il yanvar ayının 19-da nəşr etdirmişdir. Sənədin adından da görünür ki, 1918-ci ilin əvvəllərində Ermənistanın Anadolu ərazisində yaradılması qərara alınmışdır. Qafqaz ermənilərinin rəhbəri olan Stepan Şaumyana göstəriş verilir ki nə köməklik lazımdırsa “Türkiyə Ermənistanına” edilsin.

Sonrakı aylarda və illərdə baş verən tarixi hadisələrin nəticəsində XIX əsrin ortalarından bəri yaradılmaq istənilən Ermənistan nəhayət ki, Qafqazda yaradıldı və beləliklə Qarabağın, Naxçıvanın və Zəngəzurun müharibə meydanına çevrildi, Qarabağda

erməni separatizmi özünün tüğyan həddinə gəlib çatmışdı. Azərbaycan Xalq Cumhuriyyəti adından F.X.Xoyski Ermənistan hökumətinə göndərdiyi notada bildirdi ki, Azərbaycanlılara qarşı təcavüz siyasəti qəti olaraq dayandırılmalıdır. Lakin münasibətləri bərpa etmək mümkün olmadı. [12, s. 136-137].

Azərbaycan hökuməti Cənubi Qafqaz respublikaları arasında bütün mübahisəli məsələləri və ixtilafı dinc yolla həll etmək üçün bir sıra addımlar atır. 1918-ci il dekabrın ayının 26-da Azərbaycan parlamentinin fəvqəladə iclasında M.Ə.Rəsulzadənin üç maddədən ibarət təklifi qəbul olundu. Təklif Ermənistan və Gürcüstan parlamentlərini öz respublikalarının hökumətlərini müharibəni dayandırmaq və sülhü bərpa etmək üçün qəti tədbirlər görməyə çağırırdı. Bu məqsədlə Gürcüstan və Ermənistan parlamentlərinə teleqramlar da göndərilmişdi. Teleqramlarda mübahisəli məsələləri qan tökmək yolu ilə deyil, sülh danışıqları aparmaq yolu ilə həll edilməsi zərurəti göstərilirdi. [7, s. 21].

Azərbaycan və Ermənistan respublikaları yaranan kimi İrəvanın təbliği, təhriki və təzyiqi ilə Dağlıq Qarabağdakı erməni əhalisinin müəyyən təbəqələri Azərbaycan respublikasının hakimiyyətini tanımaqdan imtina etdilər. Ermənistan hökuməti Dağlıq Qarabağın işğalı planlarını həyata keçirmək üçün oraya silahlı qüvvələr yeritdi" [8, s. 39]. Yuxarı Qarabağ problemini hələ XX əsrin əvvəllərində hərbi yolla həll etmək istəyən Ermənistan 1918-ci ildə general Andranikin silahlı quldur dəstələri Qarabağa yeridildi. Azərbaycan Xalq Cumhuriyyəti bu problemləri çətinliklə də olsa öz xeyrinə həll edə bilmişdir. M.Ə.Rəsulzadə 1919-cu il 28 avqust tarixində "Azərbaycan" qəzetində dərc edilən "Ərazi məsələsindəki müvəffəqiyyətimiz" başlıqlı məqaləsində elə bu məsələ ilə bağlı hesabatını oxucuların diqqətinə çatdırır: "Qarabağ erməniləri Azərbaycan hakimiyyətinə boyun qoydular." [6, s. 399].- deyən müəllif Naxçıvan, Şərur və Dərələyəz ərazilərindən də erməni silahlıların çıxarıldığını qeyd edir.

Ancaq problemlərin bununla bitmədiyinə diqqət çəkən müəllif hələ də Zəngəzur və Borçalı kimi problemlərin qaldığını təəssüf hissi ilə qeyd edir və bildiri ki Zəngəzur məsələsi nə yolla olursa olsun mütləq tezliklə həll ediləcək. Eyni mətbəə orqanının 263-cü sayında 1919-cu il 29 avqust tarixli məqaləsində müəllif sanki bundan əvvəlki məqalənin davamını oxucularına çatdırmışdır. "Məsuliyyətimiz artdı!" məqaləsində M.Ə.Rəsulzadə qeyd edir:

"Qarabağ, vətənimizin o gözəl bucağı həyat-iqtisadiyyəmizi parçalayan, sularımızın başını

tutaraq bizi fəlc bir halə qoymaq istəyən inadlı qonşularımızın ısrarından qurtardı.

Fəzlə qanlara məhəl vermədən erməni əhalisi məsələnin sülhən həllini iltizam edərək Azərbaycan hakimiyyətini qəbul etdilər." [6, s. 402].

Bu sətirlərdə bu günə qədər müasir Azərbaycan Respublikasının erməni yaraqlıları tərəfindən məruz qaldığı "su terrorunun" tarixinin hələ keçən əsrin əvvəllərindən başladığını görə bilərik. Bir əsirdən çoxdur ki, xisləti dəyişməyən bu mənfur qonşularımız AXC dövründə də bu gün olduğu kimi Qarabağa əl uzatmış, amma mənfur planları bu gün olduğu kimi puç olmuşdur. Məlumdur ki, AXC hökuməti Qarabağda nəzarəti ələ ala bilmək üçün 1919-cu ilin yanvar ayında burada Xosrov bəy Soltanovun rəhbərliyi ilə Qarabağ general - qubernatorluğunu yaratdı və bu qubernatorluğa Şuşa, Cavanşir, Cəbrayıl, Zəngəzur qəzalari daxil idi. X.Soltanovun ilk işi isə Qarabağdakı qaçqın problemini həll etmək idi. Xosrov bəy Sultanov 1919-cu il fevralın 12-də Şuşaya gələrək vəzifəsinin icrasına başlamışdır. AXC hökumətinin bu addımı Azərbaycanlı əhali tərəfindən böyük razılıqla qarşılanmışdır. Qubernatorluğun yaradılması Qarabağ ermənilərinin AXC hökumətini tanımalarında əsas amillərdən biri olmuşdur. Xosrov bəy Sultanov Şuşaya gələn kimi Qarabağ torpağını erməni terrorizmindən azad etmək üçün gərgin fəaliyyətə başladı.

Bildiyimiz kimi görülən bütün tədbirlərə baxmayaraq 1920-ci ilin yaz aylarından etibarən AXC-nin ilk öncə sərhədlərində yenidən suni problemlər yaradılmağa başlandı. Məqsəd isə AXC-nin diqqətini şimal sərhədlərin müdafiəsindən yayındırmaq və bununla da rus işğalını asanlaşdırmaq idi. M.Ə.Rəsulzadə 1920-ci ildə aprel ayındakı parlament çıxışlarının birində - "Qarabağda Azərbaycan istiqlal və hürriyyətinin düşməni olan bir ünsür tərəfindən fəsad və üsyan qaldırılmışdır. [6, s. 460] - ifadələri ilə vəziyyəti dövlət xadimlərinə çatdırmışdır. Parlamentdəki müraciətdə erməni pozuculuğunu bəhanə edərək rus qoşununun Azərbaycana gəlməsini təkid edən qüvvələri sərt tənqid edən M.Ə.Rəsulzadə qurulan oyunları çox yaxşı başa düşür və mane olmaq üçün əlindən gələni edir.

"Daşnaqların Qarabağdakı xəyanətlərindən istifadə edib hökuməti yıxmaq istəyirsiniz." [6, s. 462]. - deyən müəllif onların təklifləri ilə razılaşmamasının səbəbini izah edir.

"Azərbaycan" qəzetinin 1920-ci il altı aprel buraxılışında "Ordumuz zəfərdə" məqaləsində də müəllif Qarabağdakı hadisələri qələmə almışdır. Qarabağda separatçı fəaliyyətlə məşğul olan

qüvvələrin qarşısını ala bilmək üçün növbəti Əsgəran əməliyyatının başladıldığını və nigarançılığını qeyd edən M.Ə.Rəsulzadə bütün həqiqətləri ictimaiyyətə çatdırmağa çalışır. Eyni zamanda “Əsgəran alındı” ifadəsi ilə hadisələrin Qarabağda AXС-nin xeyrinə doğru cərəyyan etdiyini də oxucularına bildirir.

Lakin tarixdən də məlum olduğu kimi 1920- ci il aprel ayının 27-dən 28-nə keçən gecə Sovet Rusiyası tərəfindən AXС-nin istiqlalıyyətinə son qoyulur. Bu gün AXС-nin davamçısı olan Azərbaycan Respublikası 44 günlük “dəmir yumruq” əməliyyatı ilə keçən əsirdə yarımçıq qalan mübarizəmizi şanlı qələbə ilə yekunlaşdırmış oldu. Tarixi torpaqlarımız geri alındı. Yaşasın Azərbaycan! Yaşasın Azərbaycan əsgəri! Qarabağ Azərbaycandır!

Açar sözlər: *Cənubi Qafqaz, tarix, Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti, Daşnaksütyun partiyası, Qarabağ, erməni.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. *Abdullayev Ə. “Ermənistanın Azərbaycana qarşı təcavüzkarlıq siyasəti tarixindən. Bakı, Elm, 1995. 168. s*
2. *“Məhəmməd Əmin Rəsulzadə əsərləri I cild(1903-1909)” Bakı, Təhsil, 2017. 479.s*
3. *“Məhəmməd Əmin Rəsulzadənin əsərləri II cild(1909-1914)” Bakı, Şirvanəşr, 2001. 528.s*
4. *“Məhəmməd Əmin Rəsulzadənin əsərləri III cild(1915-1916)” Bakı, Elm, 2012. 596.s*
5. *“Məhəmməd Əmin Rəsulzadənin əsərləri IV vild(1917- aprel 1918)” Bakı, Qanun nəşriyyat, 2013.456.s*
6. *“Məhəmməd Əmin Rəsulzadənin əsərləri V cild(1918- aprel 1920)” Bakı, Qanun nəşriyyat, 2014. 564.s*
7. *Məmmədova.H. “Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə yuxarı Qarabağdasiyasi vəziyyət: Erməni terrorizminin güclənməsi (1918-1920). Bakı, Nağıl evi, 2006. 134.s*
8. *Nəcəfov B. Azərbaycan Demokratik Respublikası. Bakı, Bilik, 1992, 83 s.*
9. *Rəsulzadə M. “Azərbaycan Cümhuriyyəti.” Bakı, Gənclik, 1990.*
10. *Rəsulzadə M. “Əsrimizin Səyavuşu.” Bakı, Gənclik, 1991, 112s.*
11. *SPİHMDA.F. 277, siy. 2, iş 40*
12. *Azerbaydžanskaya Respublika. Dokumenty i materialy 1918-1920 gg. Baku, Elm, 1998, 616 s*

Summary

A LOOK AT THE HISTORY OF KARABAKH IN THE WORKS OF MAMMAD AMIN RASULZADEH Allahverdiyeva Surayya Ali gizi Doctoral student of Baku State University

One of the most important tasks facing historians in Azerbaijan is to study the history of Karabakh and the history of the conflicts around Karabakh. The notes taken by Mammad Amin Rasulzadeh on the intensifying problems regarding this issue starting from the time of the first republic of Azerbaijan are considered valuable historical sources. The article examines the attacks of the Armenian-Dashnaks to our territorial integrity, the forces that patronized them in this way, and the interference of Azerbaijani politicians in the events in the early twentieth century. During this research, reference was made to the works, articles and speeches of M.A. Rasulzadeh.

Keywords: *South Caucasus, history, Azerbaijan Democratic Republic, Dashnaksutyun party, Karabakh, Armenian.*

Резюме

ВЗГЛЯД НА ИСТОРИЮ КАРАБАХА В ПРОИЗВОДСТВАХ МОХАММАДА АМИНА РАСУЛЗАДЕ Аллахвердиева Сурайя Али гызы Докторант Бакинского Государственного Университета

Одна из важнейших задач, стоящих перед историками Азербайджана, - изучение истории Карабаха и истории конфликтов вокруг Карабаха. Заметки, сделанные Мохаммадом Амином Расулзаде по этому поводу в его исследовании углубляющихся проблем Азербайджана со времен первой республики, считаются ценными историческими источниками. В статье рассматриваются попытки армяно-дашнаков нарушить нашу территориальную целостность в начале XX века, покровительствующие им силы и вмешательство азербайджанских политиков в события. В ходе исследования были сделаны ссылки на работы, статьи и выступления М.А. Расулзаде.

Ключевые слова: *Южный Кавказ, история, Азербайджанская Демократическая Республика, партия Дашнакцутюн, Карабах, армянин.*

QARABAĞDA MƏSKUNLAŞDIRILAN ERMƏNİLƏRİN SAXTA QƏDİMLİK İDDİALARINA QARŞI GERÇƏK FAKTLAR

VÜQAR HACIYEV
AMEA-nın Məhəmməd Füzuli adına
Əlyazmalar İnstitutu,
doktorant

E-mail: vuqar.73@mail.ru

Giriş

XIX əsrin birinci yarısından başlayaraq Cənubi Qafqaza köçürülüb məskunlaşdırılan ermənilərin dünyanın heç bir yerində nə daimi vətəni, nə də dövlət quruluşu olmamışdır. XX əsrin əvvəllərində öz havadarlarının dəstəyi ilə Azərbaycan torpaqları hesabına özlərinə ilk dəfə dövlət quran ermənilər bir müddət sonra bu ərazilərə sonradan köçürüldüklərini nəinki inkar etdilər, üstəlik bu torpaqların qədim sakinləri olduqları haqda iddialar irəli sürməyə başladılar. Ermənilər qarşılıqlı qoyduqları bu məkrli niyyətlərini həyata keçirmək üçün ilk növbədə uydurma “Böyük Ermənistan” ideyasını ortaya atdılar. Özlərinin guya buranın qədim sakinləri olduqlarını sübut etmək üçün əsas məsələlərdən biri əsrlərdən bəri bu ərazidə yaşayan yerli qeyri-erməni əhalini sıxışdırıb çıxartmaq və bununla da say çoxluğuna nail olmaq idi. Erməni millətçiləri əsrin əvvəllərindən başlayaraq qarşıya qoyduqları məkrli planı həyata keçirmək üçün indiki Ermənistan ərazisi sayılan Qərbi Azərbaycan torpaqlarından azərbaycanlı və digər müsəlman əhalini son nəfərinədək məcburi surətdə qovdular. 80-ci illərin sonlarında isə ermənilər Dağlıq Qarabağa qarşı bir ərazi iddiasını həyata keçirməyə başladılar. Bu məqsədlə onlar Dağlıq Qarabağda yaşayan erməni millətindən olan sakinlərin guya türk-müsəlman əhalisi tərəfindən sıxışdırıldığını əsas gətirərək, saxta tələblərə, separatçılıq, təxribat və terrorçuluq əməllərinə əl atdılar. Onların bu planlarının ideya müəllifləri isə erməni siyasətçiləri və tarixçiləri idi. Buradan belə bir sual yaranır: əgər Ermənistan dövləti, erməni tarixçiləri Dağlıq Qarabağın işğalını burada yaşayan erməni azlığına qarşı Azərbaycan dövləti tərəfindən həyata keçirilən insan haqlarına zidd əməllərlə, xalqların dinc və

yanaşı yaşaması barədə prinsiplərin pozulması, erməni azlığının sıxışdırılması ilə əsaslandırıldısa (bu “əsaslandırma” indi də davam etdirilir), bu halda onlar, Ermənistan ərazisində yaşayan azsaylı və heç bir güc alətinə malik olmayan türk-müsəlman və digər xalqların nümayəndələrinin öz yurdlarından son nəfərinədək qovulmasını nə ilə əsaslandırırıdılar? Burada erməni tarixçi və siyasətçiləri əsassız olaraq Sumqayıt hadisələrini və onun Azərbaycanda ermənilərə qarşı milli, dini, etnik zəmində qəsdən törədildiyini bəhanə gətirirlər. Halbuki, ermənilər təkcə Sumqayıtda deyil, həmçinin say çoxluğu ilə paytaxt Bakı şəhərində, eləcə də Azərbaycanın demək olar ki, bütün böyük şəhərlərində yaşayırdılar. Əgər ermənilərə qarşı Azərbaycanda milli-etnik zəmində hər hansı qırğın, qətliam planlaşdırılsaydı, bu, təkcə Sumqayıtda deyil, bütün ölkə ərazisində həyata keçirilərdi, necə ki, bunu ermənilər öz dövlətlərində azərbaycanlılara qarşı dəfələrlə etmişlər.

Guya öz müqəddəratlarını təyin edən ermənilər azərbaycanlıların sıx yaşadıkları kənd və şəhərləri silah yolu ilə ələ keçirdilər, sakinlərin bir hissəsini qətl edildi, digər hissəsi isə qırğınlardan canlarını qurtarmaq üçün öz doğma və əzəli yurdlarını tərk etməyə məcbur oldular. Hələ müharibənin ilk illərində ermənilər Xocalı soyqırımını törətdilər. Uşaq, qadın, qocaya baxmadan dinc əhalini vəhşicəsinə qətl etdilər. Lakin ermənilər dinc sakinləri qətl etməklə kifayətlənməyib qədim türk yaşayış məskəni olan Xocalı şəhərini və ona yaxın qəsəbələri yerlə yeksan etdilər, buradakı tarixi abidələri isə dağıdıb yer üzündən sildilər. Ermənilər yerli türk-müsəlman xalqına aid izləri yer üzündən silməklə bu torpaqlara olan qədimlik iddialarını daha da möhkəmləndirmək niyyətini güdürlər.

Bu məqalənin məqsədi gerçək tarixi faktlar və mənbələr əsasında onların bu iddialarının saxta olduğunu sübut etməkdir.

Əsas mətn. Ermənilərin Cənubi Qafqazın, o cümlədən Qarabağın yerli xalqı olmadığını azərbaycanlı müəlliflərlə yanaşı, həmçinin rus, gürcü və hətta erməni tarixçi və siyasətçilərinin əsərləri, eyni zamanda xeyli arxiv sənədləri sübut edir.

Bu haqda rus tarixçisi N.Şavrov yazır: XX əsrin başlanğıcında Zaqafqaziyada yaşayan 1300000 ermənidən 1 milyondan artığı bu rayonun yerli əhalisi deyildir: onlar buraya bizim tərəfimizdən köçürülmüşlər [9, s.61].

Rus tarixçisi İ.Dyakonov yazır: “Qədim ermənilər, təxminən bizim eradan əvvəl birinci minillikdə, Fərat çayının yuxarı vadisi zonasında meydana gəlmişlər” [3, s.237].

Ermənilərin Qafqaza köçürüldükləri barədə (İrandan) diplomat və dramaturq A.Qriboyedovun “Ermənilərin İrandan bizim əyalətlərə köçməsi haqqında məktub və qeydlər”ini oxumaq kifayətdir.

A.Qriboyedov çara məktubunda yazır: “Ermənilər əksərən müsəlman mülkədarların torpaqlarında məskunlaşmışlar. Köçürülənlər özləri sıx haldadırlar və haqlı olaraq gileylənən müsəlmanları da sıxlaşdırırlar. Buradakı vilayət rəisi bildirir ki, o, yeni gələn ermənilərin çoxunu Araz ətrafında yerləşdirmək istəyib, lakin, onlar (ermənilər V.H) zati-alilərindən (sizdən V.H) özlərinin ilk dəfə müvəqqəti yerləşdirildikləri yerdə qalmaları üçün icazə verməyinizi xahiş ediblər və sizin razılığınızı alıblar”. Qriboyedov daha sonra yazır: “Biz həm də onlarla təklifləri xeyli müzakirələr etdik, hansı ki, bunları müsəlmanlarla çox uzun müddət çəkməyəcək hazırkı yüklə barışmaq və onlardakı təhlükə hissini ermənilərin ilk dəfə buraxıldıqları torpaqlara həmişəlik sahib olmaları hesabına aradan qaldırmaq üçün etməli idik” [6, 7, s.399-444].

İndiki Ermənistan dövlətinin guya “qədim və böyük Ermənistanın” mərkəzi, yəni Erməni Dağlığı, Qarabağın isə bu Dağlığın bir əyaləti olduğunu deyən erməni tarixçilərinin yalanlarını elə digər, məsələyə bir qədər obyektiv yanaşan erməni mənşəli alimlər öz yazılarında təkzib etmişlər.

1980-ci ildə M.Q.Nersisyanın redaktəsi ilə erməni tarixçilərinin kollektiv müəllifliyi ilə çap edilən “Erməni xalqının tarixi: Qədim

dövrədən bugünüməzə qədər” adlı kitabda qədim Ermənistandan- Erməni Dağlığından danışan müəllif, qısaca desək, Qara Dənizdən Xəzər Dənizinədək olan torpaqların, hətta Türkiyə, İran, Gürcüstan və Azərbaycana məxsus şəhərlərin belə, qədim Ermənistanın ərazisinə aid olduğunu yazır. Qədim Ermənistana aid olan 15 nəhəng əyalətin arasında Arsakın (Qarabağın) da adını çəkir. Bu cür uydurma tarixi isə yuxarıda deyildiyi kimi, bir çox erməni mənşəli tarixçilər öz tədqiqatlarında təkzib edirlər.

B.İşxanyan “Qafqaz xalqları” əsərində yazır: “Tarixi qədimliyə görə, ermənilərin Böyük Ermənistan adlandırdıqları əsl vətənləri Rusiya hüdudlarından kənarında, daha dəqiqi, Kiçik Asiyada yerləşir. Dağlıq Qarabağ ərazisində yaşayan ermənilərə gəlincə, onlar bir hissəsi xristianlığı qoruyub saxlamış qədim alban tayfalarından olan aborigenlər idi. Əhalinin digər hissəsi - hücumlardan və təqibdən ehtiyat edərək Azərbaycan torpaqlarında sığınacaq tapan İrandan və Türkiyədən olan qaçqınlar idi” [5, s.18].

Ermənilərin kim olduqlarını və harada təşəkkül tapdıqlarını, fikrimizcə, tanınmış alim Manuk Abeqyan daha dəqiq və düzgün ifadə etmişdir: “Erməni xalqının əsili nədir; necə və nə vaxt, haradan və hansı yollarla o buraya (İrəvan torpaqlarına - müəl.) gəlib, erməni olmağdan əvvəl və sonra hansı tayfalarla əlaqədə olub, onun dilinə, etnik tərkibinə kim necə təsir göstərmiş? Bizim əlimizdə bunları sübuta yetirən aydın və dəqiq dəlillər yoxdur.” [1, s.11].

Beləliklə, erməni tarixçilərinin ermənilərin hazırda məskunlaşdıqları ərazilərin yerli sakinləri olması haqda yazdıqlarının uydurma tarix olması sübut olunur.

XVIII əsrin əvvəllərindən çar Rusiyasının xarici siyasətində Qafqaz mühüm rol oynamağa başlamış və çarizm bu dövrdən etibarən cənubda öz strateji mövqelərini möhkəmləndirməyə çalışmışdır. Tarixi faktlar göstərir ki, Qafqaz həm siyasi, həm də iqtisadi mənafe baxımından, Rusiyanın daim diqqət mərkəzində olmuş və bu dövrdə çar Rusiyası Azərbaycanı işğal etmək, burada özünə dayaq yaratmaq məqsədilə ermənilərdən məharətlə istifadə etmişdir. Ermənilər də Rusiya imperiyasının onlara arxa duracaqlarına ümid bəsləyərək çarizmin Qafqazı işğal etməsinə köməklik göstərməklə öz məkrli siyasətlərini həyata keçirmək niyyətində olmuşlar.

Tarixi faktlar göstərir ki, strateji baxımdan mühüm əhəmiyyətə malik olan Azərbaycanın Qarabağ bölgəsinin dağlıq hissəsinə İrandan və Türkiyədən çoxlu sayda erməni əhalisinin köçürülməsinə XIX əsrin əvvəllərində başlanmışdır. Bu dövrdə regionun zəngin təbii sərvətləri üzərində nəzarəti ələ keçirmək istəyən çar Rusiyası XVIII əsrin sonu - XIX əsrin əvvəllərində Türkiyə və İrana qarşı müharibə apararkən "erməni amili"ndən siyasi alət kimi istifadə etməklə, əhalinin erməniləşdirilməsi siyasətini də həyata keçirmişdir.

Bu zaman ermənilərin köçürülməsinin əsas istiqamətlərindən biri məhz mühüm strateji əhəmiyyət kəsb edən Qarabağ ərazisi olmuş, bu bölgəyə çarizm tərəfindən xüsusi diqqət yetirilmişdir. Belə ki, XIX əsrin əvvəllərində Qafqaz qoşunlarının baş komandanı P.D.Sisianov Gəncəni tutduqdan sonra 1805-ci il 22 may 19 №-li raportunda yazırdı ki, Qarabağ özünün coğrafi mövqeyinə görə Azərbaycanın, eləcə də İranın qapısı hesab edilir, buna görə də onu itətdə saxlamalı və burada mövqeyimizi möhkəmlətməyə daha çox cəhd göstərməliyik [4, s.16].

Belə bir məqsəd tezliklə həyata keçirildi. 1805-ci il mayın 14-də Qarabağ xanı İbrahim xanla general Sisianov arasında müqavilə imzalandı [2, s.271].

Qarabağ xanlığı Rusiyanın tərkibinə daxil olan kimi P.D.Sisianov dərhal Qarabağda çarizmin mövqeyini möhkəmlətmək üçün Cənubi Qafqazın digər əyalətlərindən erməniləri bura köçürməyə başladı.

1822-ci ildə Qarabağ xanlığı ləğv edilərək əvəzində eyni adlı əyalət yaradıldı ki, bu əyalət də 1840-cı ildə Şuşa qəzası adı altında Kaspi (Xəzər) vilayətinə daxil edildi. 1868-ci ildə Yelizavetpol (Gəncə) quberniyası yaradılarkən Şuşa və Zəngəzur qəzaları bu quberniyanın tərkibinə verildi, daha sonra 1883-cü ildə Yelizavetpol (Gəncə) quberniyasının tərkibində Cavanşir və Cəbrayıl qəzaları təşkil olundu. 1917-ci ildə Şuşa qəzası Müvəqqəti hökumət vaxtında Xüsusi Zaqafqaziya komitəsinə tabe olan Yelizavetpol quberniyasına, 1918-1920-ci illərdə isə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti tərkibində Gəncə quberniyasına daxil olmuş və Qarabağın bu inzibati bölgüsü 1921-ci ilə qədər davam etmişdir [2, s.276].

Qarabağ əhalisinin sayı və etnik tərkibi haqqında ətraflı məlumat verən, eləcə də mühüm sənəd hesab edilən çar məmurları Yermolov və Mogilyovski tərəfindən tərtib edilmiş "Qarabağ əyalətinin

təsviri"yə görə, 1823-cü ildə Qarabağ əyalətində 20 min 95 ailə, o cümlədən 15 min 729 azərbaycanlı və 4 min 366 erməni ailəsi olmuşdur. Yəni hələ 1823-cü ilə qədər Qarabağa köçürülən ermənilərin hesabına əyalətdə onların sayı artıb 4 min 366-ya çatmışdır.

Qarabağın dağlıq hissəsində erməni əhalisinin xeyli dərəcədə çoxaldılması XIX əsrin 20-ci illərində, xüsusilə, Cənubi Qafqazın Rusiya tərəfindən işğal edilməsindən sonra baş vermişdir. 1804-1813-cü, 1826-1828-ci illər Rusiya-İran və 1828-1829-cu illər Rusiya-Türkiyə müharibələrinin gedişində, həm də sonralar ermənilərin İran və Türkiyədən kütləvi surətdə Cənubi Qafqaza, o cümlədən Qarabağa köçürülməsi nəticəsində burada onların sayı ilbəil artmağa başladı.

Qarabağın dağlıq hissəsinə əvvəlcə rəsmən 124 min, daha sonra isə qeyri-rəsmi olaraq xeyli erməni köçürülmüşdür. Ümumiyyətlə, 1828-1830-cu illər ərzində Qarabağın dağlıq hissəsinə 200 min erməni köçürülmüşdür. Bu faktları N.Şavrov belə təsvir edir: "1826-1828-cu illər müharibəsi qurtardıqdan sonra biz iki il ərzində - 1828-ci ildən 1830-cu ilə qədər 40 mindən çox İran və 84 min Türkiyə ermənisi köçürüb, onları demək olar ki, ermənilər yaşamayan Yelizavetpol və İrəvan quberniyalarında, Tiflis, Borçalı, Axalsıx, Axalkələk qəzalarının ən yaxşı dövlət torpaqlarında yerləşdirdik. Onların məskunlaşması üçün 200.000 desyatindən çox xəzinə torpağı ayrılmış və onlar üçün müsəlmanlardan 2 milyon manatlıqdan çox xüsusi sahibkar torpağı satın alınmışdı. Həmin ermənilər Yelizavetpol quberniyasının dağlıq hissəsi (Qarabağın dağlıq hissəsi nəzərdə tutulur - müəllif) və Göyçə gölünün sahillərində məskunlaşdırıldılar. Bunu da nəzərə almaq lazımdır ki, rəsmi olaraq köçürülən 124 min ermənidən başqa buraya qeyri-rəsmi köçənlərlə birlikdə onların sayı 200 min nəfərdən çoxdur" [7, s.63]. Bu fakt onu göstərir ki, köçürülən ermənilər, əsasən, ermənilər yaşamayan ərazilərdə yerləşdirilmişdilər.

Ermənilərin kütləvi şəkildə Qarabağa köçürülməsi nəticəsində burada yeni erməni kəndləri - Marağalı, Canyon, Yuxarı Çaylı, Aşağı Çaylı və s. kəndlər salınmışdı. Cənubi Azərbaycanın Marağa şəhərindən Qarabağın dağlıq hissəsinə köçürülərək orada məskunlaşan ermənilər 1828-ci ildən 150 il sonra, yəni 1978-ci ildə sovet dövründə, Ağdərə rayonunda həmin köçürülmənin

şərəfinə abidə ucaltmış (abidənin üzərində ermənicə "Marağa-150" sözləri yazılmışdı), lakin XX əsrin 80-ci illərinin sonunda, yəni Azərbaycana qarşı ərazi iddiaları qaldırdıqları zaman həmin abidəni özləri məqsədyönlü şəkildə dağıtmışlar.

Beləliklə, Türkmənçay müqaviləsindən sonrakı iki ildə çar Rusiyasının himayədarlığı nəticəsində ermənilər Azərbaycanın müxtəlif yerlərində, o cümlədən Qarabağın dağlıq hissəsində məskunlaşmağa nail oldular. Çarizmin ermənilərə olan bu diqqəti və himayədarlığı sonrakı illərdə də özünü göstərirdi. Belə ki, 1829-cu il Ədirnə müqaviləsi ilə Osmanlı imperiyasından da ermənilərin yenidən işğal olunmuş Azərbaycan torpaqlarına köçürülməsi həyata keçirilməyə başlandı. Bu köçürülmə prosesinin davamı olaraq 1877-1879-cu illər Rusiya-Türkiyə müharibəsi illərində də Türkiyədən Cənubi Qafqaza daha 85 min erməni köçürülmüşdür [7, s.18].

XIX əsrin sonu - XX əsrin əvvəllərində Cənubi Qafqaza ermənilərin köçürülməsi daha geniş vüsət aldı. Belə ki, təkcə 1896-cı ildən 1908-ci ilə kimi keçən 13 ildə bu regiona 400 min erməni köçürülmüşdü. Bu barədə N.Şavrov yazır: "1896-cı ildə general-adyutant Şeremetyev Zaqafqaziyada yaşayan ermənilər haqqında məlumatında onların sayının 900 min nəfər olduğunu göstərmişdir. 1908-ci ildə isə onların sayı 1 milyon 300 min nəfərə çatmışdır, yəni bu müddət ərzində ermənilər 400 min nəfərdən artıq çoxalmışlar. Hal-hazırda Zaqafqaziyada yaşayan 1 milyon 300 min ermənidən 1 milyon nəfəri diyarın köklü sakinləri deyillər və onlar buraya bizim tərəfimizdən köçürmüşlər" [9, s.64].

Nəticədə, Qarabağın dağlıq hissəsinə ermənilərin kütləvi şəkildə köçürülməsi bölgədə demografik vəziyyətə ciddi təsir göstərmişdir. Belə ki, 1897-ci ildə əhalinin siyahıya alınması zamanı Qarabağda yaşayan 54 min 841 ailədən 29 min 350-nin azərbaycanlı, 18 min 616-nın isə erməni ailəsi olduğu bildirilir. 1917-ci ildə isə Qarabağda ermənilərin sayı gəlmələrin hesabına artaraq ümumi əhalinin 46%-ni, azərbaycanlılar isə 51 %-ni təşkil etmişdir [7, s.19].

1917-ci ilin "Qafqaz gündəliyi" məcmuəsinin yazdığına görə, Qarabağda 199 min azərbaycanlı (58,3%) və 142 min erməni (41,7%) yaşayırdı. Göründüyü kimi, çar Rusiyasının himayəsi sayəsində süni sürətdə ermənilərin mərhələ-mərhələ

köçürülüb Qarabağda yerləşdirilməsinə baxmayaraq azərbaycanlılar həmin torpaqların əzəli sakinləri olmaqla bütün dövrlərdə çoxluq təşkil etmişlər.

"Qafqaz gündəliyi"ndə verilən statistik məlumatlar sübut edir ki, indiki Ermənistan Respublikasının ərazisində də əvvəllər azərbaycanlılar ermənilərdən xeyli çox olmuşdur. Məsələn, 1886-cı ildə Gəncə (Yelizavetpol) quberniyasının Zəngəzur qəzasındakı 326 kənddən 154-ü azərbaycanlı kəndi (45,7%), 91-i kürd kəndi (27,8%) və yalnız 81-i erməni kəndi (24,8%) olmuşdur. 1889-cu ildə Zəngəzur qəzasının azərbaycanlı əhalisi ermənilərdən 1500 nəfər çox olmuşdur. 1897-ci ildə isə Zəngəzurun əhalisi 142 min nəfər olmuşdur ki, onlardan 71,2 min (50,1%) azərbaycanlı, 63,6 min nəfəri isə (44,8%) erməni olmuşdur [8, s.23].

Ermənistan SSR-in Mərkəzi Statistika İdarəsinin 1962-ci ildə nəşr olunmuş statistik məcmuəsində göstərilir ki, 1831-ci ildə İrəvan şəhərinin 18 min 766 nəfər əhalisinin 15 min 992 nəfəri, 1866-cı ildə isə 27 min 246 nəfərdən 23 min 627 nəfəri azərbaycanlı olmuşdur (yəni əhalinin 85,2%-i). Z.Korkodyanın 1932-ci ildə İrəvanda nəşr olunmuş "Sovet Ermənistanının əhalisi 1831-1931" kitabında da qeyd edilir ki, İrəvan quberniyasının İrəvan, Eçmiədzin, Yeni Bəyazid, Aleksandropol qəzalarında, Yelizavetpol (Gəncə) quberniyasının Zəngəzur və Qazax-Dilican qəzalarında, Tiflis quberniyasının Lori-Pəmbək (Borçalı mahalı) qəzasında 2310 yaşayış məntəqəsindən 2000-i azərbaycanlılara məxsus olmuşdur [8, s.22]. İrəvanda yaşayan 10 min nəfər əhalinin 7 min nəfəri azərbaycanlı olmaqla yanaşı, eləcə də xanlığı idarə edən 40 nəfərin hamısı azərbaycanlılar olmuşlar. 1920-ci ilədək İrəvan quberniyasında, xüsusilə İrəvan qəzasında azərbaycanlı əhalinin sayı xeyli çox olmuş, yəni qəzada olan 99 min nəfər əhalinin 62,6 min nəfəri (66%) azərbaycanlı, 36,4 min nəfəri (34%) isə erməni olmuşdur [8, s.23].

Azərbaycanın Qarabağ bölgəsinin dağlıq hissəsinə XIX əsrdə köçürülən ermənilərə 1923-cü il iyulun 7-də muxtar vilayət statusu verildi ki, bu da sovet Rusiyasının himayəsi və iştirakı ilə həyata keçirildi.

XX əsrin 80-ci illərinin ikinci yarısında ermənilər özlərinin yaxın və uzaq xaricdəki himayədarlarının köməkliliyi ilə SSRİ-də yaranmış aşkarlıq və demokratiya şəraitindən istifadə edərək

yenidən Azərbaycanın Dağlıq Qarabağ bölgəsinə dair ərazi iddiaları irəli sürdülər. Məhz onların hərbi və siyasi dəstəyi ilə də Dağlıq Qarabağ və ətrafındakı 7 rayonu işğal etdilər. Lakin 27 il sonra Azərbaycan dövləti Qarabağı erməni işğalçılarından azad etdi. Dağlıq Qarabağa verilən muxtariyyət statusu ləğv edildi. Ermənilərə Qarabağın yalnız bir hissəsində Azərbaycan vətəndaşı statusu ilə yaşamaq icazəsi verildi.

Nəticə. Yekunda olaraq onu demək mümkündür ki, ermənilərin Cənubi Qafqazın yerli xalqı olmaları ermənilərin özlərinin yazdığı saxta tarix kitablarından başqa heç bir tarixi, arxeoloji mənbədə, bu regionun heç bir maddi və ya mənəvi mədəniyyətində öz əksini tapmamışdır.

Açar sözlər: *Cənubi Qafqaz, Qarabağ, Rusiya, ermənilər, köçürülmə*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. *Abeqyan M. Erməni ədəbiyyatı tarixi, İrəvan, 1975, səh.11 (rus dilində).*

2. *Azərbaycan tarixi üzrə qaynaqlar. / Tərtibçilər: S.Əliyarov, F.Mahmudov və b./ - Bakı, 1989, 328 s.*

3. *Dyakonov İ. Erməni xalqının ilkin tarixi, İrəvan, 1968, səh. 237, (rus dilində)*

4. *Xəlilov X. Qarabağın elat dünyası. Bakı, 1992, 119 s.*

5. *İşxanyan B. Qafqaz xalqları, Petroqrاد, 1916, səh.18 (rus dilində).*

6. *Qriboyedov A.S. Seçilmiş əsərləri, 2-ci cild, M.1977, səh. 399-444.*

7. *Qriboyedov A.S. Ermənilərin İrandan bizim əyalətlərimizə köçürülməsi. Məktublar və qeydlər.*

8. *Məmmədov İ., Əsədov S. Ermənistan azərbaycanlıları və onların acı taleyi (qısa tarixi oçerk). Bakı, 1992, 72 s.*

9. *Şavrov H. Zaqafqaziyada Rusiya məsələsinə yeni təhlükə.-Peterburq, 1911, səh.6*

Гаджиев Вугар

ИСТИННЫЕ ФАКТЫ ПРОТИВ ЛОЖНЫХ ПРЕТЕНЗИЙ АРМЯН, НАСЕЛЕННЫХ В КАРАБАХЕ

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается население армян на Южном Кавказе, в том числе в Карабахе, в

начале 19-20 веков.

Мнимые утверждения о том, что армяне являются местными или древними жителями региона, были опровергнуты на основании реальных исторических фактов и источников.

Ключевые слова: *Южный Кавказ, Карабах, Россия, армяне, переселение*

Hajiyev Vugar

TRUE FACTS AGAINST FALSE CLAIMS OF ARMENIANS POPULATED IN KARABAKH

RESUME

The article examines the settlement of Armenians in the South Caucasus, including in Karabakh, at the beginning of the 19th and 20th centuries.

The alleged claims that the Armenians are local or ancient inhabitants of the region have been refuted based on real historical facts and sources.

Keywords: *South Caucasus, Karabakh, Russia, Armenians, resettlement*

İqtisadiyyat

DAYANIQLI İNKİŞAFIN ÖLÇMƏ METODİKASI: ADEKVATLIQ PROBLEMİ

VÜQAR BAYRAMOV

*İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent.
Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası
İqtisadiyyat İnstitutu,
aparıcı elmi işçi*

*E-mail: bayramov.vuqar@gmail.com
bayramov.vuqar@hotmail.com*

Giriş

Əgər nəzərə alsaq ki, bir qayda olaraq kəmiyyətə ifadə edilə bilənlər ölçülür, əvvəl və sonra arasındakı konkret və bir-birini əvəzləyən situasiyaların keyfiyyət xarakteristikaları nəinki ölçülmür, heç müqayisə də olunmur, onda inkişafın həm proses, həm də nəticə olaraq adekvat dəyərləndirilməsi aspektindən müşkül problemlərin meydana çıxması qaçılmaz olur. Yəni, həm real situasiya və onun gerçək məzmunu ilə bağlı, həm də həmin zaman kəsiyində əldə edilmiş nəticələrin proqnozlarının həqiqiliyini şübhə altına alır. C.Stiqlist yazır ki, 2008-ci il qlobal maliyyə böhranına bir ay qalmış bir toplantı keçirdik və yaxın gələcəkdə baş verə biləcək dəyişiklikləri müzakirə etdik. Lakin, heç kimin ağına gəlmədi ki, cəmi bir ay sonra bütövlükdə qlobal sistemi silkələyəcək bir sistem böhranı baş verəcəkdir.

Yaxud, başqa bir misal! Məsələn, vaxtilə qlobal sisteminin təhlükəsizliyinin öyrənilməsi üçün dinamik sistemlər nəzəriyyəsi bazasında Forresterin dinamik modeli tərtib edilmişdir... Məlumdur ki, bu model əsasında artımın həddləri haqqında gəlinən nəticə...əsində, real gerçəkliyin deyil, qapalı sistemlərin aksiomalarından biri kimi ortalığa qoyulmuşdur. Bu “aksioma” əsasında verilən proqnoz riyazi nəzəriyyələrin aksiomasından başqa bir şey deyildir. O vaxt, 1960-cı illərin əvvəlində proqnozlaşdırılmışdır ki, kəşf olunmuş neft ehtiyatları 42 il ərzində tükənəcəkdir. Yəni, hardasa 2003-2005-ci illərdə dünyada neft ehtiyatları tam şəkildə qurtarmalı idi. Maraqlıdır ki, bu gün də hesab olunur ki, neft 42 ildən sonra tükənəcək???

Reallığın təsvirində yer alan yalnızlığın yaxud natamamlığın anatomiyasına ötəri nəzər salmaqla problemin harada “gizləndiyini” üzə çıxarmaq mümkündür. Rəqəm – yalnız nəticəsi hesablan

bilən proses və hadisələrin təsvirində müəyyən əhəmiyyətə kəsb edir. İnkişaf prosesində sosio-psixoloji amillərin əvəzilməz rol oynamağına baxmayaraq, kəmiyyətə qiymətləndirmə imkanlarına sahib deyildir. Məsələn, qərar qəbul etmə prosesinin gedişini araşdırmaqla nə qədər mürəkkəb və ölçüyə gəlməz amillərin yer aldığı görmək olar. Eləcə də, iqtisadi subyektlərin davranış tərzini dəyişmələrinin nədən baş verdiyini heç də həmişə anlamaq mümkün olmur. Bir çox hallarda intuitiv qərarlar qəbul olunur ki, onun da rəşional elmi dərki son dərəcə müşkül məsələdir.

Dayanıqlı inkişafın ölçülməsinə metodoloji yanaşmalar

Artıq heç bir şübhə yoxdur ki, inkişaf prosesində uğur qazanmağın əsas ağırlıq mərkəzlərindən biri psixologiyayı özündə ehtiva edir. Məlum olduğu kimi, psixoloji olanlar yalnız subyektiv yolla (sorgu və s.) dəyərləndirilə bilər. Bu aspekt reallığın gerçək mənzərəsini anlamağın əsaslarını əməlli-başlı erroziyaya uğradır.

İqtisad elmində iqtisadi inkişaf səviyyəsinin ölçmə metodikası – ən mühüm metodoloji problem olaraq qalmaqdadır. “İqtisadi inkişafın əsas göstəricisi nədir?” sualına iqtisadi fikir tarixində müxtəlif cavablar verilir:

- 1) Marksist yanaşma: Kapitalın üzvi quruluşunun yüksəlməsi;
- 2) Neoklassik yanaşma: Emaledici sənayenin xüsusi çəkisinin artımı;
- 3) Postindustrial yanaşma: üçüncü sektorun – xidmət sektorunun xüsusi çəkisinin yüksəlişi.

Göründüyü kimi, sadalanan yanaşmalar birmənalı olaraq, kəmiyyət xarakterlidirlər və inkişaf prosesinin keyfiyyət aspektinin şərh baxımından yetərli deyildirlər.

Eyni zamanda, birinci iki yanaşma – industrial eranın problemə yanaşma tərzini özündə ehtiva edir və mahiyyətə inkişaf prosesinin elementləri statusundan kənara çıxır. Həmçinin, xidmət sektorunun artımı da inkişafın universal göstəricisi kimi çıxış edə bilməz. Ən azı, ona görə ki, bu sektorun artımının müəyyən sərhədləri mövcuddur və o sonsuzluğa qədər davam etmə iqtidarında deyildir.

Uzun illər ərzində, sırf metodiki prizmadan, yəni inkişaf səviyyəsinin konkret formada müəyyənləşdirilməsi aspektindən də çox sadə bir asılılıq qoyulmuşdur:

$$\dot{I}_i = \dot{I}_a + H_y$$

Burada:

$\dot{I}_i \rightarrow$ iqtisadi inkişaf;

$\dot{I}_a \rightarrow$ iqtisadi artım;

$H_y \rightarrow$ həyat səviyyəsinin yüksəlişi;

Sonuncunun qiymətləndirilməsində

32 göstəricidən (qida rasionundan tutmuş adambaşına kağız istehlakına qədər) istifadə olunurdu. Amma, bu aspektdə qiymətləndirmə populyarlıq qazanmamışlar. Adətən, inkişaf=artım eyniyyətindən çıxış edilirdi. Yəni, elmi nöqteyi-nəzərdən keçmiş zamanla əlaqələndirilir. Əslində isə hələ də sözügedən eyniyyət öz varlığını saxlamaqdadır.

Beləliklə, apardığımız nəzəri-metodoloji araşdırmalar da göstərir ki, mahiyyətə keyfiyyət dəyişiklikləri sistemi kimi çıxış edə inkişaf prosesinin universal xarakterli kəmiyyət göstəricisi yoxdur və olması da prinsipə mümkün deyildir. Əvvəllərdə qeyd etdiyimiz kimi, növbələşən müxtəlif situasiyaların müxtəlif keyfiyyət səviyyələrinin müqayisəsindən qeyri bir universal ölçmə üsulu yoxdur. Eyni zamanda, bu nöqteyi-nəzərdən (mütləq “yoxluq” anlamından) bir aspektdə diqqət yetirilməsini məqsədəuyğun hesab edirik. Belə ki, inkişafın əslində iki istiqamətdə ölçülməsini istəyirik: həm proses, həm də nəticə kimi! Hesab edirik ki, çıxılmazlıq situasiyasının yaranması (hesablama üsulunda yaxud adekvat göstəricilərin seçilməsində və əsaslandırılmasında) əsasən inkişafın proses kimi qiymətləndirilməsində müşahidə edilir.

Yəni, dinamik prosesi yaxşı iqtisadi hərəkəti “gediş” dövründə, məqsədə çatmanın hansı mərhələdə olduğunu müəyyənləşdirmək üçün dəyərləndirmənin mürəkkəbliyi, hətta mümkün-süzlüyü tamamilə təbii-obyektiv səciyyə daşıyır.

İnkişaf baş tutdumu sualına yalnız prosesin sonunda, yəni nəticədə adekvat qiymət vermək olar. Başqa sözlə, keyfiyyət səviyyələrinin müqayisəsi əvvəl və sonun müqayisəsinə istinadla aparılmalıdır. Hesab edirik ki, əks yanaşma, yəni prosesi ölçmə cəhdləri ən yaxşı halda hissəvi xarakterli kəmiyyətə qiymətləndirmədən kənara çıxma bilməyəcək və keyfiyyət aspektini “görməməzlikdən” gəlməklə uğursuzluğa ürcəh olacaqdır.

Ümumiyyətlə, ölçmə ilə bağlı problemin qoyuluşu belədir ki, mövcud metodika mürəkkəb sosio-iqtisadi sistemlərdə inkişafın səviyyəsi və effektivliyini üçlü vəhdətdə (iqtisadi effektivlik, sosial ədalət, ekoloji təhlükəsizlik) əks etdirə bilmir. Bununla əlaqədar olaraq, BMT (Dayanıqlı inkişaf üzrə komissiya, ətraf mühitin mühafizəsi proqramı və s.), “Roma klubu”, Beynəlxalq sistemli tədqiqatlar institutu və s. və i. a. Dayanıqlı inkişafın monitorinqi və səviyyəsini ölçmə imkanı yarada biləcək göstəricilər (indikatorlar) sistemi ilə bağlı araşdırmalar həyata keçirilir. Və, hesab edilir ki, bu aspektdən bütün səviyyələr – qlobal, milli, ölkələr qrupu, regional, lokal və s. əhatə olunmalıdır. Yalnız qlobal, yaxud milli səviyyədə dayanıqlı inkişafın gedişi (monitorinqi) və nəticəsi (səviyyəsi) aspektində həyata keçirilən ölçmə proseduru reallığı tam və sistemli formada təcəssüm fərdləşməyə kifayət deyildir. Bu təsbitlə razılaşmaq olar. Federativ quruluşlu ölkələrdə qeyd edilən səviyyə müxtəlifliyi həqiqətən də mühüm yer tutur. Dayanıqlı inkişafın gedişinin monitorinqi müxtəlif səviyyələr üzrə aparıldığı təqdirdə, problem yaranan yaxud yaratma ehtimalı olanların aşkarlanması və preventiv tədbirlərin görülməsi aspektində daha əlverişli şərait formalaşsa bilər. Amma, yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi dayanıqlı inkişafın proses olaraq qiymətləndirilməsi yaxud bu rakursdan hər hansı bir inteqral göstəricinin tətbiqi çox müşkül bir problemdir. Yekun etibarı ilə, bu anlamda inkişaf trayektoriyasının gedişini ehtimallı – induktiv məntiqlə “seyr” etmək olar, lakin onun konkret sərhədlərini və prosesin gedişində ardıcıl olaraq baş verən “yerdəyişmələrin” məhz “inkişaf” olduğunu qiymətləndirmək mümkün-süzlüyü prinsipal səciyyə daşıyır.

İnkişafın ölçü proseduru dünya ölkələrinin əksəriyyətində ÜDM-un artım templəri üzərində bərqərarlıdır. Hesab edirik ki, ölçü proseduru

keyfiyyətində ÜDM-a istindala tətbiq edilən paradiqma situasiyanın gerçək mahiyyətini anlamağa yardımçı ola bilməz. Məsələn, əksər ərəb ölkələrində ÜDM-un artımı enerjidaşıyıcılarının satışı əsasında baş verir və dünya bazarı konyukturasından mütləq asılılıqdadır. Bu, eyni zamanda, yalançı inkişaf illüziyası yaratmaqla bahəm dayanıqlılığın əks istiqamətində yer alır. Beləliklə, sözügedə ölkələrdə yalnız “indi”, yalnız “bugün” aktual olur. Uzunmüddətli dövrdə sonrakı nəsillərin hansı fəlakətlərlə qarşılaşacaqları “gələcəyin işi kimi” bir kənara qoyulur.

Digər tərəfdən, ÜDM-un adambaşına düşən hissəsi konkret deyil, ümumiləşdirilmiş göstəricidir. Belə ki, bölgünün real mənzərəsini əks etdirmir. Əhalinin maddi təminat və həyat səviyyəsinin həqiqətdə necə olduğunu bu göstərici əsasında müəyyənləşdirmək müşkül məsələdir. Real gəlirlər üzrə əhali qrupları arasında 1:100-ə və daha çox fərq ola bilər və olur da! Yəni, müəyyən qrup istisna olmaqla əhalinin böyük hissəsinin həyat səviyyəsi heç də yüksək olmur və s.

Qısaca şəkildə desək, ÜDM – sosial ədalət və ekoloji təhlükəsizliklə bağlı hər hansı bir informasiya daşıyıcısı deyildir. Yəni, sosio-iqtisadi sistemin dayanıqlılığı nöqtəyi-nəzərindən çox mühüm əhəmiyyət kəsb edən sosial ədalət və ekoloji təhlükəsizliklə bağlı vəziyyətin necə olduğunu, bu sferalarda nələrin baş verdiyini özündə ehtiva etmir. Gələcəkdə normal, dayanıqlı cəmiyyətin mövcudluğunu şərtləndirən iki əsas sfera nəzər-diqqətdən kənar qalır. Buna görə də, ÜDM-u inkişafın universal göstəricisi kimi səciyyələndirmək və onun artım templerinə istinadla inkişaf proqnozları hazırlamaq mənasızdır. Hal-hazırda dünya, əsasən inkişaf etmiş ölkələr dayanıqlılığın inteqral göstəriciləri kimi Dünya Bankının hazırladığı korrekte olunmuş xalis yığıcı indeksi və insan inkişaf indeksindən istifadə edirlər. [3]

Göstəricilər sistemi kimi BMT-nin 2015-ci ildə qəbul etdiyi Dayanıqlı inkişafın Məqsədləri (2016-2030) də istifadə oluna bilər. Sözügedən DİM sistemi 17 məqsədi, 169 vəzifəni və 230 göstəricini özündə ehtiva edir. 17 məqsədin 7-i sosial sferaya, 4 – iqtisadi, 2 – siyasi, 4 – ekoloji sferaya aiddir. Əsas diqqət sosial inkişaf sferasına yönəlmişdir. Bu məqsədlərin elmi cəhətdən əsaslandırılmasını birmənalı şəkildə qiymətləndirmək mümkünsüz

görünür. Belə ki, həm siyasi, həm də sosial sferada məqsəd – arzu edilən gələcəyin subyektiv obrazı kimi anlaşıla bilər. Yəni, obrazın gerçəkləşmə ehtimalı hər hansı bir elmi bazaya söykənmir. Bu rakursdan hər şey dəyərlərin qarşılıqlı bağlılıq dərəcəsiindən asılı olur ki, bu bağlılığın da məqsədyönlü şəkildə təşkili haradasa imkansızdır. Buna görə də, hesab edirik ki, qeyd edilən sferalara münasibətdə (dayanıqlı inkişaf kontekstindən) məqsədliliyin (sırf elmi prizmadan) iqtisamətliklik anlayışı ilə əvəz olunması daha düzgün sayıla bilər: yəni, prosesin yönləndirilməsi.[8]

Başqa sözlə, dayanıqlı inkişafı bağlı konkret məqsədləri deyil, “seçilmiş yol”un (inkişaf yolunun) məqsədyönlümlüyü ön plana çıxarılmalı və monitoring də məhz bu xüsusi gerçəkçi formada dəyərləndirilməlidir.

Göründüyü kimi, dayanıqlı inkişafın ölçülməsi problemi bu gün də problem olaraq qalmaqdadır. Nəzəri metodoloji bazanın adekvat şəkildə formalaşmaması metodiki aparatın analoji situasiyada qalmasını şərtləndirən əsas amildir. Digər tərəfdən, ümumiyyətlə inkişaf prosesinin (dayanıqlı və dayanıqsız) ölçmə prosedurunda mövcud olan problemlər, yəni keyfiyyət aspektinin ölçüyə gəlməməsi də bu rakursdan əngəl törədən amillər sırasındadır.

Dayanıqlı inkişafın ölçülməsi üzrə BMT-nin eqidası altında aparılan tədqiqatlarda iki müxtəlif yanaşma ortalığa qoyulmuşdur: 1) Göstəricilər yığıcı; 2) Kompleks göstəricilər; Fərq ondadır ki, ikinci variantda beynəlxalq müqayisənin aparılması birinci variantda (göstəricilərin say çoxluğu) nisbətən daha asandır. Lakin bu halda alınan nəticənin gerçəkliyi şübhəli olur. Sonrakı araşdırmaların yekununda (2012-ci il) dayanıqlı inkişaf göstəricilərinin (kapital və siyasətə kombine olunmuş formada) 3 qrupda qruplaşmasının məqsəduyğun olduğu qeyd edilmişdir: 1) 60 göstərici yığıcı; 2) 90 göstərici; 3) 24 göstərici yığıcı; Bununla belə, ayrı-ayrı ölkələr də öz milli metodikalarını hazırlamaqda israrlıdırlar. Bu məqsədlə bir çox hallarda insan inkişafı indeksinin insanın dayanıqlı inkişafı indeksi kimi modifikasiyasını (dayanıqlılıqla bağlı göstəricilər əlavə etməklə) həyata keçirirlər.

Hesablama metodikası aşağıdakı formada təqdim olunur:

$$Idii = \sqrt[4]{i * i * i * i}; [7]$$

Burada:

İdii – insanın dayanıqlı inkişaf indeksi;

I_1 – orta ömür uzunluğu indeksi;

I_2 – Təhsil indeksi;

I_3 – ÜDM-un dəqiqləşdirilmiş indeksi;

I_e – ekoloji indeks.

Və hər bir indeks İİİ-də olduğu kimi hesablanır:

$$\text{İndeks} = \frac{\text{faktiki göstərici} - \text{minimal göstərici}}{\text{maksimal göstərici} - \text{minimal göstərici}}$$

Belarusun statistika xidmətində yuxarıda təsvir etdiyiniz düstur aşağıdakı formada verilir:

$$\text{İdii} = \frac{i + i + i + i}{4} [6]$$

Ədalət namın, qeyd etmək lazımdır ki, ölçünün indeks metodikası real situasiyanın məzmunu ilə bağlı heç də dəqiq və təfəssilatlı məlumat vermir. Məsələn, əgər hansısa bir ölkədə təhsil alanların xüsusi çəkisinin 10% aşağı düşməsi kifayətdir ki, göstəricinin səviyyəsi kəskin şəkildə aşağı düşsün. Və, əgər bura indekslərin hesablanması üçün zəruri olan informasiyaların toplanması və əldə edilməsi üsullarını da əlavə etsək, onda bu məsələ ilə bağlı hansısa bir riyazi dəqiqlikdən bəhs etməyin mənasız olduğunu anlamaq o qədər çətin olmayacaqdır.

Bir sıra tədqiqatlarda da, iii-nin universallığı dərəcəsi qəbul olunmuşdur. Bu indeks:

1) İnsan inkişafının kompleks ölçüsü deyildir;

2) Mövcud imkanlarının yalnız üç aspektini: ÜDM, təhsil və ömür uzunluğu – özündə ehtiva edir;

3) İnsan inkişafının qısamüddətli dövrünü ölçməkdə acizdir;

4) Ölkədaxili müstəvidə insan inkişafındakı fərqlilikləri nəzərə almır. [5, s.41]

Və, məhz buna görə də, indeksə – ən azı – ekoloji təhlükəsizlik göstəricisi də əlavə olunmalıdır. Amma, sosial ədalətlə necə davranmaq lazımdır (indeksə daxil etmək rakursundan) sualının üstündən sükutlə keçirilir.

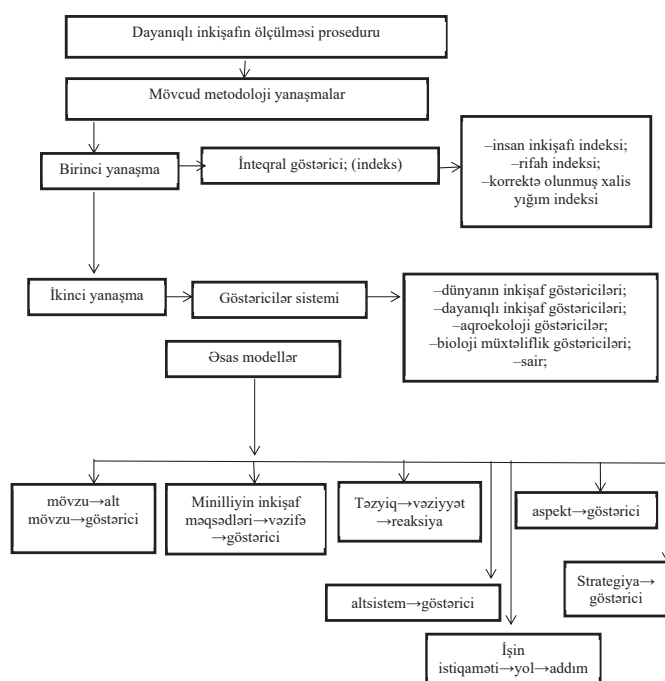
C.Stiqlist və A.Senin rəhbərliyi altında fəaliyyət göstərən (2008, Fransa) sosial tərəqqi və iqtisadi effektivliyin ölçmə problemləri üzrə Beynəlxalq Komissiya, həyat səviyyəsinin ölçülməsində subyektiv rifah göstəricisindən (ev təsərrüfatlarının sorğusu əsasında) istifadəni təklif etmişdir. [1] Və, 2010-cu ildən etibarən İƏİT rifah indeksini hesablamaktadır. Rifah anlayışının tərkib

elementləri kimi aşağıdakılar götürülür:

1) Fiziki şərait – mənzil şəraiti, gəlirlər, iş yeri;

2) Həyat keyfiyyəti – ətraf, təhsil, ekologiya, vətəndaş haqları, səhhət, həyatdan məmnunluq, təhlükəsizlik, iş və şəxsi həyat arasında balans – yəni, asudə vaxtın interval uzunluğu;

Dayanıqlı inkişafın monitorinqi və qiymətləndirilməsində istinad edilən metodoloji müstəvi kifayət qədər rəngarəngdir (şək.1.). Şəkildən görüldüyü kimi, ölçmə proseduru metodoloji prizmadan iki yanaşma, 7 model (metodik anlamda) tətbiq olunur. Və, hər bir metodiki model fərqli çıxış nöqtəsinə istinad edir.

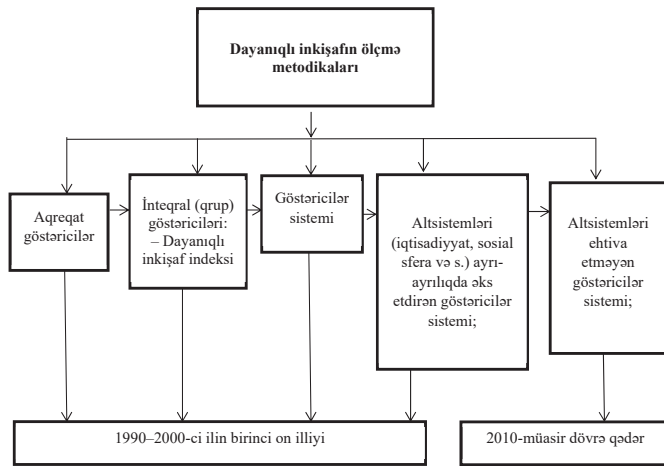


Şəkil 1. Dayanıqlı inkişafın ölçülməsinə metodoloji yanaşmalar.

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Mənbə: Л.Лагодич. Измерение устойчивого развития: проблемы теории, методологии, практики. // Экономика и управление. 2014. № (40). С. 4-7 – əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Bunula belə, göstərmək lazımdır ki, ölçmə metodikalarının qısa zaman kəsiyində təkamülü prosesi də müşahidə edilməkdədir. (şək.2). Dayanıqlı inkişafın ən çox populyar olan metodikalarına aşağıdakılar aiddir.



Şəkil 2. Dayanıqlı inkişafın ölçmə metodikalarının dəyişmə xronologiyası.
Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölçmə metodikalarının təkmilləşmə təmayülünə baxmayaraq, əvvəlki yanaşmalar hələ də öz varlığını saxlamaqdadır.

Maraqlıdır ki, inteqral göstəricilərlə bağlı problemlərin mövcudluğuna baxmayaraq, 2006-cı ildən etibarən dayanıqlı cəmiyyət Fondu tərəfindən cəmiyyətin dayanıqlılığı indeksi hesablanır və bu əsasda beynəlxalq müqayisələr aparılır. [2]

İctimai inkişafın dayanıqlılığını ölçən Fond nəticələri iki ildən bir nəşr etdirir. İndeks – iqtisadi, sosial və ekoloji sferaları əhatə edən 24 göstərici əsasında hesablanır və 0 (ən aşağı) → 10 (ən yuxarı) intervalında qiymətləndirilir. 2012-ci ildə aparılan qiymətləndirməyə görə dünya üzrə indeks 4,8-ə bərabər olmuşdur. Ölkələr üzrə qiymətləndirmə isə – “süprizlərlə” çox zəngindir. Birinci beşlikdə ənənəvi olaraq İsveç, Avstriya, Norveç və Litva (4-cü yer) gəlir. Şri-Lanka – 10-cu yer, Kamboca 14, Almaniya 22, Honduras – 26-cı yer, İngiltərə – 28-ci yer, Uqanda – 30-cu yer, Laos – 36-cı yer, Cənubi Koreya – 57-ci yer... ABŞ – 116-cı yerdə qərar tutur. Paradoksallığın bu qədər geniş bir diapozonda təzahürü onunla izah edilə bilər ki, ya informasiyaların (toplanan) həqiqiliyində böyük problemlər var, ya indeksin hesablandığı 3 əsas sfera arasında düzgün proporsionallıq gözlənilməyibdir ki, bu da birtərəfli qiymətləndirməyə yol açıb, ya da ölçmə metodikasının özü yanlışdır. Məsələn, ölkədə işsizliyin səviyyəsinin qiymətləndirilməsində, bir qayda olaraq, Beynəlxalq Əmək Təşkilatının tövsiyələrindən istifadə olunur. Amma, ölkələrin

bir xeyli hissəsində rəsmi qeydiyyatdan keçənlərin sayı əsas götürülür ki, bu da aydındır ki, sözügedən sferada reallığı olduğu kimi əks etdirmir.

Problemin həlli məqsədilə hələ 2012-ci ildə 2015-ci ildən sonrakı dövr üçün BMT-nin yeni inkişaf konsepsiyasını hazırlamaq üçün Məqsədli Qrup (50 ixtisaslaşmış idarənin mütəxəssislərindən ibarət) yaradılmış və bu qrupun qarşısına konkret vəzifələr qoyulmuşdur:

İnkişafın ölçülməsində sistemli tamlığa nail olmaq məqsədilə aşağıdakılara xüsusi diqqət yetirilməlidir:

1) Sosial inkişafın sistemli şəkildə ölçülməsi;
2) İqtisadi inkişafın sistemli ölçü metodikasının hazırlanması%

3) Ekoloji dayanıqlılığın təminatı;

4) Sülh və təhlükəsizlik. [7, s.2]

Dayanıqlılığın qiymətləndirilməsində istifadə olunan göstəricilərin say çoxluğu ölçü metodikasından asılı olaraq dəyişir. Bununla bəzən, son dövrün təcrübəsi göstərir ki, göstərici sayı daha çox azalma meyllidir. Məsələn, BMT-nin dayanıqlı inkişaf üzrə Komissiyası ilkin göstəricilərin sayını (132) iki dəfədən çox, ABŞ-da göstəricilər sistemindəki sayı (400) 10 dəfə azaltmışdır. İƏİT isə cəmi 10 baza göstəricisindən istifadə edir.

Nəticə

Beləliklə, apardığımız araşdırmalar dayanıqlı inkişafın həm monitorinqi, həm də nəticə kimi qiymətləndirilməsində kifayət qədər böyük problemlərin olduğunu ortalığa qoydu.

Fikrimizcə, vəziyyətdən effektiv çıxış yolu ölçmə probleminin nəzəri-metodoloji bazasına daha diqqətli nəzər yetirməkdən, gerçəkliyə maksimum adekvat olan göstəricilər sistemini seçməkdən, spekulativ baxışlardan yan ötməkdən keçir. Bu aspektdən bəzi nüanslara fərqli prizmadan yanaşmanı məqsədəuyğun hesab edirik.

Əvvəla, inkişaf – dayanıqlı və dayanıqsız fərq etməz – zamanın funksiyası kimi çıxış edir. İqtisadi tsiklin inkişaf fazasının zaman sərhədlərini yaxud inkişafın hansı zaman intervalından (1 il, 5-10 il və s.) sonra başa çatacağını əvvəlcədən dəqiq şəkildə müəyyənləşdirmək mümkünsüzlüyü mövcuddur. Buna görə də, inkişaf səviyyəsinin, bir qayda olaraq bir illik müddət ərzində qiymətləndirilməsi təcrübəsinin məntiqi əsaslarını anlamaq mümkün

deyildir. Bir illik müddətdə iqtisadi artım tempini, ekoloji zərərin həcmi və s. dəyərləndirmək olar. Əsas olan zaman kəsiyi – tsiklin inkişaf fazasının əvvəli və sonudur. Bu müxtəlif interval uzunluğunda ola bilər. İnkişaf – bir proses kimi – başa çatmadan yeni keyfiyyətin sistemli qərarlaşması baş vermir. Bu müddəti birillik hissələrə bölmək və hər bir hissədə (bir ildə) inkişafın səviyyəsini ölçməyə cəhd göstərmək açıq-aydın şəkildə təzahür edən yanılmadan başqa bir məna kəsb etmir. Çox zəif və şübhəli ehtimalla bu cür metodiki yanaşmanı inkişaf prosesinin monitorinqi yaxud diaqnostikası kimi qəbul etmək olar.

İkincisi, inkişaf fenomeni – yeni keyfiyyətin yaranması prosesidir. Keyfiyyət – sözün ən konkret formasında – yararlı (oxu: faydalı) xassələrin məcmusudur. Buna görə də, təəccüblü deyildir ki, iqtisadi nəzəriyyənin mərkəzi hədəfi faydalılığın əldə olunması məsələsidir. Yəni, müəyyən anlamda ölçülən şey – faydalılıq yaxud yeni “yaranan” yararlı xassələridir. Elə həmin abstraksiyadan çıxış etməklə ölçü problemini sadə bir şəkildə həll etmək olar:

$$I_m = \frac{\sum F}{t} \times 100\%$$

Burada:

I_m – milli iqtisadiyyatın inkişafı;

$\sum F$ – məcmu fayda;

T – zaman sürəsi

Məcmu fayda – təkcə iqtisadi və sosial sferada deyil, ictimai həyata bütün spektri üzrə əldə edilmiş faydaların cəmidir:

$$\sum F = (f_1 + f_2 + f_3 + \dots + f_n)$$

Amma problemi müşkülə salan məsələ faydanın kəmiyyətə qiymətləndirilməsinin qeyri-mümkünlüyüdür. Ona görə də, qiymətləndirmədə istifadə olunan göstəricilərin sayı getdikcə artmaqdadır. Bununla bəhəm, alternativ yol, hər halda mövcuddur. Məsələn, institusional aspektdən faydalılığın (yəni, keyfiyyətin) artımı kimi Azərbaycanda yaradılan ASAN xidmət institutunu göstərmək olar. Həm zaman, həm də maliyyə məsrəflərinə ciddi qənaət aspektində, həqiqətən də yüksək keyfiyyət səviyyəsinə nail olunmuşdur.

Deməli, əvvəldə də göstərdiyimiz kimi, inkişaf – yalnız nəticədə “təzahür” edir. Qiymətləndirmə də məhz bu yönümdə aparılmalıdır.

Üçüncüsü, dayanıqlı inkişafın – istinad nöqtəsi

olan insana münasibətdə yalnız inkişaf aspektindən çıxış etməklə gerçəkliyin problemlər kompleksini (dayanıqlılıq aspektindən) bütün təfsilatı ilə aşkarlamaq mümkün deyildir. Buna görə də, hesab edirik ki, insan inkişafı ilə yanaşı insan yoxsulluğu indeksi də hesablanmalıdır. İnsan yoxsulluğu üç aspektdən dəyərləndirilir. Yəni, təkcə gəlirin səviyyəsinə (adambaşına düşən ÜDM – alıcılıq qabiliyyətinin pariteti əsasında hesablanmış) görə deyil, əsas tələbatlar və imkanlar baxımından qiymətləndirmək zəruridir. Əvvəlki dövrlərdə çox populyar olan insan yoxsulluğu indeksi aşağıdakı qaydada hesablanır:

$$IYI = [(P_1^3 + P_2^3 + P_3^3) : 3]^{1/3};$$

Burada:

IYI – insan yoxsulluğu indeksi;

P_1 – 40 yaşına çatmamış özlərin xüsusi çəkisi;

P_2 – Savadsızların xüsusi çəkisi;

P_3 – iqtisadi təminat göstəricisi.

İqtisadi təminat göstəricisi P_3 –ün hesablanma metodikası:

$$P_3 = (P_{31} + P_{32} + P_{33}) : 3$$

Burada:

P_{31} – Tibbi xidmətlə əhatə olunmayanların xüsusi çəkisi;

P_{32} – Təmiz (içməli) su ilə təminatı olmayanların xüsusi çəkisi;

P_{33} – 5 yaşına qədər olan uşaqlarda çəkisi normaldan az olanların xüsusi çəkisi;

Göründüyü kimi, iqtisadi təminat göstəricisi tam alternativ formada dəyərləndirilir. Eləcə də, sosial ədalətlə bağlı (ölçmə prizmasından) hələ ki yeganə olan göstəricidən – Cinni əmsalından istifadə edilməsi məqsədəuyğundur.

Dördüncüsü, söz yox ki, dayanıqlı inkişafın səviyyəsini adekvat formada qiymətləndirmək üçün, ilkin olaraq analitik bazanın yaradılması, məsələn, ekoiqtisadi üçotun Milli Hesablar Sisteminə daxil edilməsindən başlanmalıdır. Ənənəvi ölçü proseduru və istifadə edilən göstəricilər artıq reallığı əks etdirməkdə acizlik nümayiş etdirirlər. Problemə yanaşmada bizim məqsədimiz sırf pragmatik anlamda göstəricilər sisteminin hazırlanması deyildir. Biz, əsasən ölçü prosedurunun konseptual – metodoloji aspektlərinə aydınlıq gətirməyə çalışdıq. Bununla belə, müasir dünya təcrübəsindən çıxış etməklə dayanıqlı inkişaf səviyyəsinin qiymətləndirilməsində korrekte olunmuş yığım indeksi, insan inkişafı indeksi, ekoloji dayanıqlılıq indeksi, real tərəqqi in-

deksi, qlobal rəqabət-qabiliyyətliyi indeksi, ekoloji nailiyyətlər indeksi (məsələn, 1kq enerjidaşıyıcısına düşən ÜDM-un həcmi və s.) bilik iqtisadiyyatının inkişaf indeksi kimi ölçü prosedurlarından kompleks şəkildə yanaşmanı məqsəduyğun hesab edirik. Sosial ədalət konsepti ilə bağlı ölçünün – hər hansı bir formada – prinsipə mümkün olmadığını, onu yalnız nəticədə (inkişaf prosesinin), yalnız dolayısı ilə qiymətləndirməyin mümkünlüyünü qəbul etmək gərəkdir. Eyni zamanda, dayanıqlı inkişafın həm ölçü proseduru, həm də göstəricilər sistemi ölkələr bölümündə fərqliliklər nümayiş etdirirlər. Bu, o deməkdir ki, məsələn Azərbaycanda dayanıqlı inkişafın qiymətləndirilməsi ölkənin özünəxas olan spesifikasiyasından çıxış etməklə aparılmalıdır.

Açar sözlər: *dayanıqlı inkişaf, dayanıqlılıq, dayanıqlılığın ölçmə metodikası, iqtisadi iqtisadi artım.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. C.Stiqlist, A.Sen, J.P.Firdoussi. *Report by the Comission on the Measurement of Economic Performance and Sosial Proqress. Paris, 2009.*
2. *Elektron resurs:* <http://www/ssfindex.com>
3. *Human Development Report. 2015.* N.Y.UNDP
4. *Измерение устойчивого развития/ В рамках проекта Счета Развития ООН. 2012.* <http://www.unecce.org/stats/document.2012.10qeviron.html>
5. *Как измерять человеческое развитие: пособие. Нью-Йорк. ПРООН.2007. с.41.*
6. *Национальная комиссия по устойчивому развитию Республики Беларусь. 2004.* <http://un.by/pdHOONsmallrus.pdf>
7. *«Превращая в реальность будущее, которого мы добиваем для всех» Доклад. ООН.2012. (Электронный ресурс). С.2.*
8. *С.Н.Бобылев, С.В.Соловьева. Новые идеи для новой экономики//Мир новой экономики.№1;2016*

Bayramov Vugar Avtandil oglu,
Doctor of Philosophy in Economics,
Associate Professor.
Institute of Economics of the Azerbaijan
National Academy of Sciences,
Leading researcher

MEASUREMENT METHODS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: ADEQUACY PROBLEM.

Summary

The article reflects the methodologies and a number of problems related to the measurement of sustainable development. Unfortunately, the problem of measurement in the economy remains a problem, despite the significant expansion of the use of mathematical methods. After all, the right choice of development trajectory is based on an adequate assessment of the real situation. The nature of the starting position, what or what it contains, is ultimately able to directly affect the degree of efficiency of economic processes to be carried out along the chosen trajectory.

Keywords: *sustainable development, sustainability, sustainability measurement methodology, economic growth.*

Байрамов Вугар Автандил оглы,
Доктор философских наук, доцент.
Институт экономики Национальной
Академии Наук Азербайджана,
Ведущий исследователь

МЕТОДИКА ИЗМЕРЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: ПРОБЛЕМА АДЕКВАТНОСТИ

Резюме

В статье отражены методологии и ряд проблем, связанных с измерением устойчивого развития. К сожалению, проблема измерения в экономике остается проблемой, несмотря на значительное расширение использования математических методов. Ведь правильный выбор траектории развития основан на адекватной оценке реальной ситуации. Характер исходной позиции, что или что она содержит, в конечном итоге может напрямую влиять на степень эффективности экономических процессов, которые будут осуществляться по выбранной траектории.

Ключевые слова: *устойчивое развитие, устойчивость, методология измерения устойчивости, экономический рост.*

SOSIAL SIĞORTA İNSTİTUTUNUN FORMALAŞDIRILMASININ NƏZƏRİ VƏ İNSTİTUSİONAL ƏSASLARI

NOVRUZ HÜSEYNOV

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC),

doktorant

Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika

Komitəsinin İmişli rayon Statistika İdarəsi,

İdarə rəisi

E-mail: novruz_huseynov_92@mail.ru

Sosial sığorta institutunun təşkili və inkişafı ölkədə sosial ədalətin və sabitliyin əsasıdır. Bu sosial institutun əhəmiyyətini nəzərə alaraq bütün sivil ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da əhalinin etibarlı sosial müdafiəsini təmin edən məcburi dövlət sosial sığorta sisteminin formalaşdırılması, onun təkmilləşdirilməsi və inkişafı prosesi gədir. Sosial sığorta probleminin həll edilməsi beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən sosial siyasətin prioritet məqsədlərindən biri kimi qəbul edilmişdir. Müasir Azərbaycan dövlətinin inkişafının start-eji vəzifələrində əhalinin rifahının yüksəldilməsi, iqtisadi artım və sosial inkişaf məsələlərinə xüsusi önəm verilir. Ölkədə həyata keçirilən mühüm sosial-iqtisadi dəyişikliklər dövlətin sosial siyasətinin prioritet vəzifələrinə hədəflənmişdir. Bu isə öz növbəsində səmərəli məcburi sosial sığorta sisteminin formalaşdırılmasını tələb edir.

Sosial sığorta əhalinin sosial müdafiə sisteminin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Onun yaratmaqla hər bir ölkə arzuolunmaz sosial-iqtisadi hadisələrlə qarşılaşan vətəndaşlarına zəruri maddi dəstəyin göstərilməsini təmin edir [1. səh.4]. Müxtəlif sosial yardım tədbirlərinin ortaya çıxması və tədricən vahid dövlət tənzimləmə sistemində birləşməsinin əsas səbəbləri həm ayrı-ayrı insanların, həm də bütövlükdə cəmiyyətinin mövcudluğunun risklilik xarakterdə olmasıdır.

Sosial məkanın təşkili üzrə dövlət təcrübəsi anlamında sosial sığorta nəzəriyyəsi ilk növbədə müxtəlif həyat şəraitli sosial qrupların qarşılıqlı əlaqəsi nəticəsində yaranan problemlərə söykənir. Belə qarşılıqlı fəaliyyətdə həlledici amil həyat şəraitidir. Dövlətin sosial siyasətini iqtisadi vəziyyət, sosial qrupların fiziki və mənəvi güclərini, yəni istehsaləddici qabiliyyətlərini təkrar istehsal etmək imkanlarının olmaması müəyyən edir. Zəruri

sıxıntılar sosial qrupları tələblər irəli sürməyə və onları dövlətin sosial siyasətində həyat keçirməklə müsbət nəticələrə nail olmağa məcbur edir. Onlar eyni zamanda sosial siyasətin vəziyyəti, onun ünvanlılığı üzərində nəzarəti də həyata keçirirlər.

Qeyd etdiyimiz kimi, insan həyatının risklilik xarakteri risklərdən müdafiənin müxtəlif mexanizmlərinin ortaya çıxması üçün əsasdır. Risk zərərin baş verməsinin potensial imkanlarını xarakterizə edən anlayışdır. Əmtəə istehsalının yaranması və inkişafı, ictimai əmək bölgüsünün dərinləşməsi və bazar münasibətlərinin inkişafı işçi ilə onun gəlirləri arasındakı birbaşa əlaqəni pozaraq, cəmiyyətdə iş gütürən və işçi qrupları kimi təbəqələrin ayrılmasına gətirib çıxarmışdır. İctimai istehsalın təşkilində iştiraka görə iş gütürən tərəfindən işçiyə ödənilən əmək haqqı bu gün əhalinin fəal hissəsinin (məşğul əhalinin) yaşayışının yeganə mənbəyidir.

Bazar iqtisadiyyatının fərqləndirici xüsusiyyəti hər bir insanın öz həyat şəraitinin formalaşdırılmasına yüksək səviyyədə məsuliyyətli olmasıdır. İqtisadi prosesdə hansı şəkildə iştirak etmək (müddətli işçi olmaq, hüquqi şəxs yaratmadan müstəqil fəaliyyət və s.) haqqında özü qərar qəbul edir. İstehsal, ticarət yaxud digər fəaliyyət nəticəsində əldə edilən gəlirlər onun maddi və mənəvi tələbatlarını ödəyir, ailəsini saxlayır, əmək qabiliyyətini bərpa edir və s., yəni işçi qüvvəsinin təkrar istehsal prosesini təmin edir. Lakin hər bir insanın həyatında yaşamasına təhlükə yaradan və onun öhdəsindən təkbəşinə gələ bilməyən vəziyyətlər ola bilər.

İstehsalın əsas amillərindən olan işçü qüvvəsinin əmtəəyə çevrilməsi səbəbindən əhalinin əksər hissəsinin yaşamasının əsas mənbəyinin əmək haqqı olması sosial müdafiəsizliyin xüsusi növünü

- qazancın yaxud onun əldə edilməsi imkanlarının itirilməsi nəticəsində nail olunmuş maddi rifah səviyyəsinin aşağı düşməsinin yüksək ehtimalını ortaya çıxarmışdır. Belə imkan hər bir insanın şəxsi xarakteristikası ilə bağlı deyildir və onun gücündən asılı deyildir. O, sosial səbəblərlə müəyyən olunur və ona görə də kütləvi, ictimai xarakter daşıyır. İnsan həyatındakı belə hadisələr sosial risk adlandırılır. Fikrimizcə, bu halda insanın sosial müdafiəsizliyinə insanın və insan kapitalının təkrar istehsalı prosesinin pozulması kimi baxmaq lazımdır. İnsanın təkrar istehsalı prosesinə məhdud deyil, geniş mənada yanaşmaq lazımdır. Birincisi, ev təsərrüfatı (ailə) səviyyəsində ictimai münasibətlərin subyekt kimi insanın doğumu, tərbiyəsi baş verir və həyat fəaliyyətinin ilkin şərtləri təmin edilir. İkincisi, insanın təkrar istehsalının bir çox ünsürləri əmək resurslarının təkrar istehsalının müəyyən funksiyalarını həyata keçirən təsərrüfat subyektlərinin iqtisadiyyatına daxil edilmişdir. Üçüncüsü, makroiqtisadiyyat səviyyəsində insanın təkrar istehsalı əhalinin sayı və tərkibinin qorunub saxlanması və tənzimlənməsi prosesi kimi çıxış edir. Belə yanaşma insanların ictimai təkrar istehsal prosesində sosial-iqtisadi funksiyalarını yerinə yetirməyə obyektiv olaraq mane olan yaxud pozan bütün hadisələrə sosial risklər kimi nəzərə almağa imkan verir.

Fikrimizcə, sosial risk iqtisadi prosədə iştirak imkanlarının itirilməsi nəticəsində vətəndaşın maddi təminatlılıq ehtimalıdır. Cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişafının əsas meyllərini və bütün müxtəlif mümkün riskləri nəzərə alaraq bütövlükdə üstünlük təşkil edən sosial riskə-əmək gəlirinin itirilməsinə diqqət yönəltmək zəruridir. Müasir şəraitdə insanların əksər hissəsinin öz həyat vasitələrini təmin etməsi üçün iki şərtin (əmək qabiliyyətli olması və işlə təmin edilmə imkanları) olması tələb olunur.

Sosial risk obyektiv, sosial əhəmiyyətli səbəblərdən əmək gəlirlərinin yaxud qazancın itirilməsi, həmçinin əlavə müalicə xərclərinin yaxud sosial xidmətlərin ödənilməsindən yaranan zərurət nəticəsində maddi təminatlılığın baş verməsi ehtimalıdır [2. səh.20]

Ümumiyyətlə, sosial risk kateqoriyasının sosial-iqtisadi məzmununa dair müasir yanaşmaları aşağıdakı kimi sistemləşdirmək olar:

Cədvəl 1:

sosial fəlsəfə baxımından sosial risk problemlərinin tədqiqi
riskin idarəedilməsi nəzəriyyəsi
riskin nəzəri və metodoloji məsələlərinin öyrənilməsi
sosioloji istiqamətdə risk probleminin tədqiqi

Sistemləşdirilmiş yanaşmaların geniş mənada izahına gəldikdə aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

- sosial fəlsəfə baxımından sosial risk problemlərinin tədqiqi (E.M.Veber, E. Toffler, V.S.Barulin, V.Mantatov və s.). Onlar riskin çoxtərəfli sosial-fəlsəfi izahını verirdilər. Riskə qeyri-müəyyənlik şəraitində subyekt tərəfindən həyata keçirilən fəaliyyətin spesifik forması kimi baxılır. Məcmusu və qarşılıqlı fəaliyyəti riskin məzmununu təşkil edən, onun sosial funksiyalarını xarakterizə edən əsas ünsürləri və xüsusiyyətləri aşkar edilir, sosial risklərin mövcudluğunu şərtləndirən obyektiv və subyektiv səbəblər izah edilir.

- riskin idarəedilməsi nəzəriyyəsi (M.Markov, M.K.Bocarov, R.Kleyn, V.I. Francuk və s.). Səmərəli yanaşma baxımından risk probleminin həll edilməsini, risklərin təhlili zəruriliyinə gətirib çıxaran ziddiyyətlərin aradan qaldırılmasını müəyyən edən sosial risklərin təbii xüsusiyyətləri əsaslandırılır.

- riskin nəzəri və metodoloji məsələlərinin öyrənilməsi (V.A.Remizov, K. E. Klark, E.A.Bukin, A.A.Boqdanov, V.M.Buyanov və s.). Sosial risk dedikdə ictimai həyatın təkrar istehsalının müxtəlif tərəflərinə toxunan hadisələr başa düşülür. Riskin bütün tərəfləri tədqiq edilir, risklərin idarəedilməsi və subyektlərin aktivliyi məsələləri ayırd edilir, risk və vətəndaşın müdafiəsi problemi qoyulur, cəmiyyətin strukturunda risk təhlil edilir.

- sosioloji istiqamətdə risk probleminin tədqiqi (P.Larok, V.I.Zubkov, K.İsaev, N.A.Meşavkin və s.). Sosial risklərin ortaya çıxma şərtləri və səbəbləri aşkar edilir. Risk fenomeni, onun nəticələri (böhran, münaqişə, zərər, fəlakət) haqqında bilgiler əlavə edilmişdir. İdarəetmə fəaliyyəti prosesində risklərin yaranma qanunauyğunluqları, risklərin minimumlaşdırılması metodları aşkar edilir [3].

İqtisadi kateqoriya kimi sosial risk insanın fizioloji və sosial-iqtisadi həyat fəaliyyətinin normal təkrar istehsalına təhlükə yaradan və onun iradəsindən asılı olmayan yaxud təsadüfi hadisələrin baş vermə ehtimalıdır. Başqa sözlə desək sosial risk işçinin

əmək prosesində iştirakının qeyri-mümkünlüyü ilə əlaqədar olaraq onun maddi təminatlıqlığının baş vermə ehtimalıdır.

Sosial riskin əlamətlərinə aid edilir: ancaq obyektiv xarakterdə olmalı, insanın həyat fəaliyyətini məhdudlaşdırmalı və onun sosial təminatlıqlığını müəyyən etməli, milli qanunvericiliklə təsbit edilmiş vəziyyət olmalı və onun baş verməsi nəticəsində cəmiyyətin yaxud dövlətin yardımına güvənmək olar, onlardan bəziləri hər kəs üçün potensial qanuna uyğunluqdur, yəni yüksək ehtimalılıq dərəcəsi ilə baş verə bilər (qocalıq, xəstəlik və s.).

Sosial riskin iqtisadi və sosial ünsürlərini aşkar etmək üçün o faktı nəzərə almaq lazımdır ki, sosial sığortanın inkişafı obyektiv şərtlənmişdir və sosial-əmək münasibətləri ilə sıx bağlıdır. İşə götürənlə işçi arasındakı sosial-əmək münasibətləri sosial sığorta institutlarının təşkilinin əsasında duran iqtisadi və hüquqi proqramdır (platformadır). Mahiyyət etibarilə sığorta münasibətləri sosial risklərdən sosial müdafiə sferasında işəgötürənlə işçi arasındakı sosial-əmək münasibətlərinin davamı və inkişafıdır. Bu münasibətlər qanunvericiliklə tənzimlənir və sosial risklərin nəticələrini qarşılamaq və minimumlaşdırmaq üçün nəzərdə tutulan sığorta resurslarının toplanması və bölgüsü kimi bir sıra qanuni funksiyaları üzərinə götürən xüsusi subyekt - sığorta orqanının köməyi ilə təşkil edilir.

Sosial sığorta institutlarının sığorta münasibətlərini və onların sosial-əmək münasibətləri ilə əlaqəsini sığorta fondu nəzəriyyəsi ortaya çıxarır. Belə fondun yaradılması sığorta müdafiəsi məqsədləri üçün nəzərdə tutulan iri həcmli maliyyə resurslarının toplanmasını tələb edir. Sığorta müdafiəsinin iqtisadi mahiyyəti öz maddi təcəssümünü cəmiyyət üzvlərinin kollektiv və şəxsi maraqları reallaşan sığorta fondunda tapır və onların həyat fəaliyyətinin müxtəlif iqtisadi və sosial tərəfləri ilə müəyyən olunur [4.səh.137].

Sığorta və sosial-əmək münasibətlərinin digər tərəflərini riskin köçürülməsi və zərərin bölgüsü nəzəriyyəsi açıb göstərir.

Ümumiyyətlə, sosial sığortanın əsas xarakteristikalarına aşağıdakıları aid etmək olar:

- əmək fəaliyyəti növünü sərbəst seçmək və hər bir fərdin özünün həyat şəraitinin formalaşdırılması üzərində məsuliyyətinin onunla bağlı olması,
- xüsusi mülkiyyət münasibətlərinin, sosial subyektlər arasındakı iqtisadi əlaqələrin əmtəə formasında inkişafı, ictimai istehsalın bazar vasitələri ilə tənzimlənməsi nəticə etibarilə

əmək haqqının muzzdlu işçinin və onun ailəsinin yaşamasının yeganə mənbəyi olmasına gətirib çıxarmışdır.

Cəmiyyətdə sosial yönümlü iqtisadiyyat ideyası ortaya çıxdıqdan sonra əmək qabliyyətindən asılı olmayaraq şəxsi gəlirlərin cəmiyyətdə mövcud olan sosial standartların səviyyəsindən aşağı olmasına gətirib çıxaran risklər tanınmışdır. Birinci halda sosial risklər insanın obyektiv olaraq özünü və ailəsini müstəqil olaraq təmin edə bilməməsi səbəbindən irəli gəlir. İkinci halda sosial risklər subyektiv xarakter daşıyır və cəmiyyət (dövlət) tərəfindən müəyyən edilir.

Sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatı şəraitində sosial risk həm qazancın, həm də cəmiyyətin təminatlı minimal həyat standartlarının itirilməsində təzahür edir. Bütün sosial riskləri üç qrupda-gəlirlərin, sosial statusun itirilməsi və əlavə xərclərin zəruriliyi riskləri birləşdirmək olar. Sosial sığortanın digər sosial müdafiə institutlarından (dövlət sosial yardımı yaxud şəxsi sığorta) fəqləndirən institusional xarakteristikaları aşağıdakılardır.

Cədvəl 2:

Sosial sığortanın digər sosial müdafiə institutlarından (dövlət sosial yardımı yaxud şəxsi sığorta) fəqləndirən institusional xarakteristikaları				
siğorta ödəmələrinin həcmi və kompensasiya ödəmələri əmək haqqı ilə əlaqələndirilir	siğorta ödəmələrini yalnız siğorta olunan şəxs ala bilər	ödəmələrin həcmində siğorta olunanın öhdəsində əmək qabliyyətli olmaları mövcudluğu nəzərə alınır	pensiya və yardımın həcmi əmək haqqının məbləği, siğorta haqlarının ödənilməsi dövrü ilə əlaqələndirilir	sosial siğortanın maliyyə bazası işəgötürənlərin və işçilərin siğorta ödəmələri əsasında formalaşan məqsədli maliyyə fondlarıdır

Maliyyə vəsaitlərinin həcminə, kütləvi əhatəlilik, xidmətin müxtəlifliyi və keyfiyyətinə görə baza və həlledici məcburi sosial sığorta institutudur. Belə ki, inkişaf etmiş dünya ölkələrində sosial sığortanın bu növlərinin sosial müdafiə məqsədləri üçün yönəldilən xərclərin ümumi məbləğində xüsusi çəkisi bir qayda olaraq 60-70%, ÜDM - da payı isə 15-25% təşkil edir [5].

Sosial sığortanın sosial müdafiənin digər institutlarından fəqləndirən mühüm tərəfi ondan ibarətdir ki, sığorta hadisəsinin baş vermə faktı təsdiq olunandan sonra sığorta olunan şəxs sığorta ödəməsi əldə etmə hüququnu qazanır. Bir qayda olaraq digər şərtlər irəli sürülmür. Bu prinsiplial cəhət - ehtiyacın, yəni həmin şəxsin maddi vəziyyətinin yoxlanılmasının lazım olmadığını nəzərdə tutur.

Bundan başqa sosial sığorta kompensasiaya ilə yanaşı digər funksiyalarda mümkün olduğu halda sosial riski qiymətləndirmək, onun nəticələrinin qarşısını almaqla yerinə yetirir.

Sosial sığorta bir sıra əlamətləri ilə sosial müdafiənin digər institutlarından fərqlənir. Belə ki, onun əsasında gələcəkdə baş verə bilən (xəstəliklə, bədbəxt hadisələrlə, qocalıqla bağlı olaraq qazancın əvəz edilməsi) ehtiyac növlər və qrupları durur. Eyni zamanada sosial sığortanın mühüm əlamətlərindən biri də onun əmək münasibətləri ilə sıx əlaqədə olmasıdır. Sosial sığorta sistemi qanunvericiliklə müəyyən edilmiş təminat səviyyəsi vasitəsilə sığorta olunan şəxslərə sosial təminatının geniş dairəsini tətbiq etməklə müvafiq ödəmələri həyata keçirir və xidmətlər göstərir.

Sosial sığortanın fəaliyyətinin açıq-hüquqi və demokratik xarakteri maliyyə resurslarının məqsədli istifadəsinə və maksimum şəffaflığa nail olunmasına, həmin institutun təşkilinin geniş məsələlər dairəsi üzrə sosial subyektlər arasında razılığa gəlməyə, sığortacının, sığorta olunanların və sığorta edənlərin maraqlarının uzlaşdırılmasına imkan verir. Nəticə etibarilə bu sığorta olunan şəxslərin şəxsi məsuliyyətini, sığortaedənlərlə sığorta olunanların həmrəyliyini gücləndirilməsinə, cəmiyyətdə sosial razılığa nail olunmasına və münaqişəli vəziyyətlərin yumşaldılmasına, həmçinin onların aradan qaldırılmasına şərait yaradır.

Kollektiv sosial təminatın digər formaları ilə müqayisədə belə sosial müdafiə institutu bir sıra mühüm üstünlüklərə malikdir. Birincisi, ancaq qoruma tədbirləri, tibbi xidmət və sığorta olunan şəxslər üçün maksimum əlverişli şəraitdə pul ödəmələri ilə məğul olan ixtisaslaşmış (yüksək səmərəli) sığorta təsisatı yaradılır. Deməli, sosial sığorta yalnız sosial riskin nəticələrinin kompensasiyası deyil, həm də cox vaxt riskin aşkar edilməsi (qiymətləndirilməsi) və qoruma tədbirlərinin, məsələn, əhalinin kütləvi xəstəliklərdən vaksınlanması, işləyənləri təklükəsiz iş metodları ilə təlimatlandırılması, işsizlik riskləri zamanı təkrar təlimlərin keçirilməsi və s. koməyi ilə onun minimumlaşdırılması funksiyasını da yerinə yetirir.

İkincisi, sığorta haqlarını ödəyən vətəndaşların konstitusion hüququna təminat verilir ki, bu da onları sosial vəsaitlərin ödənilməsinə cavabdeh olan orqanın əsasız qərarlarından müdafiə edir. Üçüncüsü, işçi qüvvəsi xərclərinin bir hissəsinin müntəzəm ehtiyatda saxlanması yolu ilə

ödəmələrin kəmiyyətinə və sığorta hesablamalarına, həmçinin qanunvericiliyə uyğun olaraq uzunmüddətli dövr üçün onların bölgüsünə təminat verilir.

Sosial sığorta sistemində demoqrafik və əmək bazarının vəziyyətinin etibarlı statistikası və proqnoz hesablamaları əsasında gəlir və xərclərin balanslığının orta və uzunmüddətli dövrə qiymətləndirilməsini aparmağa, sığorta təriflərinin məbləği üzrə tövsiyələrin verilməsinə, təminatlı ödəmələrin sə təqdim edilən xidmətlərin səviyyəsinin dəqiqləşdirilməsinə imkan verən aktuar hesablamalar tətbiq edilir.

Müasir dövrdə sosial sığorta vətəndaş cəmiyyətinin institusional ünsürü kimi əhalinin sosial müdafiəsi sistemində mühüm rol oynayır.

İctimai hadisə kimi sosial risk cəmiyyət həyatının müxtəlif amillərinin (dövlətin sosial və iqtisadi siyasəti, vətəndaş cəmiyyətinin və qanunvericilik bazasının yetkinliyi, iş götürənlə maddəli işçilər arasındakı əmək münasibətlərinin inkişafı və s.) qarşılıqlı fəaliyyəti və təsiri ilə müəyyən edilir. Bu zaman sosial riskin konkret amillərinin xarakteri, müvafiq olaraq müdafiə formaları cəmiyyətin və fərdin həyat fəaliyyətinə, dövlətin həyata keçirdiyi siyasətə, məhz məşğulluğun şəraitinə, əmək bazarının inkişafına, demoqrafik vəziyyətə, əmək sferasının və ictimai həyatın təşkilinin iqtisadi şəraitinə, əmək qabiliyyətinin itirilməsinin kompensasiyasının və qorumasının təşkili şəraitinə və formalarına təsir göstərən kompleks amillərdən asılı olur.

Sosial sığortanın fəaliyyəti üçün optimal şərait bir sıra şərtlərin mövcudluğudur. Onlardan vacibi sosial risklərin nəticələrini qarşılamaq üçün tələb olunan zəruri maliyyə resursunun təmin edən sosial-əmək amilləridir.

Sosial sığortanın böyük maliyyə resursu sığorta olunan şəxslərin yüksək həyat standartlarını və onların gəlirlərinin sosial müdafiə səviyyəsini təmin etməyə imkan verir. Belə ki, araşdırmalar göstərir ki, iqtisadi baxımdan inkişaf etmiş ölkələrdə sosial yardım və pensiyaların həcmi sığorta ödəmələrini alan şəxslərin əksəriyyətinin əmək haqqında nəzərəcarpacaq paya malikdir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, müasir dövrdə dünyanın qabaqcıl ölkələrində pensiya və sosial sığortanın digər növləri inkişaf etmiş sosial, təşkilati, maliyyə və tibbi - reabilitasiya sistemi kimi çıxış edir, iqtisadiyyat və əmək bazarı, dövlətin demoqrafik və qrentologiya siyasəti ilə ayrılmaz şəkildə bağlıdır.

Sosial sığortanın əsas institusional formalarının təhlili sosial sığorta sisteminin müəyyən prinsiplərə əsaslanan, dəqiq təşkilati strukturu olan, xüsusi sosial funksiyalar yerinə yetirən, dövlət qanunları əsasında fəaliyyət göstərən, cəmiyyət həyatının sosial sabitliyini təmin edən spesifik sosial institut kimi çıxış etdiyini deməyə əsas verir.

Açar sözlər: *sosial sığorta, sosial müdafiə sistemi, sığorta ödəmələri, sığorta hadisəsi, sosial risk, əmək fəaliyyəti, sosial sığortanın səmərəliliyi.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Агеева Е. В. Социальное страхование : / Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2013. – 122 с.
2. Ройк В. Д. Основы социального страхования: организация, экономика и право.: М. : Изд-во РАГС, 2016. стр. 20
3. Степанова М.Н. Социальное страхование в схемах, таблицах, определениях / М.Н. Степанова. - Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2015. – 130 с
4. Гвозденко А. А. Основы страхования. М., 2013 с. 137
5. Абалтусова, А. А. Социальное страхование в системе социальной защиты населения // Экономика и социум. – 2015, стр. 1-10
6. Anderson K., Terp A. Risk Management / K. Anderson, A. Terp // Perspectives on Strategic Risk Management / by ed. T. J. Andersen. - Denmark : Copenhagen Business School Press, 2006. - p. 27–46
7. Arens A., Loebbecke J.K. Audit [Auditing: An Integrated Approach]. Moscow, Finansy i statistika Publ., 1995, 250 p.
8. <https://www.stat.gov.az/>
9. <http://www.maliyye.gov.az>
10. <http://www.sosial.gov.az>

**Гусейнов Новруз Гасан оглы, докторант
Азербайджанский Государственный
Экономический Университет,
Имишлинское районное Статистическое
Управление
Государственного Комитета по Статистике
Азербайджанской Республики**

Теория становления института социального страхования и институциональные основы **РЕЗЮМЕ**

Развитие и совершенствование институтов социального страхования - ключевой элемент социальной политики каждой страны. Таким образом, продуманная система социального

страхования, призванная улучшить положение населения, привлекает внимание всех слоев населения. Таким образом, интерес населения к увеличению выплат в систему социального страхования растет. Это ускоряет формирование институтов социального страхования.

В настоящее время большинство операций по социальному страхованию осуществляется автоматически. Таким образом, при наступлении события социального страхования заранее определенные средства переводятся на счет гражданина.

Таким образом, все это теоретические и практические аспекты института социального страхования.

Ключевые слова: *социальное страхование, система социальной защиты, страховые выплаты, страховой случай, социальный риск, трудовая деятельность, эффективность социального страхования.*

**Novruz Hasan Huseynov, Ph.D. student,
Azerbaijan State University of Economics
(UNEC)**

**Imishli District Statistics Office of the
State Statistics Committee of the Republic
of Azerbaijan**

The theory of formation of social insurance institute and institutional foundations **SUMMARY**

The development and improvement of social insurance institutions is a key element of the social policy of each country. Thus, a well-thought-out social insurance system designed to improve the situation of the population attracts the attention of all segments of the population. Thus, the population's interest in increasing payments to the social insurance system is growing. This accelerates the formation of social insurance institutions.

At present, most social insurance transactions are carried out automatically. Thus, in the event of a social insurance event, pre-determined funds are transferred to the citizen's account.

Thus, all these are theoretical and practical aspects of the social insurance institution.

Key words: *social insurance, social security system, insurance payments, insurance event, social risk, labor activity, effectiveness of social insurance.*

QLOBAL ƏRZAQ TƏHLÜKƏSİZLİYİ İNDEKSİNDƏ (MÖVCUDLUQ SUBİNDEKSİ ÜZRƏ) AZƏRBAYCANIN MÖVQEYİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ VƏ YAXŞILAŞDIRILMASI YOLLARININ ARAŞDIRILMASI

VÜQAR KƏRİMLİ

*İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru
AMEA İqtisadiyyat İnstitutu,
böyük elmi işçi*

E-mail: kerimli.vugar79@gmail.com

Giriş

Qlobal Qida Təhlükəsizliyi İndeksi - qida təhlükəsizliyi insanların hər zaman sağlam və aktiv bir həyat üçün pəhriz ehtiyaclarını ödəyən kifayət qədər və qidalı qidaya fiziki, sosial və iqtisadi imkanları olan bir vəziyyət olaraq təyin olunur.

Ərzaq təhlükəsizliyinin, eyni zamanda ölkənin milli ərzaq müstəqilliyinin təmin edilməsini şərtləndirən amillər mövcuddur ki, bunlara da aşağıdakılar aid edilir: - ölkədə ərzaq və yeyinti məhsullarının istehsal səviyyəsi; - qida məhsullarının istehsalının iqtisadi cəhətdən sərfəliliyi; - qida məhsullarının qiymətliliyinin səviyyəsi; - ölkə əhalisinin alıcılıq qabiliyyəti; - əhalinin gəlirləri və əməkhaqqının orta aylıq səviyyəsi; - dövlət tərəfindən aztəminatlı əhali təbəqələrinə verilən güzəştlər və müavinətlər; - dövlətin ərzaq resursları.

Ərzaq təhlükəsizliyi - ərzaq çatışmazlığı təhlükəsi ilə bağlıdır. Hələ 200 il bundan əvvəl ingilis iqtisadçı Tomas Robert Maltus (1766 - 1834) 1798 - ci ildə “əhali qanunu haqqında təcrübə” adlı əsər yazaraq, anonim ad ilə nəşr etdirmişdir. O göstərirdi ki, hər 25 ildən bir əhalinin sayı 2 dəfə (həndəsi silsilə üzrə) artdığı halda əhali üçün yaşayış vasitələri ədədi silsilədə olduğundan tez arta bilməz. Beləliklə o, ərzaq məhsullarının çatışmazlığını təbii hal hesab edirdi. Maltus əhali artımı ilə ərzaq çatışmazlığı ilə bağlı olaraq xəstəlikləri, müəyyən nöqsanları, müharibələri qanunauyğun hesab edirdi. Maltusun fikirləri özünü tam doğrultmasa da, hər halda təbii ehtiyatlardan səmərəli istifadə edilməsi, kənd təsərrüfatının quruluşunda dəyişiklik aparılması, islahatlar keçirilməsi, bəzi ölkələrdə əhali artımı barədə yeni siyasət yeridilməsi və bu

kimi problemlərə olan məsuliyyəti artırmışdır.[2]

Qlobal Ərzaq Təhlükəsizliyi İndeksi İngiltərənin “The Economist” jurnalı tərəfindən layihələndirilmiş, hesablanmış və tərtib edilmişdir. “The Economist” Intelligence Unit məlumatların toplanması, analizi və proqnozlaşdırılması daxil olmaqla, bütün məzmunu dair tam mənzərəni ortaya qoymağa çalışmışdır.

Qlobal Ərzaq Təhlükəsizliyi İndeksi, 1996-cı ildə Dünya Qida Sammitindən sonra 113 ölkədən ibarət olan ölkələr qrupu üzrə ərzaq məhsullarının mövcudluğu və yetərliliyi, və keyfiyyəti kimi əsas məsələləri nəzərdən keçirir. İndeks həm inkişaf etməkdə olan, həm də inkişaf etmiş ölkələrdəki ərzaq təhlükəsizliyinin 26 göstəricisi əsasında kəmiyyət və keyfiyyət balı kimi müəyyən edilir. Tədqiqat üzrə ən yüksək bal 100(yüz) baldır. Tədqiqatın ümumi məqsədi, ölkələrə əlverişliliyi, mövcudluğu, keyfiyyəti və təhlükəsizliyi ilə ərzaq təhlükəsizliyinə ən az və daha az həssas olanları qiymətləndirməkdir.

Ərzaq təhlükəsizliyi hər zaman insanların sağlam və aktiv həyatları üçün olduqca vacibdir. Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatının İnkişafına dair Strateji yol xəritəsində ərzaq təhlükəsizliyinin dayanıqlılığını təmin edilməsi üçün institusional potensialın gücləndirilməsi məqsədilə konkret hədəflər müəyyən edilmişdir. Eyni zamanda əhalinin müxtəlif təbəqələrinin ərzağa əlyətərliyi səviyyəsi və buna təsir edən amillərin qiymətləndirilməsi məqsədilə tədbirlər planı hazırlanmışdır.[3]

Bu hədəflərə çatmaq Ərzaq təhlükəsizliyi reytingində mövqeyimizin yüksəldilməsi deməkdir. Ərzaq təhlükəsizliyi insanların istənilən vaxt

aktiv və sağlam həyat tərzini sürmək üçün kifayət qədər keyfiyyətli qida məhsullarına fiziki və iqtisadi çıxış imkanlarına malik olması deməkdir. Bunun əsas elementlərindən birini isə hər bir vətəndaşın keyfiyyətli qidaya fiziki və iqtisadi çıxış imkanlarının olması ilə yanaşı, ölkənin milli ərzaq sisteminin iqtisadi baxımdan müstəqilliyini - əsas ərzaq malları üzrə ixracdan asılı olmamasını, etibarlılığı, ərzaq sisteminin mövsüm, hava və digər amillərlə bağlı risklərdən qorunması, dayanıqlılığı, milli ərzaq sistemi istehsalının genişləndirilməsi rejimində inkişafını nəzərdə tutur.

Ölkənin milli ərzaq müstəqilliyinin təmin edilməsini şərtləndirən əsas amillər aşağıdakılar aid edilir:

- ölkədə ərzaq və yeyinti məhsullarının istehsal səviyyəsi;
- qida məhsullarının istehsalının iqtisadi cəhətdən sərfəliliyi;
- qida məhsullarının qiymətliliyinin səviyyəsi;
- ölkə əhalisinin alıcılıq qabiliyyəti;
- əhalinin gəlirləri və əməkhaqqının orta aylıq səviyyəsi;
- dövlət tərəfindən aztəminatlı əhali təbəqələrinə verilən güzəştlər və müavinətlər;
- dövlətin ərzaq resursları.

Hər bir ölkədə ərzaq təhlükəsizliyi probleminin həlli ölkədə yoxsulluğun azaldılmasına, ərzaq təminatının və ərzaq məhsullarından istifadənin səmərəsinin yüksəlməsi ilə bağlıdır.

Hesabatı hazırlayan təşkilat ölkələr üzrə ərzaq təhlükəsizliyi indeksini 3 əsas kateqoriya üzrə hesablamışlar. 1.Əlçatanlıq 2.Mövcudluq 3.Keyfiyyət və təhlükəsizlik.

1.Affordability - Əlçatanlıq (Uyğunluq) - iştirakçıların qida məhsullarını almaq qabiliyyəti, qiymət şoklarına qarşı həssaslığı və iqtisadiyyatda təlatümlər, böhranlar baş verdikdə istehlakçılara dəstək verəcək proqramlar və sosial siyasətlərin mövcudluğu ilə ölçülür.

Bu subindeks üzrə reytingdə Azərbaycan 61 balla 54-cü yerdə qərarlaşmışdır. Bu subindeksin ərzaq təhlükəsizliyi indeksində çəkisi 40%-dir. [1]

2. Availability - Mövcudluq - milli ərzaq tədarükünün yetərliliyini, tədarükün pozulma riskini, qidanı istehlakçılara çatdırmaq üçün milli qabiliyyət və kənd təsərrüfatında məhsul istehsalını artırmaq üçün elmi tədqiqat işlərini ölçür.

Mövcudluq həm də keyfiyyət və kəmiyyət

baxımından yeməyə yararlı və sağlamlıq üçün təhlükəsiz olan ərzaq məhsullarının hazır olması, ölkə səviyyəsində ərzaq mövcudluğu ehtiyatları, idxal, humanitar yardımlar və yerli istehsaldan əldə edilən məhsulları özündə əks etdirir.

Bu subindeks üzrə reytingdə Azərbaycan 61 balla 51-ci yerdədir. Bu subindeksin ərzaq təhlükəsizliyi indeksində xüsusi çəkisi 44%-dir.[1]

3. Quality & Safety - Keyfiyyət və təhlükəsizlik - Orta qida dietlərinin müxtəlifliyi və qidalanma keyfiyyəti, həmçinin qida təhlükəsizliyini ölçür.

Bu subindeks üzrə reytingdə isə ölkəmiz 43,4 balla 86-cı yerdədir. Bu subindeksin də əsas indeksə təsiri 16%-dir.[1]

Uyğunluq metodologiyası - iştirakçıların qida məhsullarını almaq qabiliyyəti, qiymət şoklarına qarşı həssaslığı və iqtisadiyyatda təlatümlər, böhranlar baş verdikdə istehlakçılara dəstək verəcək proqramlar və sosial siyasətlərin mövcudluğu ilə ölçülür.

Mövcudluq metodologiyası - milli ərzaq tədarükünün yetərliliyini, tədarükün pozulma riskini, qidanı istehlakçılara çatdırmaq üçün milli qabiliyyət və kənd təsərrüfatında məhsul istehsalını artırmaq üçün elmi tədqiqat işlərini ölçür.

Keyfiyyət və təhlükəsizlik metodologiyası - Orta qida dietlərinin müxtəlifliyi və qidalanma keyfiyyəti, həmçinin qida təhlükəsizliyini ölçür.

Qlobal ərzaq təhlükəsizliyi indeksi kimi Təşkilat bu metodologiya ilə Azərbaycana reyting cədvəlində 113 ölkə arasında 56-cı yer vermişdir.

Bu reytingdə Azərbaycanın güclü və zəif tərəfləri vardır.

Güclü tərəflər:

- 1.Qlobal yoxsulluq həddində əhalinin nisbəti-100
- 2.Qida təhlükəsizliyi proqramlarının mövcudluğu-100
- 3.Qida zərər-95,3
- 4.Kənd təsərrüfatı istehsalının dəyişkənliyi-94,3
- 5.Qida təhlükəsizliyi-89,0
- 6.Əkinçilik idxal tarifləri-78,3
- 7.Təchizatın yetərli olması-77,2
- 8.Fermerlərə maliyyələşmə imkanları-75,0

Zəif tərəflər:

- 1.Kənd təsərrüfatı Ar-Ge ,yə dövlət xərcləri-0
- 2.Əhalinin adambaşına ümum daxili məhsul(ABŞ\$ PPP)-13,1
- 3.Siyasi sabitlik riski-17,6

Qlobal ərzaq təhlükəsizliyi indeksi 4 subindeks əsasında formalaşmışdır.

1. Affordability- Əlçatanlıq subindeksi
2. Availability-Mövcudluq subindeksi
3. Quality & Safety-Keyfiyyət və Təhlükəsizlik
4. Natural Resources & Resilience-Təbii ehtiyatlar və Davamlılıq

Availability-Mövcudluq subindeksi

Mövcudluq – keyfiyyət və kəmiyyət baxımından yeməyə yararlı və sağlamlıq üçün təhlükəsiz olan ərzaq məhsullarının hazır olması, ölkə səviyyəsində ərzaq mövcudluğu ehtiyatları, idxal, humanitar yardımlar və yerli istehsalıdan əldə edilən məhsulları özündə əks etdirir.

Bu subindex 2018-ci ildə 113 ölkə üzrə hesablanmışdır.

İndikatorlar:

1. **Public expenditure on agricultural R&D – Aqrar tədqiqat və işləmələrə dövlət xərcləri.**
2. **Urban absorption capacity – Urbanizasiya potensialı.**
3. **Food loss – Ərzaq itkisi.**

Mövcudluq subindeksi qlobal qida təhlükəsizliyi indeksindəki payı 44.0 %dir.

Dövlət xərcləri-8.1%

Urban absorption-9.9%

Food loss-12.6%

Qeyd olunanlar isə mövcudluq subindeksindəki paylarıdır.

- 1) Kənd təsərrüfatı elmi – tədqiqat işlərinə dövlət xərcləri

Hökumətin kənd təsərrüfatında tədqiqat və inkişafa xərclədiyi bir tədbir Kənd təsərrüfatına dair elmi – tədqiqat işləri üçün xərclər bazar səmərəliliyi və girişi artıran kənd təsərrüfatı yeniliyi və texnologiyası üçün proksidir.

- 2) Şəhər udma qabiliyyəti

ÜDM (real dəyişikliyi %) şəhər artım tempini çıxmaqla

Həqiqi ÜDM artım tempi şəhər artım tempindən azdır; Urbanizasiyanın yaratdığı stresləri udmaq və yenə də ərzaq təhlükəsizliyini təmin etmək üçün bir ölkənin qabiliyyəti.

- 3) Qida itkisi

Ümumi tullantılar/ümumi daxili tədarük miqdarı (ton)

Bitki, heyvandarlıq və balıq mallarının ümumi daxili tədarükünə (istehsal, xalis idxal və ehtiyat dəyişiklikləri) nisbət olaraq məhsul yığımından sonrakı və istehlakdan əvvəlki ərzaq itkisi, ölçüsü, ton.

Azərbaycan (56) / 58.2 bal

- a) Kənd təsərrüfatı elmi – tədqiqat işlərinə dövlət xərcləri

Azərbaycan – 1 – 0% - 15.6 %

Dünya orta – 2.2 – 0% - 15.6 %

Orta səviyyədən fərq

- b) Şəhər udma qabiliyyəti

Azərbaycan – (2.14) – 62.8 % (- 14.1 %)

Dünya orta – 0.9 – 62.8 % (- 14.1 %)

- c) Qida itkisi

Azərbaycan – 2.1 – 95.3 % (+10.4 %)

Dünya orta – 5.6 – 95.3 % (+10.4 %)

- 1) Rusiya (42) / 67 bal

- a) Kənd təsərrüfatı elmi – tədqiqat işlərinə dövlət xərcləri

Rusiya – 2 – 12.5 % (- 3.1 %)

Dünya orta – 2.2 – 12.5 % (- 3.1 %)

Xərclər artdıqca (+) bu yaxşı göstəricidir.

- b) Şəhər udma qabiliyyəti

Rusiya – 0.68 – 75.8 % (- 1.1 %)

Dünya orta – 0.9 – 75.8 % (- 1.1 %)

- 1) Qida itkisi

Rusiya – 2 – 95.5 % (+ 10.6 %)

Dünya orta – 5.6 – 95.5 % (+ 10.6 %)

- 2) Qazaxıstan (57) / 57.7 bal

- a) Kənd təsərrüfatı elmi – tədqiqat işlərinə dövlət xərcləri

Qazaxıstan – 1 – 0% - 15.6 %

Dünya orta – 2.2 – 0% - 15.6 %

- b) Şəhər udma qabiliyyəti

Qazaxıstan – 1.4 – 79.3 % - (+2.4 %)

Dünya orta – 0.9 – 79.3 % - (+2.4 %)

Şəhər udma qabiliyyətində fərq artdıqca yəni bu göstəricidir.

- c) Qida itkisi

Qazaxıstan – 5.5 – 85.3 % - (+0.4 %)

Dünya orta – 5.6 – 85.3 % - (+0.4 %)

Ümumi müqayisə 113 ölkədir.

- 3) Özbəkistan (80) / 45,9 bal

- a) Kənd təsərrüfatı elmi – tədqiqat işlərinə dövlət xərcləri

Özbəkistan – 1 – 0% - 15.6 % Dünya orta – 2.2 – 0% - 15.6 %

- b) Şəhər udma qabiliyyəti

Özbəkistan – 2.1 – 82.5% - (+5.6 %)

Dünya orta – 0.9 – 82.5% - (+5.6 %)

c) Qida itkisi

Özbəkistan – 2.2– 94.9 % - (+10 %)

Dünya orta – 5.6 – 94.9 % - (+10 %)

4) Tacikistan (91) / 40,7 bal

a) Kənd təsərrüfatı elmi – tədqiqat işlərinə dövlət

xərcləri

Tacikistan – 2 – 12.5 % - (-15.6 %)

Dünya orta – 2.2 – 12.5 % - (-15.6 %)

b) Şəhər udma qabiliyyəti

Tacikistan – 2.1 – 82.5 % - (+5.6 %)

Dünya orta – 0.9 – 82.5 % - (+5.6 %)

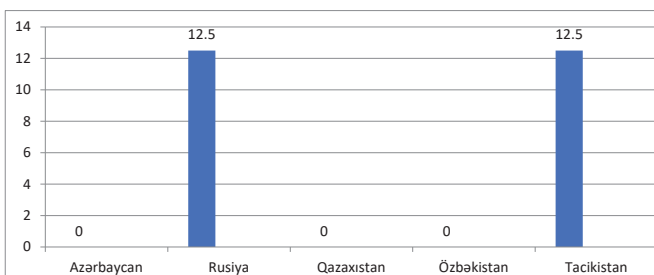
c) Qida itkisi

Tacikistan – 3.5 – 91.1% - (+6.2 %)

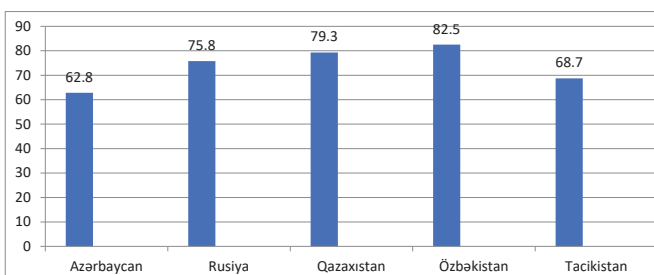
Dünya orta – 5.6 – 1 % - (+6.2 %)

1) Kənd təsərrüfatı elmi – tədqiqat işlərinə dövlət

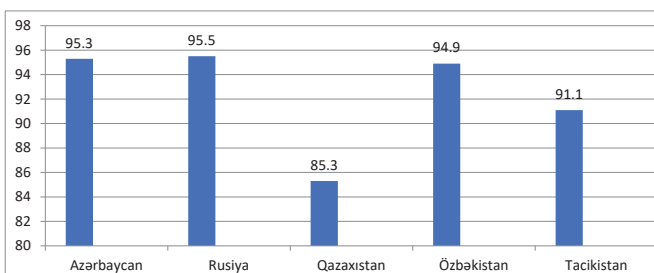
xərcləri



2) Şəhər udma qabiliyyəti



3) Qida itkisi



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
a) Xərclər 2.2 (bal)	0	0	0	0	0	0	0	0
b) Urbanizasiya 2.7 (bal)	61	53	68	63	66	56	56	56
c) Qida itkisi 2.8 (bal)	89	89	89	97	97	95	95	95

Nəticə

İndekslərlə işləyən təşkilat 113 ölkənin göstəricilərini təhlil etmiş və konkret nəticəyə gəlmişlər. Təxminən 50-yədək ölkə isə bu reyting cədvəllərindən kənarda qalmışdır. Ona görə də reytingdə ayrı-ayrı subindeks, indikatorlar və subindikator göstəricilərində ki, orta göstərici əhəmiyyətini itirmiş olur, çünki ölkələr üzrə orta rəqəm dünya üzrə orta rəqəm deyil. Ona görə də müqayisə uğurlu alınmışdır. Kənarda qalan ölkələrin də bu hesabatla cəlb edilməsi məqsədə uyğun olardı.

Kənd təsərrüfatı elmi – tədqiqat işlərinə dövlət xərcləri indikatorunda vəziyyətimizi daha da yaxşılaşdırmaq və mövqeyimizi yüksəltmək üçün dövlət bu sahəyə ayrılan maliyyə vəsaitlərini artırmalı, elmi yeniliklər istehsalata tətbiq olunmalı, uzun müddətli kreditlər verilməli. Bildirmək istəyirəm ki, ölkənin qeyri-neft sektorunun, xüsusilə də kənd təsərrüfatının inkişafı üçün investisiyalara böyük ehtiyacı var. Onuda qeyd etmək istəyirəm ki, heyvandarlıqda məhsuldarlığı artırmaq üçün yeni cins heyvanların yetişdirilməsi və müasir tələblərə cavab verən suni mayalanma məntəqələrinin yaradılmasına həmçinin məhsuldar bitki növlərinin yetişdirilməsi və onkarın rayonlaşdırılması həyata keçirilməlidir. [4]

Qida itkisi indikatorunda isə vəziyyətimizi daha da yaxşılaşdırmaq və mövqeyimizi yüksəltmək üçün ölkəmizdə yeni texnologiyalarla təhciz olunmuş saxlanma yerləri və Hipermarketlər təşkil edilməlidir.

Şəhər udma qabiliyyəti indikatorunda ölkəmizin vəziyyətini yaxşılaşdırmaq üçün rayon və kəndlərimizdə yeni infrastruktur layihələrini həyata keçirilməli yeni müəssisələr yaradılmalı buda öz növbəsində əhalinin maddi rifahına müsbət təsir göstərərək ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasında müsbət rol oynaya bilər.

Açar sözlər: *global ərzaq təhlükəsizliyi, indeks, subindeks, indikator, ərzaq mövcudluğu, ərzaq itkisi, qida, urbanizasiya potensialı.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. www.foodsecurityindex.eiu.com
2. Tomas Maltus 1798 - ci ildə "Əhali qanunu haqqında təcrübə"
3. "Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol xəritəsi" www.prezident.az. 7.7.1 Prioritet 7.7 2016-cı il
4. i.e.d.prof.R.Iskəndərov, i.f.d. M.Güləliyev, tədqiqatçı O.Nəsirova "Ərzaq təhlükəsizliyinin əsas amillərinin qiymətləndirilməsi". Rusiya Kənd Təsərrüfatı və Sosial İqtisadi Elmlər jurnalı. Elmi məqalə. DOI <https://doi.org/10.18551/rjoas.2016-10.15>

Ph.D Kerimli.V.B.

SUMMARY

The purpose of the study: The article examines and analyzes the indicators of the Global Food Security Index compiled by the British magazine The Economist, as well as the accessibility sub-index, which is the main sub-indicator of the index, and its indicators. suggestions were made.

Research methodology: Analytical analysis of Global Food Security Index indicators, statistics, comparison, observation.

The results of the study: the need to improve the level of the availability sub-index was indicated, and recommendations were given to strengthen the country's position on this indicator.

Keywords: *global food security, index, sub-index, indicator, food availability, food loss, food, urbanization potential.*

д.ф.е. Керимли В.Б.

РЕЗЮМЕ

Цель исследования: в статье исследуются и анализируются показатели Глобального индекса продовольственной безопасности, составляемого британским журналом The Economist, а также субиндекс доступности, который является основным субиндексом индекса, и его индикаторы. были внесены предложения.

Методология исследования: Аналитический

анализ показателей Глобального индекса продовольственной безопасности, статистика, сравнение, наблюдение.

Результаты исследования: указана необходимость повышения уровня субиндекса доступности, даны рекомендации по усилению позиций страны по этому показателю.

Ключевые слова: *глобальная продовольственная безопасность, индекс, субиндекс, индикатор, потеря еды, еда, потенциал урбанизации, наличие еды.*

SOSIAL MEDİANIN İSTEHLAKÇI DAVRANIŞINA TƏSİRİ

TURANƏ MƏMMƏDOVA

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

Beynəlxalq Magistratura və

Doktorantura Mərkəzi

E-mail: turane.bm@gmail.com

Giriş

Texnologiya dünyası bu gün çox sürətlə irəliləyir. Daha çox rəqəmsal texnologiyaların, alətlərin həyatımıza daxil olduğu bu dönm bazar münasibətlərinə də birbaşa təsir göstərməkdədir. Dəyişən şərtlər bazar münasibətlərinin inkişafından xəbər verir. Biznes mühitində yeni dövrün başlanması bir sıra yeni araşdırma sahələrinin yaranmasına səbəb olmuşdur. Onlardan biri də sosial mediadır. Müasir dünyada səmərəli satışın həyata keçirilməsində yeniliklərin tətbiqi artıq bir tələbdir. Sosial media bazar münasibətləri üçün öyrənilməsi gərəkən mühüm bir platformadır. Gündəlik həyatımızda öz yerini qorumağa davam edən bu platforma iş həyatında da ondan düzgün və effektiv istifadə bacarıqlarını tələb edir. Potensial auditoriyanı real alıcılara çevirmək üçün Sosial medianın imkanlarından faydalanmaq lazımdır. Rəqəmsal marketing bugünkü texnologiya dünyasında məhsul və xidmətlərinizi elektron mühitdə tanımaq imkanı yaradır. Eyni zamanda istehlakçıların alış qərarlarına təsir etmək imkanına malikdir. Sosial media auditoriyasının böyüklüyü isə bu platforma üzərindən səmərəli satışın həyata keçirilməsinə, istehlakçı davranışının yeni formasının yaranmasına imkan yaradır. Rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişaf perspektivləri ünsiyyət, fikir və təcrübə mübadiləsinə imkan yaratmaqla alış-satış bazarları axtarmaq üçün səyləri birləşdirməyə imkan verir. Rəqəmsal texnologiyalar işçilərin hazırlanmasında, biliklərin paylaşılmasında və sosial sahələrlə əlaqədə olaraq yeni bazar münasibətlərinin formalaşmasında müstəsna rol oynayır.

İnternetin yayıldığı indiki dövrdə istehlakçılar tərəfindən ən çox istifadə edilən məkan sosial mediadır. Bu gün insanlar qısa vaxtda milyonlarla insanlara hansısa informasiyanı çatdırmaq istəsə, ən rahat yol sosial mediadır. Əvvəllər televiziya, radio kanalları vasitəsilə auditoriyaya məlumat çatdırmaq olurdusa, indi bu auditoriya sosial şəbəkələr və internetdir. İnternetin inkişafı ilə birlikdə ortaya çıxan sosial media, insanların gün ərzində zamanlarının

bir çoxunu keçirdiyi, duyğu və düşüncələrini paylaşdığı bir platformadır. Bu platformada insanlar təcrübələrini, şikayətlərini, təsəvürlərini, istifadə etdikləri məhsullardan məmnun qalıb qalmadıklarını və s. kimi mövzular haqqında müntəzəm olaraq paylaşımlar edirlər. Demək olar ki, müasir sosial şəbəkələr - internetdə əlaqələr qurmaq üçün təşkil olunan onlayn-servisdir. Bu resurslarda istehlakçılar özləri barədə uyğun bildikləri şəxsi informasiyanı yerləşdirirlər, bununla da, qlobal məlumatlar bazasının yaranması müşahidə olunur.

Əsas hissə

İnsanların ən vacib ehtiyaclarından biri də ünsiyyətdir. Son dövnlər insanların bu ehtiyaclarına uyğun olaraq texnoloji yeniliklər onların həyatının ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Bu səbəbdən də ünsiyyətin yeni modeli formalaşmış hesab oluna bilər. Sosial media mobil qurğuların istifadəsinin artması, internetin nüfuzunun dünyanın bütün ölkələrində çoxalması səbəbindən insanların həyatında əhəmiyyətli yer tutmağa başladı. Yeni tendensiyaya uyğun olaraq internetdə keçirilən zaman gedərək artmış və araşdırmalar nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, bu dəyişiklik istehlakçı davranışlarına da öz təsiri göstərir.

Biznes münasibətlərində də istehlakçı və müəssisələr arasında ünsiyyət rəqəmsal platformalara daşınmışdır. Bu gün internet yalnız təşkilatların istifadə etdiyi bir vasitə olmaqdan çıxmış və cəmiyyətin vazgeçilməz bir elementi halına gəlmiş hesab olunur. İnternetin, sosial medianın inkişafı istehlakçılar üçün yeni istiqamət yaratmış oldu. Texnoloji yeniliklər insanların həyatına rahatlıq gətirdiyi kimi istehlakçı davranışlarına da birbaşa təsir göstərdi. İnsanlar bir məhsul və ya xidmət satın almadan əvvəl məhsul haqqında sosial media vasitəsilə məlumat əldə edə bilər, məhsulu əvvəllər istifadə edən istehlakçıların şərhələrinə diqqət edərək qərar qəbul edə bilərlər. Müəssisələr isə müştəri sadıqlığını nail olmaq üçün, məhsul və ya marka

fərqliliyini artırmaq, eyni zamanda müştərilərin istək və gözləntilərini yaxından izləmək üçün sosial mediada aktiv fəaliyyət göstərməkdə maraqlıdırlar. Eyni zamanda marketinq prosesində rəqabət üstünlüyü qazanmaq üçün sosial media alətlərindən effektiv istifadə etmək artıq bir tələbatdır.

Bu gün insanlar sosial media vasitəsilə mal və ya xidmətlərlə əlaqədar tələblərini, məmnuniyyətlərini və ya narazılıqlarını ifadə etmək fürsəti tapmışlar. Bu səbəbdən bir məhsul və ya xidmətin satışı prosesində istehlakçılar sosial platformalarda və şəbəkələrdə paylaşılan şərhərdən və təcrübələrdən təsirlənərək alış qərarlarını dəyişdirə bilərlər. Bu səbəbdən sosial platformalar istehlakçı davranışlarına birbaşa təsir etmək gücündədir.

Hazırda bütün dünya üzrə sosial şəbəkə istifadəçilərinin sayı 4.2 milyarddır. Bu isə yer kürəsinin əhalisinin 53%-i deməkdir. Ortalama hər bir istifadəçi sosial şəbəkədə 2 saat 25 dəqiqə vaxt keçirir. Sosial şəbəkədə ən az vaxt keçirənlər isə yaponlardır. Ortalama günlük 51 dəqiqə. "We are social" və "Hootsuite" Azərbaycanın 2021-ci ilə rəqəmsal statistikalarını açıqlayıb. Azərbaycanda bu rəqəm aşağıdakı kimidir:

✓ İnternet istifadəçilərinin sayı: 8.26 Milyon yəni əhalinin 81.1%

✓ Aktiv sosial media istifadəçilərinin sayı 4.30 milyon. Bu isə o deməkdir ki, təqribən 4 milyon istifadəçi sadəcə saytlardan istifadə edir, sosial şəbəkələrə hələ ki, qoşulmayıb.

✓ Mobil internetin orta sürəti: 31.44 MBPS (download)

✓ İnternet istifadəçilərinin 61.2%-i internetə mobil cihazdan qoşulur. Mobil nə dərəcədə önəmlidir, bir daha görsənir.

✓ 77.7% internet istifadəçisi Chrome brauzerini seçir.

✓ Ən çox daxil olunan sayt isə Google və YouTube-dur.

✓ Ən çox istifadə olunan şəbəkə 3.50 milyon ilə Instagramdır. Facebook istifadəçisi isə 1.6 milyon təşkil edir.

✓ LinkedIn istifadəçilərinin sayı isə 460.000 təşkil edir.

✓ İnternet istifadəçilərinin cəmi 14%-i iOS cihazlarından internetə qoşulur. Bu isə ötən il ilə müqayisədə 21% artım deməkdir. Deməli Apple Azərbaycanda bazar payını böyüdü.

✓ İnternet istifadəçilərinin cəmi 9.4%-i internetdə onlayn ödənişlərdən istifadə edir. Bu isə çox aşağı

rəqəmdir.

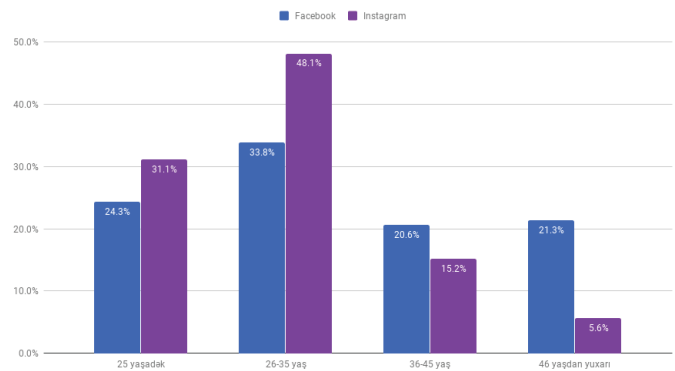
Azərbaycanda biznes məqsədilə istifadə edilən ən aktiv sosial media platformaları Facebook və Instagram sosial şəbəkələri hesab olunur. Bu platformalarda seqmentə çatmaq üçün mövcud statistikanı təhlil etmək lazımdır. Son dövrlər ölkəmizdə aylıq aktiv 1.8 milyon Facebook istifadəçisi olduğu ehtimal edilir. Bunlardan:

- 70% – kişilər, 30% – qadınlar,
- 24.3% – 25 yaşadək,
- 33.8% – 26-35 yaş,
- 20.6% – 36-45 yaş,
- 21.3% – 46 yaşdan yuxarı auditoriya təşkil edir.

Ölkəmizdə Instagram istifadəçilərinin sayı isə təxminən 3 milyondur. Bunlardan:

- 65.2% – kişilər,
- 34.8% – qadınlar,
- 31.1% – 25 yaşadək,
- 48.1% – 26-35 yaş,
- 15.2% – 36-45 yaş,
- 5.6% – 46 yaşdan yuxarı auditoriya təşkil edir.

Orkhanrza.com | Azərbaycanlı istifadəçilərin yaşa görə bölgüsü (Oktyabr, 2019)



Mənbə: <https://banker.az/sosial-s%C9%99b%C9%99k%C9%99l%C9%99rin-statistika-dunyada-v%C9%99-az%C9%99rbaycanda/>

Bu gün rəqabət mühitində sonsuz ehtiyaclar və fərqli gözləntilər içində olan müxtəlif tipdə istehlakçılar vardır. Müxtəlif cür istehlakçıların tələbatlarını, istəklərini müəyyənləşdirmək və qiymətləndirmək müəssisələr üçün vacibdir. İstehlakçı ehtiyacları müasir marketinqin əsasını təşkil edir. Müasir şəraitdə müəssisələr öz varlıqlarını, gəlirlərini saxlaya bilmələri və böyüyə bilmələri istehlakçı ehtiyaclarını rəqiblərinə nisbətən, daha sürətli və daha yaxşı təmin etmələrinə bağlıdır (Schiffman L.G., Kanuk L.L., 2004).

Dünyanın ən böyük beynəlxalq audit və idarəetmə

konsaltinq şirkətlərindən biri olan Deloitte tərəfindən aparılan araşdırmalara görə 2014-cü ildə mağazalarda satışların 49% -nin rəqəmsal medianın təsirinə məruz qaldığı, bu rəqəmin 2015-ci ildə 64% olduğu bildirilir, 2020-ci ildə isə 95% olacağı proqnozlaşdırılır. Şirkət tərəfindən ötən illərdə aparılan tədqiqat kontekstinə əsasən alıcıların 84%-i alış-verişdən öncə bu barədə internet üzərindən araşdırma edirlər. (<https://www.interactivemedia.az/onlayn-marketing-ustunlukleri/>)

Sosial media mövcudluğu ilə bərabər istehlakçı davranışları da dəyişmişdir. Ümumi istehlakçı davranışında yer alan, istehlakçının davranışına təsir edən demoqrafik, psixoloji, sosial və mədəni faktorlar sosial mediada da etibarlıdır. Müəssisələr sosial media istifadəçilərini müvafiq olaraq bu amillərin xüsusiyyətlərinə görə qruplaşdıraraq, daha effektiv sosial media marketinq fəaliyyətləri təşkil edə bilməkdədirlər.

İstehlakçıların alış-veriş zamanı satınalma davranışlarına sosial mediadakı özlərinin daha əvvəlki təcrübələrinin təsirinin böyük olması vəziyyətində, o məlumata olan inamın olduğunu müşahidə edilməsi, müəssisələrin sosial mediada istehlakçılara danışacaq mövzular təqdim etməsi lazım olduğunu ortaya qoymaqladır. Müəssisələr özləri danışmaq əvəzinə, istehlakçıların özlərinin danışmasına diqqət yetirməlidirlər.

Sosial media istehlakçı və müəssisələr arasındakı ünsiyyət yolunda yeniliklər gətirməsi ilə birlikdə, həm də biznes qurma yolunda dəyişikliklər meydana gətirmişdir. Müəssisələr mövcud müştərilərinə çatmaq, yeni müştərilər əldə etmək, onların etibarını təmin etmək, marka imicini qorumaq kimi bir çox səbəbə görə daha çox sosial mediadan istifadə edir (Barutçu S., Tomaş M., 2013). Müəssisələrin istehlakçıların fəaliyyətlərini asanlıqla izləyə bildikləri marketinq strukturu dəyişməkdədir. Buna görə, müəssisələr istehlakçıların dəyişən davranışlarını daha yaxşı başa düşmək üçün sosial media vasitələrindən faydalanmalıdırlar. Bu gün istifadə olunan sosial media vasitələrini bloqlar, vikilər, media paylaşma saytları, podkasting, mikroblogging, virtual aləmlər və sosial şəbəkələr kimi qruplaşdırma biləri (Akar E., 2010).

Sosial şəbəkələrin ən effektiv xüsusiyyətlərindən biri satış fəaliyyətinə daxil olan istifadəçilərin oradakı digər insanları cəlb edə bilməsidir. Buna görə potensial müştərilərinizin sayı daim artır. Sosial şəbəkələrdəki reklamlardan istifadə edərək hədəf auditoriyayı genişləndirə bilərsiniz, çünki bu sayt-

lar pullu və pulsuz vasitələrin geniş seçimini təmin edir. İstifadəçiləri cəlb etməyin ən asan yolu, maraqlı məzmun yerləşdirərkən, reklam vasitəsilə məhsul və ya xidmətlərinizi tanıtmayaqdır.

NƏTİCƏ

İstehlakçı davranışı haqqındakı mövcud təsirləri və reaksiyaları nəzərə alaraq fəaliyyət göstərmək artıq bir zərurətdir. Bu davranışlar həm istehlakçının fərdi olaraq, ehtiyaclarının, həyat motivlərinin təsiri ilə, həm də insanların üzv olduğu cəmiyyət, mədəniyyət, sosial sinif, referent qrupu və ailə kimi sosioloji faktorların təsiri ilə ortaya çıxar. İstehlakçıların öyrənilməsində əsas vəzifə davranışlarına təsir edən amilləri təyin etmək olduğuna görə bu faktorların cəmləşdiyi sahə olaraq sosial media üzərindən də təhlillər mütəmadi aparılmalı, mövcud vəziyyət təhlil edilməli, düzgün fəaliyyət xətti müəyyən olunmalıdır.

Müəssisələr sosial medialar vasitəsi ilə böyük dataların analitikasını apararaq, istehlakçılar üçün ən uyğun məqsəd bazarını seçib, öz məqsəd auditoriyasına daha çox uyğun olan fərdi yanaşmadan istifadə etməlidir. Eyni zamanda sosial media vasitəsilə istehlakçılar və satıcılar təklif etdikləri məhsul və satış şərtləri barəsində alıcıların rəyini öyrənməli, onları təhlil etməli və zərurət olan halda çevik dəyişikliklər etməlidir.

Biznes məqsədlərinə çatmaq məsələsində, sosial şəbəkələrdə fəaliyyət yalnız istifadəçilərlə ünsiyyətə söykənə bilməz. Sosial şəbəkələrdə marketinq fəaliyyətinin vəzifəsi xidmətlərə, satış artımına olan ehtiyacı formalaşdırmaqdır.

Bu hədəflərə əsaslanaraq, öz satış istiqamətinizi müəyyənləşdirməli və brendinizi sosial şəbəkələrdə təbliğ etməklə qazancınızın artmasına nail olmalısınız. Bir çox sosial şəbəkə platformaları istifadəçiyə standart trafik hesabatı yaratmaq imkanı təqdim edir. Hərtərəfli nəticəyə nail olmaq üçün ixtisaslaşmış xidmətləri cəlb etmək, marketinq səylərinə təkan verən fəaliyyət xətti seçilməlidir.

Açar sözlər: *Sosial media, istehlakçı davranışı, reklam.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Akar Erkan "Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri - Bir Pazarlama İletişim Kanalı Olarak İşleyişi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2010, s. 107-122.

2. Süleyman Barutçu və Melda Tomaş “Sürdürüləbilir Sosial Medya Pazarlaması və Sosial Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü”, *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, IV, 2013, s. 5-24

3. Candemir A. (2016), *Pazarlama yönetimine giriş*, İstanbul. Nobel Yayın, s. 270

4. Schiffman L.G. və Kanuk L.L. (2004). *Consumer Behavior*, New Jersey, Pearson Education Inc, p. 587

5. Ulun Akturan “Tüketici Davranışına Yönelik Araştırmalarda Alternatif Bir Teknik: Etnografik Araştırma”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 2007, s. 237-252

6. Nick Hajli “A study of the impact of social media on consumers”. *International Journal of Market Research*, 2014, p. 387-404.

7. <https://www.interactivemedia.az/onlayn-marketing-ustunlukleri/>

8. <https://banker.az/sosial-s%C9%99b%C9%99k%C9%99l%C9%99rin-statistikasi-dunyada-v%C9%99-az%C9%99rbaycanda/>

9. <https://ru.scribd.com/doc/22977166/Consumer-Behaviour-7-Culture-Sub-Culture>

10. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-azerbaijan?rq=azerbaijan>

SUMMARY

In recent years, the impact of social media on consumer behavior has increased significantly. In Azerbaijan, as in other countries with a large number of Internet users, social media has a special role in the effective organization of sales. Consumer behavior must now be analyzed through digital platforms, taking into account their wishes and requirements. This creates new opportunities for businesses engaged in sales activities. Businesses can monitor consumer behavior from a social perspective and regulate sales activities in line with market demand. As a new trend, buyers can now easily share their thoughts, impressions, complaints and dissatisfaction with the product on social media with both the company and other consumers. In our country, large companies and enterprises almost create demand and try to direct consumer behavior in the desired direction. In order to achieve successful results, the current situation must be analyzed, today's changing requirements must be adequately responded to, and consumer behavior must be studied on social platforms. Social media stands out as the means most often used by consumers, and the level of consumer exposure to these

tools parallels the level of use of social media. In this context, the existence of enterprises and organizations engaged in sales activities in the social media environment is an important feature for marketing activities.

Key words: *Social media, consumer behavior, advertisement.*

РЕЗЮМЕ

В последние годы влияние социальных сетей на поведение потребителей значительно возросло. В Азербайджане, как и в других странах с большим количеством пользователей Интернета, социальные сети играют особую роль в эффективной организации продаж. Теперь поведение потребителей необходимо анализировать с помощью цифровых платформ с учетом их пожеланий и требований. Это также создает новые возможности для предприятий, занимающихся продажей. Компании могут отслеживать поведение своих потребителей с социальной точки зрения и регулировать продажи в соответствии с рыночным спросом. В результате новой тенденции покупатели теперь могут легко делиться своими мыслями, впечатлениями, жалобами и недовольством продуктом с компанией и другими потребителями в социальных сетях. СМИ. В нашей стране крупные компании и предприятия практически сами создают спрос и пытаются направить поведение потребителей в желаемом направлении. Для получения успешных результатов необходимо анализировать текущую ситуацию, адекватно реагировать на меняющиеся требования сегодняшнего дня и поведение потребителей. необходимо изучать на социальных платформах. Социальные сети выделяются как средство, наиболее часто используемое потребителями, и уровень воздействия этих инструментов на потребителя соответствует уровню использования социальных сетей. В этом контексте наличие предприятий и организаций, занимающихся продажами в среде социальных сетей, является важной характеристикой маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: *социальные сети, поведение потребителей, реклама.*

AZƏRBAYCANDA MEHMANXANA SEKTORUNUN MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

SƏBİNƏ HƏSƏNOVA
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
Beynəlxalq Magistratura və
Dokurantura Mərkəzi

E-mail: sebinehesenova.98@mail.ru

Turizm ən sürətlə inkişaf edən və ən çox iqtisadi gəlir gətirən sektorlardan biridir. Bu səbəbdən də dünyadakı bir çox ölkə bu sahəyə daha çox diqqət yetirməkdədir. Əlbətdə bu sahənin mənfi təsirləri də mövcuddur. Ancaq müsbət xüsusiyyətləri çox-yönlülüyü ilə mənfi təsirlərini qabaqlayır. Bu xüsusiyyətlərdən biri də iqtisadi gəlirlilidir. Çünki turizm pul qazandıran lokomotiv bir sektordur və ölkələrin inkişaf etməsində böyük dəstəkləyici yerindədir. Turizm sahəsini görməzdən gəlmək ölkələr üçün bu milyonlarla dollar itgi mənasına gəlir. Turistik məkanların inkişaf etdirilməsində mehmanxana tipli müəssisələrin də vacibliyi ayrıca vurğulanmalıdır. Gələn turistlərin, əcnəbilərin və ya yerli sakinlərin rahatlıqlarını tam təmin etmək üçün mehmanxana tipli müəssisələr əvəzəlməzdir.

Bizim ölkəmizdə də turizmə böyük önəm verilir. Hələ 2002-ci ildə qəbul edilən qərarla “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” yaradılmışdır. Daha sonra Azərbaycan Respublikası Prezidentinin sərəncamı ilə 2011-ci ilin “Turizm ili” elan edilməsi ilə birlikdə bu sahəyə ayrılan diqqət daha da artmışdır. Ölkəmizin bu sahəni inkişaf etdirmək üçün kifayət qədər imkanları və təbii-coğrafi şəraiti mövcuddur. Torpaqlarımızın qədimliliyi, mədəni-tarixi irsi, qədim mənədiyyət abidələri, relyefi və landşaftı, bütün bunlarla bərabər müasirliyimiz, modernliyimiz, qonaqpərvərliyimiz, tolerantlığımız və mültikulturallığımızla birlikdə biz əcnəbilərin diqqət mərkəzində olma potensialındayıq. Bizim dövlətimiz şərqlə qərbin, qədimiliklə müasirliyin vəhdətində olan bir ölkə olaraq daima diqqət toplamışdır. 2020-ci ilə qədər Dağlıq Qarabağ və ətrafındakı ərazilərin işğal altında olması bizim önəmli turistik əhəmiyyətə malik ərazilərimizdən istifadə edə bilməməyimizə səbəb olurdu. Ancaq

artıq biz 2020-ci 27 sentyabrda başlamış İkinci Dağlıq Qarabağ müharibəsini 10 noyabrda qələbə ilə bitirmiş və ərazi bütövlüyümüzü bərpa etmişik. Bununla da bütün potensialımızdan istifadə edərək gələcəyə daha əmin addımlarla irəliləyəcəyik. Dağlıq Qarabağ və ətraf rayonlar turizmin inkişafına böyük təkan verəcək.

Ölkəmizdə turizm ən vacib hissələrindən biri kimi mehmanxana sektorunu göstərə bilirik. Nazirlər Kabineti tərəfindən “Yerləşmə vasitələri hesab edilən mehmanxana tipli obyektlərin və müvəqqəti yaşayış üçün nəzərdə tutulmuş digər tikinti obyektlərinin Siyahısı” təsdiq edilmişdir. Bu siyahıya əsasən Azərbaycanda mehmanxana tipli müəssisələrə mehmanxanalar, motellər, sanatoriyalar, pansionatlar, yerləşdirmə imkanlarına malik konqres mərkəzləri, istirahət evləri, istirahət bazaları, istirahət mərkəzləri, qonaq evləri, sağlamlıq düşərgələri, idman düşərgələri, ovçu (balıqçı) evləri, turist bazaları, turist evləri, kempinqlər, yaşayış evləri (villalar, koteclər, bağ evləri və s.), çoxmənzilli binalarda mənzillər (otaqlar), hostellər, dağ sığınacaqları, uşaq sağlamlıq düşərgələri daxildir. Bunların bir neçəsinin necə xidmət göstərdikləri haqqında məlumat aşağıda verilmişdir:

Motellər avtoturistlərin, xüsusi avtomobil ilə səyahət edənlər üçün yaradılmış, əsasən avtomagistral yollar üzərində yer alan və avtomobillər üçün parkinq edə biləcəkləri yerə sahib olan kiçik otellərdir. Burada böyük otellərdən fərqli olaraq çox az sayda çalışan mövcud olur. Motellər əsasən səyahət sevrələr üçün 1 və ya 2 gecə qonaqlama xidməti verir.

Sanatoriyalar əsasən sağalma və ya xəstəliklərin profilaktikası üçün mineral su, daniz vannası, şəfaverici palçıq, iqlim, idman, fizioterapiya və di-

etik yeməklərlə insanlara xidmət göstərən sağlamlıq-profilaktik müəssisələrdir.

Pansionatlar bəzi otaqları və ya tamamı müştərilərin qonaqlaması üçün dizayn edilmiş evlərdir. Bəzi yerlərdə ev sahibləri evlərinin bir otağında qalaraq digərlərini kirayə verir və ya evin tamamını kirayə verirlər. Bəzi pansionatlar da səhər yeməyi təklif edilir, bəzilərinə isə isə nahar və şam yeməyi bişirilərək müştərilərə təklif edilir.

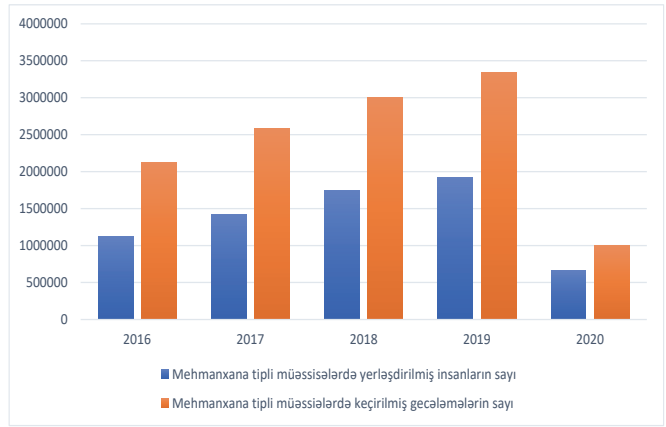
Kempinqlər avtoturistlər üçün xüsusi yay düşərgəsi və həmçinin əsasən, şəhərlərarası yol üstündə yerləşən, gecələmək üçün şəraiti olan yığcam, birmərtəbəli taxta və ya daş evlərdir.

Ölkəmizdə turizmin inkişafı ilə bağlantılı olaraq davamlı olaraq yeni mehmanxana tipli müəssisələr tikilmiş və fəaliyyətə başlamışdır. 2014-cü ildə mehmanxana tipli müəssisələrin sayı ölkəmizdə 535 idi. 2020-ci ildə isə artıq 655 mehmanxana tipli müəssisə fəaliyyət göstərmişdir. Bu rəqəmin növbəti illərdə daha da artacağı ərazi bütövlüyümüzün bərpa edilməsi ilə bir daha təsdiqlənmiş oldu.

Hər kəsin bildiyi kimi 2020-ci ildə Koronavirus pandemiyası bütün dünyanı bürüyüb və dünya iqtisadiyyatına ciddi zərər vurub. Bu zərərlər turizm sektorundan da yan keçməyib. Bu səbəbdən Azərbaycan Respublikasında mart ayından etibarən turizm sektorunda ciddi tənəzzül baş vermişdir. Pandemiya dönməndə COVID-19 virusunun yayılmasının qarşısını almaq məqsədi ilə dövlət sərhədlərində məhdudlaşdırıcı rejim tətbiq olunmuşdur. Bununla yanaşı dövlət daxilində də rayonlar və şəhərlər arasındakı sərnişindəşimlərə məhdudlaşdırıcı qoyulmuşdur. Pandemiya dövründə ən çox təsirlənən sahələrdən biri də turizm olub. Turizm sahəsi gətirilən məhdudlaşdırıcı tədbirlərdən çox böyük itgilərlə üzləşib. Turizm sahəsinin əsas hissələrindən biri olan mehmanxana sektoru da bu müddət ərzində geriləmələrlə qarşılaşıb.

Covid-19 virusunun bütün dünya iqtisadiyyatına ağır zərbə vurması bilinir. Və dünya hələ də bu virusun təsirinə məruz qalmaqdadır. Dövlətlərarası sərhədlərin artıq bir ildən çoxdur bağlı olmasını nəzərə alsaq dünya turizminin tənəzzül yaşadığını belə deyə bilərik. Azərbaycanda da sərhədlər bağlandıqdan sonra ölkəmizə gələn əcnəbilərin sayı kəskin şəkildə azalmışdır. Bununla da mehmanxana biznesinin fəaliyyətində iş yükü və gəlirlilik azalmışdır. Belə ki, mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilən insanların sayı 2020-ci ildə ondan

əvvəlki ilə nisbətən 65 faiz azalaraq 267383 nəfər olmuşdur. Bu rəqəmi biz sonuncu səfər 2013-2014-cü illər ərəfəsində müşahidə etmişdik. Aşağıdakı diaqramda son beş il ərzində ölkədə mehmanxana tipli müəssisələrdə qonaqlayan şəxslərin sayı müqayisə edilmişdir.



Diaqram 1.

Göstərilən diaqram Dövlət Statistika Komitəsinin paylaşdığı rəsmi statistikalara əsasən hazırlanmışdır. Diaqramda 2016-2020-ci illər boyunca Azərbaycanda mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş insanların sayını və onların ümumi gecələmələrinin sayını görmək mümkündür. 2016-cı ildən etibarən rəqəmlər davamlı olaraq yüksəlişdə olmuşdur. Bu da öz növbəsində turizmə verilən diqqətin, ayrılan investisiyaların verdiyi nəticənin əyani şəkildə təsviridir. Turizm inkişaf etdikcə ölkəmizə turist axını başlamış və mehmanxana tipli müəssisələrə - otellərə, meotellərə, hostellərə, istirahət mərkəzlərinə müraciətlər çoxalmışdır. 2019-cu ildə isə mehmanxanalarda yerləşdirilmiş şəxslərin sayı artıq 2 milyona yaxınlaşmışdır. Təəssüflər olsun ki, 2019-cu ildə Çində yayılmağa başlamış virus sürətli bir şəkildə dünyaya yayılmış və Azərbaycana da gəlmişdir. Ölkəmizdə virusa qarşı genişmiqyaslı tədbirlər həyata keçirilsə də virusun mənfi təsirindən xilas olmaq mümkün olmamışdır. 1-ci diaqramdakı 2020-ci il göstəricinə baxmaqda bu virusun mehmanxanalara təsirini açıq şəkildə görmək mümkündür. 2019-cu illə 2020-ci il arasındakı kəskin düşüş fərqi bu sahəyə dəyən zərəri az da olsa anlamağa imkan yaradır.

Azərbaycan inkişaf etdikcə, dünyada tanınmağa başladıqca ölkəmizə turist axınları da çoxalıb. Hər il əvvəlki illərə nisbətən daha çox turisti cəlb

etməyi bacarmışdıq. Azərbaycanca müxtəlif ölkələrdən davamlı olaraq turistlər gəlir. Hər il dünyanın müxtəlif ölkələrindən çox sayda turist ölkəmizə gəlir və onların burada qalmaları üçün ilk növbədə mehmanxana tipli müəssisələrə müraciətlər edilir. Son illərdə standart olaraq müəyyən aralıqlarda Rusiya Federasiyasından, qardaş Türkiyə Cümhuriyyətindən, Böyük Britaniyadan, İrandan, Səudiyyə Ərəbistanı və BƏƏ kimi ölkələrdən turist axınları müşahidə edilir. Statistik göstəricilərə diqqət yetirdikdə bu siyahıya son illərdə Pakistan, Hindistan və İsraili də əlavə edə bilərik. Xüsusi ilə 2017-2018-ci illərdə və ondan sonrakı dövrdə bu üç ölkədən gəlib mehmanxanalarda yerləşmiş turistlərin sayının 2-3 qat hətta 4 qat artdığını görmək mümkündür. 2020-ci ildə çətin şəraitlə üzləşsək də ölkəmizə gələrək mehmanxanalara müraciət edən əcnəbilər yenə də olmuşdur. Aşağıdakı cədvəldə 2020-ci ildə ölkəmizə gələn turistlərin əsasən hansı dövlətlərdən gəldiyini və onların sayını görmək mümkündür. Cədvəldə ilk onluq göstərilmişdir.

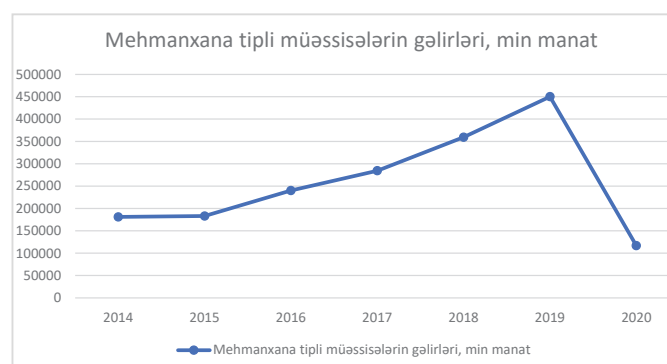
2019-cu ildə isə ilk onluqda bəzi fərqliliklər var idi. Məsələn, ilk beşlikdə Rusiya və Türkiyə öz yerini qorusa da, digər 3 yerdə İsrail, Hindistan və İran olmuşdur.

Cədvəl 1.

2020-ci ildə mehmanxanalarda yerləşdirilmiş tursitlərin ölkələr üzrə göstəriciləri		
	Ölkə:	Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı:
1	Rusiya Federasiyası	34484
2	Türkiyə Cümhuriyyəti	24591
3	Böyük Britaniya	22577
4	Səudiyyə Ərəbistan	22065
5	Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri	19351
6	Hindistan	14090
7	İsrail	10017
8	Küveyt	9747
9	ABŞ	7217
10	İtaliya	7170

Mehmanxana sektorunun turizmin əsas hissələrindən biri olduğunu qeyd etmişdik. Turizm inkişaf etdikcə mehmanxanalara da ehtiyac yaranır və beləliklə mehmanxanalar da inkişaf edir. İllər keçdikcə, dünyada şərait dəyişdikcə insanların me-

hmanxanalardan gözləntiləri də dəyişir. Keçmişdə sadəcə gecə qonaqlamaq üçün istifadə edilən mehmanxanalar indiki dövrdə istirahət yerlərinə çevrilirlər. Bu da burada verilən xidmətdən istifadə edən insanların gözləntilərinə və tələblərinə uyğun şəkillənir. Yavaş-yavaş insanlar mehmanxana tipli müəssisələrdə sadəcə olaraq gecə qonaqlama xidmətinin verilməsi ilə qane olmadılar. Bundan sonra göstərilən xidmətlər genişlənməyə və şaxələnməyə başladı. Mehmanxanalara artıq gün ərzində 2-3 dəfə yemək təklifləri edir. Artıq otellərin daxilində uşaqlar üçün əyləncə məkanları, böyüklər üçün istirahət guşələri, idmanla məşğul olmaq üçün yerlər yaradılır. Əlbətdə bu şəraiti yaratmaq üçün müxtəlif vəsaitlər xərclənir və bu müəssisələr verdikləri xidmətlərin müxtəlifliyinə uyğun olaraq müştərilərinə daha yüksək qiymətlərlə xidmət edirlər. Bundan əlavə olaraq mehmanxana sektorunda rəqabət qabiliyyətlilik artdıqca müştəriləri cəlb etmək üçün yeni fikirlər yaranır və müxtəlif xidmətlər göstərilir. Bütün bunların işığında demək mümkündür ki, artıq indiki dövrdə mehmanxana sektorundan götürülən mənfəət də çox yüksək səviyyəyə çatmışdır. Ölkəmizdə də ildən bu sahədən əldə edilən gəlir çox böyük rəqəmlərə çatmışdır.



Diaqram 2.

2-ci diaqramda son yeddi ildə mehmanxana tipli müəssisələrin əldə etdikləri gəlirlər göstərilmişdir. 2019-cu ildə 450 min manatı keçən gəlir səviyyəsi indiyə qədər əldə olunan ən pik göstəricidir. Dünyanın ən aparıcı otellər şəbəkələrinin ölkəmizdə cəmlənməsi və burada xidmət göstərməyə başlamasının da bu nəticələrin əldə edilməsində böyük rolu var. Ancaq 2020-ci ildə baş verən qapanmalardan təsirlənən hər bir sahə kimi mehmanxanalar da gəlirliliklərini itirmişdir. Bir çoxları qapanma təhlükəsi ilə qarşılaşmışdır. Biz 2020-ci illə 2019-cu

ildəki gəlir fərqini müqayisə edəndə görürük ki, 2020-ci ildə mehmanxana sektorundan əldə edilən gəlir 4 dəfəyə yaxın azalmışdır. Onu da demək olar ki, ən son bu gəlir səviyyəsi 2012-2013-cü illərdə müşahidə edilmişdir.

Pandemiya ilə əlaqədar gətirilən məhdudiyətlərin mehmanxana sektoruna olan mənfi təsirlərinin nə dərəcədə böyük olduğunu aparılan statistik təhlillər vasitəsi ilə anlamaq daha da asan oldu. Bəzi otellər bu dövrdə fəaliyyətlərini dayandırdıqları üçün dövlətdən yardımlar almağa başlayıblar. 2020-ci ildə təqribən 30-dan çox otel dövlətdən yardım almışdır. Bu otellərin bir neçəsinin adı aşağıda qeyd edilib:

- Bakı Boulevard Hotel Company
- Qəbələ Olimpik Hotel Management
- Şafran Hotel
- Starvay Hotel
- Middle Vvay Hotels Qrup
- Admiral Hotel
- Ambiance Hotel
- Shamkir City Hotel & Spa
- Nizami Hotel

Ölkəmizin yeraltı və yerüstü sərvətlərlə zənginliyi ilə bilinir. Əksər guşələri gözəlliyi və özünə məxsusluğu ilə seçildiyindən, bu yerlər turizm sahəsində diqqət cəlb edərək ad san qazanıblar. Əlbətdə bu yerlərdə turistlərin qonaqlaması üçün otellərin olması şərtidir. Ölkəmizdə çox gözəl və fərqli otellər var. Bu otelləri ən yaxşı hansıdır deyə sıralamaq düzgün olmaz. Aşağıda ölkəmizdə məşhur olan bəzi otellərin adları qeyd edilib:

- Qafqaz Thermal Hotel Qəbələ
- Pik Palace Şahdağ Hotel
- Qafqaz Riverside Hotel
- Quba Palace Hotel
- Four Season Hotel
- Excelsior Hotel & Spa Bakı
- Fairmont Hotel Bakı
- Bilgəh Beach Hotel
- Hilton Bakı Hotel
- Kempinski Badamdar
- Park Inn Bakı
- JW Marriott Absheron Bakı Hotel
- Sheraton Bakı Hotel və s.

Yuxarıda sayılan otellər bir çox xüsusiyyətlərinə görə ölkəmizin ən yaxşı otellərinə çevriliblər. Bu otellər ənənə və yenilikləri müasir dəbdəbə və qədim çalarlarıyla birləşdirir, bəzilərinin yerləşdiyi məkanlar olduqları yerin ən gözəl mənzərələrini müştərilərin gözləri önünə qoyur, bir çoxu özündə idman zalı, hovuz və digər istirahət yerlərini birləşdirən xidmətlər göstərir, elələri də var ki, dağ zirvəsində yerləşərək təbii gözəlliyi ilə seçilir. Bu otellərin içərisində ən çox otaq sayı üzrə ilk yeri 309 otaq - 618 yerlə "Hilton" otellər imperiyasının Bakı nümayəndəliyi tutur. İkinci yerdə 280 otaq – 727 yer ilə Kempinski Badamdae otelidir. Bu otel paytaxtın ən böyük 5 ulduzlu otellərindən ikincisidir. Üçüncü yerdə isə 4 ulduzlu olsa da 248 otaq – 316 yerlə Park Inn Bakı otelidir.

Məşhur otellərin adı mətbuatda da daha çox xatırlanır. Kimisi mənfi hadisələrlə, kimisi də möhtəşəm yenilikləri kütləvi informasiya vasitələrinin diqqətini çəkir. Azərbaycan mətbuatında ən çox adı çəkilən otellərdən ilk yeri "Landmark" oteli tutur. Sonrakı yerlərdə isə "Hilton" və "JM Marriott Absheron" otelləri tutur.

Azərbaycanda turizm potensialı çox böyükdür. Bu da turizm üçün lazım olan qonaqlama məkanlarına ehtiyacın çox olması deməkdir. Ötən il ərazi bütövlüyümüz tam bərpa edildiyi üçün turizmin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayacaq qədimi, tarixi, təbii sərvətlərlə bol məkanlarımızdan artıq istifadə edə biləcəyik. Bu ərazilərin tanınması üçün həmin ərazilərdə yaradılacaq olan yeni mehmanxana tipli müəssisələrə böyük ehtiyac duyulacaq. Həmçinin pandemiya səbəbi ilə zərərə uğramış mehmanxana sektorunun yenidən inkişaf etdirilməsi və əvvəlkindən də gəlirli sahəyə çevrilməsi üçün işlər görülməlidir.

Bu istiqamətdə görülməli işlər çoxdur. Ən əsası isə hələ də pandemiya şəraitində yaşadığımız bir vaxtda mehmanxana müəssisələri reklam kanalları vasitəsi ilə öz reklamlarını həyata keçirməlidirlər. Beləliklə onlar daimi olaraq müştərilərin yaddaşında qalaraq unudulmayacaqlar və potensial müştərilərin diqqətini cəlb edə biləcəklər. Sosial məsafəyə əməl etməli olduğumuz və hər kəsin ən çox öz evində olduğu vaxtlarda insanların diqqətini ən çox rəqəmsal reklamlarla cəlb etmək mümkündür. Rəqəmsal reklam vasitəsi ilə minimum xərclə maksimum effektiv nəticə əldə etmək mümkündür.

Açar sözlər: *mehmanxana tipli müəssisələr, Azərbaycanla mehmanxana sektoru, statistik göstəricilər, pandemiyanın təsirləri, statistik təhlil.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. "Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi, Bülleten, 2020-ci il
2. "Daxili turizm" Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi, Bülleten, yanvar-sentyabr, 2020
3. "Daxili turizm" Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi, Bülleten, yanvar-sentyabr, 2019
4. <https://www.statista.com/topics/1102/hotels/>
5. <https://fed.az/az/turizm/azerbaycanda-dovlet-den-yardim-alan-meshur-oteller-siyahi-78379>
6. <https://fed.az/az/turizm/azerbaycanin-en-meshur-otelleri-top-10-54591>
7. <https://hotels24.az/az/faydali-meqaleler/31/10-best-hotel-in-azerbaijan/>

Analysis of the current situation of the hotel sector in Azerbaijan **Sabina Hasanova**

**Azerbaijan State Economic University
International Graduate and Doctoral Center**

SUMMARY

Everyone is aware of the importance given to tourism in Azerbaijan and the investments made in this area. The role of hotel-type enterprises in this area is an undeniable fact. If we look at the recent past, we can say that the events have had a huge impact on this area, whether positive or negative. This article tried to analyze the current situation in the hotel sector in Azerbaijan, taking into account the effects of both the pandemic and the war, and using the latest statistics.

Key words: *hotel-type enterprises, hotel sector in Azerbaijan, statistical indicators, effects of pandemic, statistical analysis.*

Анализ текущей ситуации в гостиничном секторе Азербайджана **Сабина Гасанова**

**Азербайджанский Государственный
Экономический Университет
Международный Центр Магистратуры
и Докторантуры**

РЕЗЮМЕ

Всем известно о том, какое значение придается туризму в Азербайджане, и об инвестициях, вложенных в эту сферу. Роль предприятий гостиничного типа в этой сфере - факт неоспоримый. Если мы посмотрим на недавнее прошлое, мы можем сказать, что произошедшие события, как положительные, так и отрицательные, оказали огромное влияние на эту область. В данной статье предпринята попытка проанализировать текущую ситуацию в гостиничном секторе Азербайджана, принимая во внимание последствия как пандемии, так и войны, и используя последние статистические данные.

Ключевые слова: *предприятия гостиничного типа, гостиничный сектор Азербайджана, статистические показатели, последствия пандемии, статистический анализ.*

ƏMƏK BAZARLARINDA ÇEVİK TƏHLÜKƏSİZLİK MODELİ VƏ BAZAR ALƏTLƏRİNİN MƏŞĞULLUĞA TƏSİRİ

TÜRKƏN MƏMMƏDOVA

*Azərbaycan Dövlət İqtisad
Universitetinin magistranı*

E-mail: turken.mammedova@gmail.com

1970-ci illər "qızıl illər" olaraq təyin olunan kapitalizmin mərhələsinin bitdiyi və uzunmüddətli böhran dövrünə qədəm qoyduğu illər idi. Bu dövrdə kapitalizmin daxil olduğu böhrana qarşı bir-biri ilə əlaqəli iki dinamik proses hərəkətə keçdi. Bunlar prosesin dominant aktyorları böhran qarşısında mövqelərini güclə gücləndirdilər və prosesə müdaxilə baxımından neo-liberal olaraq təyin olunan siyasətlər həyata keçirildi. Bu dinamik proses, kapitalın beynəlxalq hərəkətiliyini məhdudlaşdıran bütün maneələrin və tənzimləmələrin aradan qaldırılması nəticəsində əmək sistemləri ilə kapital və istehsal sistemləri arasındakı güc nisbətini dəyişdirdi. Neo-liberalizm adlanan bu çevrilmə prosesi, istehsalın və rəqabətin qloballaşması nəticəsində kapitalın beynəlxalq səviyyədə sərbədsiz hökmranlığına, əmək bazarında sərbədsiz və nəzarətsiz bir yığılma mexanizminin inkişafına səbəb oldu [9].

Dünya miqyasında böhran yönümlü fəaliyyətlər və ödənilməmiş iş vaxtını artırmaq, xərcləri azaltmaq üçün kapital siyasəti, əmək kapitalı münasibətlərinin dünyanın müxtəlif bölgələrinə məkan köçürməsiylə nəticələndi [1, s.76-79]. Digər tərəfdən kapitalistlər üçün dünya miqyasında rəqabət etmək məhsuldarlığı və səmərəliliyi artırmaq səyləri, işçiləri əvəz edən texnoloji inkişafarla mexanizasiyanın artmasına və işsizliyin artmasına səbəb oldu. Bu mənada, yüksək işsizlik nisbətinin həlli olaraq, əmək bazarlarının "sərt" quruluşunu çevik hala gətirmək üçün ritorika həlledici olmuşdur. Tədqiqatın əsas sualı məhz bu məqamda formalaşır: Göstərilən və tətbiq olunan rahatlıq siyasətləri istənilən nəticəni verdi mi? Bu suala cavab vermək üçün verilənlərin müqayisəli təhlilində, əmək

bazarındakı hər cür problemin yeganə resepti kimi təqdim olunan çeviklik siyasətinin işçilərin əksinə olaraq neo-liberal siyasətlərə qarşı daha həssas olmasına səbəb olduğu qənaətinə gəlinir [10].

Bu əsas nəticəyə çatmaq üçün, əmək bazarındakı çeviklik siyasətinin əmək haqqı və mənfəətə təsirlərinə diqqət yetirərək sosial təsirləri aşkarlamaq məqsədi daşıyır.

Tədqiqatın davam edən hissəsində, ilk növbədə, elastiklik siyasətinin məşğulluq, əmək haqqı və mənfəətə təsirlərini araşdırmaq və müzakirə etmək üçün çevik siyasət üçün konseptual və nəzəri bir əsas yaradılmışdır.

Əmək bazarlarında rahatlıq

1970-ci illərdən bəri, inkişaf etmiş kapitalist ölkələr, ölkəmiz kimi ölkələrdə sərbəst dinamikaya başlamazdan əvvəl və sonra sərmayədə təzyiqlər yaratmış və bu nəşrdən xilas olmaq üçün əsas gəlir mənbələrindən biri də əmək və məşğulluq siyasətidir. Daha əvvəl də bildirildiyi kimi, vahid vaxt başına daha çox ödənişsiz iş vaxtı, yəni mexanizasiya yaratmaq üçün texnologiyanın istifadəsi əmək bazarında işsizliyə təzyiq göstərmişdir. Müxtəlif mərhələlərdə işsizliyin artmasına müdaxilə olaraq həyata keçirilən struktur tənzimləmə siyasətinin işsizlik problemini həll edə bilməməsi, elastiklik mövzusunda müzakirələri gücləndirdi və Dünya Bankı və Beynəlxalq Əmək Təşkilatı (BƏT) hesabatlarında əmək bazarında çevik təcrübələrin zəruriliyi qeyd edilmişdir. Bu vəziyyət kapital və işçi qüvvəsi arasındakı tarixi konsensusu sarsıtdı və sosial təminat və tam məşğulluqda bərabərliyi hədəfləyən modeldə köklü bir dəyişiklik yaratdı. Bir mənada, iş / məşğulluq təhlükəsizliyinin uzadılması,

sıx rəqabət və işsizlik təzyiqləri səbəbindən işsizlik müavinətlərinin məhdudlaşdırılması kimi yeni tənzimləmələrə səbəb olan bu müddət, fərqli yollarla və fərqli dərəcələrdə tətbiq olunan neo-liberal siyasətlərin müəyyən xüsusiyyətinə çevrildi[2,s.108-112].

Əmək bazarında çevikliyin tərfi və əhatə dairəsi

"Dəyişkənlik" və ya başqa sözlə "dəyişməyə uyğunlaşma qabiliyyəti" olaraq iş həyatında təyin olunan çeviklik, iqtisadi və sosial sahələrdəki dəyişikliklərə və texnoloji sahə, işəgötürən baxımından, iş yaradılması üçün bir şərt olaraq görülür. Neo-liberal siyasətlərin oxunda inkişaf etdirilən bu anlayış, rəqabət qabiliyyətinin artmasını, işsizliyin yüksək nisbətənin azaldılmasını və iqtisadi səmərəliliyin təmin edilməsini işçilərin sərt qoruyucu müddəalarından azad olan azad bazar gücü ilə əlaqələndirir[11].

Dövlət müdaxilələrindən kənar çevik və nizamsız əmək bazarını hədəf alan bu yanaşmaya uyğun olaraq, işəgötürənin borclu olduğu xitam xərcləri azalacaq, bildiriş müddətləri, işdən çıxma haqqı, iş təhlükəsizliyi ilə bağlı məhdudlaşdırıcı müddəalar olaraq aradan qaldırıldı və nəticədə məşğulluq yaratmaq meyli artacaq. Lakin, liberal baxımdan istehsal olunan işsizlik probleminə bu həll yolları bir çox ölkədə cavab tapa bilmədi. Çünki çevik məşğulluq və əmək haqqı siyasətləri ilə müvəqqəti əmək müqavilələrinin geniş istifadəsi daimi iş təmin etməməklə yanaşı sosial və iqtisadi rifah itkisinə səbəb olmuşdur[3,s.7-11].

Bu gün esneklik müzakirələri iqtisadiyyatın məşğulluq həcmindəki müvəffəqiyyətinə yönəldilir və fərqli fikirlər ehtiva edir. Liberal anlayışa görə, əmək bazarlarını tənzimləyən sosial dövlət modellərindəki qoruyucu institusional tədbirlər sərbəst bazarın fəaliyyətinin qarşısını alaraq məşğulluq siyasətində uğursuzluğa səbəb olur[4,s.185-189].

Məsələn, ABŞ və AB ölkələri rəqabət olmayan sahələrdə məşğulluq səviyyəsi baxımından müqayisə edildikdə, aşağı əmək haqqı siyasətini izləyən ABŞ-ın əmək haqqını fərdi göstəricilərə görə təyin etdiyi, iş təhlükəsizliyini ciddi qaydalardan uzaqlaşdırdığı iddia edilir. Bu baxış əsasında liberal yanaşma Avropa ölkələrində işsizliyin yüksək səviyyəsini makroiqtisadi uğursuzluqla deyil, əmək bazarlarının "sərtliyi" işəgötürənin ödəməli olduğu

xitam xərcləri minimum əmək haqqı müraciətləri ilə əlaqələndirir. Burada işsizlik sığortası altındakı müavinətlər və ümumi məşğulluğun qorunması şərtləri işsizliklə mübarizədə əsas problemlərdir.

Liberal anlayışın qəbul etdiyi səmərəlilik mübahisəsinə qarşı bərabərlik prinsipini irəli sürən yanaşmalara görə, qoruyucu qaydaların aradan qaldırılması sosial ədalətsizliyi daha da dərinləşdirəcəkdir. Çevikliyin tənqidi olan və az inkişaf etmiş ölkələri ən çox narahat edən bu yanaşma, kapitala qarşı zəif və qeyri-bərabər əmək mövqeyinin dəyişmədiyi müddətdə qoruyucu qaydalara və qanunlara ehtiyac duyulacağını göstərir [5, s. 58–63].

Məşğulluq siyasətində "uğurlu" ölkələr qiymətləndirildikdə, bir-birinə birbaşa zidd olan iki yanaşmanın bu müddətdə aktiv rol oynadığı görülür. Bu fərqli yanaşmalardan birincisi, ABŞ və İngiltərənin rəhbərlik etdiyi güclü bazar iqtisadiyyatı yanaşması olsa da, digəri Danimarka və Hollandiyanın başda olmaqla Avropa ölkələrinin rəhbərlik etdiyi işçi və işəgötürənlərin möhkəm konsensusuna əsaslanan yanaşmadır [6,s.36–44].

Yanaşmalar arasında açıq şəkildə göstərilən ziddiyyətə baxmayaraq, hər iki yanaşma güclü rahatlıq anlayışı qəbul edir; Bununla birlikdə, sosial tərəfdaşların əməkdaşlığına əsaslanan anlaşmanın tərəflər arasındakı güc nisbətənin qorunması məsuliyyətini mənimsəmək baxımından fərqli bir əsasda olduğu iddia edilir. Ümumiyyətlə, çevik işin bu yanaşmalarda sosial tərəfdaşların mənafeələrində tarazlayıcı bir rol oynayacağı düşünülür ki, bu da məşğulluq səviyyəsini artırma siyasətinin əmək bazarındakı məhdudlaşdırıcı qaydalarla təsirli ola biləcəyini göstərir. Bununla birlikdə işçi ilə işəgötürən arasında xüsusilə iqtisadi cəhətdən çox əhəmiyyətli fərqlərin olması və iş şəraitinin müəyyənləşdirilməsində üstünlük işverənin tərəfindədir. Bir sistem olaraq müdaxilə etməsini asanlaşdıracaq bu addım həmin istiqamətdə, işsizliyə qarşı mübarizədə bir həll yolu olaraq görülən bu rahatlıq siyasətləri ilə hər hansı bir təhlükəsizlik olmadan işçi qüvvəsinin yaradıldığını söyləmək mümkündür[7,s.11–29].

Əmək bazarında məşğulluğun qorunmasına dair qaydaların OECD ölkəsi üçün əmək haqqı payı və mənfəət dərəcələrinə təsirlərini araşdıran bu işdə, məşğulluğun qorunmasında artımın azalmaqla əmək haqlarını artırdığı qənaətinə gəlinmişdir. mənfəət

dərəcələri, əmək məhsuldarlığındakı artım mənfəət nisbətlerini artırır və maaşları mənfəət təsir göstərir. Bu nəticə, xüsusən məhsuldarlıq-əmək haqqı münasibətləri ilə bağlı əsas iqtisadi nəzəriyyənin proqnozuna ziddir. Əmək haqqının əməyin marjinal məhsul dəyərində bərabər olması lazım olduğunu irəli sürən bu nəzəriyyəyə görə məhsuldarlıq artımı əmək haqqı artımında əks olunmalıdır. Bununla birlikdə, bu tədqiqatdakı tapıntılar bu nəzəriyyəni dəstəkləmir, lakin məhsuldarlıq qazancının əmək haqqından çox mənfəətdə əks olduğunu göstərir [8, s.116–128].

Bu məqalənin digər bir vacib nəticəsi, məşğulluğun qorunub saxlanılmasında elastiklik dərəcəsinin əmək haqqı və mənfəətə təsirinin məhsuldarlıq səviyyəsindən müstəqil olmadığını aşkarlamaqdır. Tapıntılar göstərir ki, məşğulluğun qorunmasında sərtlik dərəcəsinin əmək haqqındakı artan təsiri əmək məhsuldarlığı artdıqca azalır, mənfəətdəki azalma təsiri isə məhsuldarlığın artması ilə azalır və ya yox olur. Başqa sözlə, məşğulluğun qorunmasında sərtliyin əmək haqqını artıran təsiri daha az məhsuldarlığı olan iqtisadiyyatlardadır.

Bu çərçivədə aparılan empirik analizlər nəticəsində məhsuldarlığın artması və məşğulluğun qorunmasında sərtlik dərəcəsinin əmək haqlarına müsbət və mənfəət təsirlərini azaltdığını iddia etmək mümkündür. Bu da öz növbəsində işçilərin payının istehsalda azalmasına və səhmdarların payının artmasına səbəb ola bilər. Çünki bu araşdırmada əldə etdiyimiz tapıntılar sərt olduğu iddia edilən əmək bazarlarının məhsuldarlıq ilə birlikdə qiymətləndirildiyi zaman əslində sərt əmək bazarlarının səbəb olduğu iddia edilən mənfəət nəticələrinə meydana gəlmədiyini göstərir.

Eynilə, işsizliyin əmək bazarındakı sərtlikdən qaynaqlandığını müdafiə edən neo-liberal iqtisadi siyasətlər və bu problemin məşğulluq növləri və iş saatlarıdakı çevik tənzimləmələrlə həll edilə biləcəyini müdafiə edir. Bununla birlikdə, əmək bazarlarının rahatlıq dərəcəsinin əmək haqqı, mənfəət, məşğulluq, məhsuldarlıq, texnoloji inkişaf, tələb quruluşu və s. kimi dəyişənlərə təsiri bir çox digər dəyişənlərlə qarşılıqlı əlaqə qurur və xalis effekt əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənə bilər.

İş həyatı və məşğulluq münasibətlərində struktur dəyişikliyi kimi təqdim olunan çeviklik, işəgötürənlər üçün "sosial-iqtisadi şərtlərə uyğunlaşma qabiliyyəti" olaraq təyin edilir, eyni

zamanda işçilər üçün qorunmayan, nəzarətsiz və etibarsız əmək bazarı deməkdir.

Çeviklik siyasətləri ilə, işçinin ümumiyyətlə tam müddətdə tək bir işəgötürən altında çalışdığı və qanuni zəmanətlərdən faydalandığı "standart məşğulluq" forması tərk edilməyə, yerinə daha etibarsız, qeyri-sabit, qeyri-müəyyən, müvəqqəti iş formaları verilməyə başlandı. Başqa sözlə, "normativ" məşğulluq modelini təmsil edən standart məşğulluq münasibətləri əmək bazarından çıxarıldı və daha çox etibarsızlıq mənasını verən "yeni" məşğulluq formaları bazarın mərkəzinə yerləşdirildi.

Əsasən kapital istifadəsi tələb olunmayan, əmək tələb edən istehsal sahələrində görülən və qeyri-müəyyən, çevik və ya müvəqqəti olaraq təyin olunan bu "yeni" məşğulluq formaları inkişaf etməkdə olan ölkələrdə fərqli tərif və formalarda görülür. Ümumiyyətlə inkişaf etmiş ölkələrdə atipik və müvəqqəti məşğulluq formaları kimi ortaya çıxsa da, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə məşğulluğun informallaşdırılması kimi ortaya çıxır.

İşçinin iş prosesi üzərində nəzarəti itirməsinə səbəb olan bu məşğulluq formaları və növlərinin sahələrinə baxarkən işçilərin vəziyyətini yüksək təmsilçilik gücünə sahib olan etibarsızlıq konsepsiyası ilə izah etmək mümkündür.

Təhlükəsizlik 1980-ci ildən sonrakı qloballaşma prosesində tətbiq olunan çevik məşğulluq siyasətinin əsas xarakteristikası olsa da, bu bir nəticə deyil. Normativ olaraq təyin olunan "standart məşğulluq" əlaqəsinin hakim olduğu və bu mənada "qızıl dövr" olaraq təyin olunan 1945-1975-ci illər dövründə görüldüyü görülür. Ancaq bu vəziyyət yarım günlük, müvəqqəti və müddətli iş tərzləri ilə günümüzdə daha çox yayılmışdır.

İşdə çox qısa və ya çox uzun müddət də etibarsızlığın ölçüsüdür. Çox qısa araşdırmalar iş təhlükəsizliyi və sosial təminat olmayan işçi qüvvəsinə səbəb olsa da, iş həyatındakı 20 ildən artıq təcrübə yeni texnologiyalara və istehsal texnikalarına uyğunlaşmağı çətinləşdirir, bununla da, iş etibarsızlığını artırır.

Təhlükəsizlik yalnız iş təhlükəsizliyi, sosial təminat, sığorta problemi və işçilər üçün həmkarlar ittifaqının birləşməməsi demək deyil, həm də istehsal vasitələri olmayanların kapitalla qarşı mövqeyini ifadə edir.

OECD üzvü ölkələri nəzərə alsaq, ölkənin nisbi etibarsızlığının ən sıx yaşandığı İspaniya,

İtaliya, Yunanıstan və Türkiyədə olduğu görülür. Bu vəziyyəti ölkələrin yüksək işsizlik dərəcələri və onların subyektiv şərtləri ilə əlaqələndirmək mümkündür. Bu ölkələrdən, xüsusən də Türkiyədən gələn işsizlik bazarı, davamlılığı fərqli dövrlərdə fərqli formalar aldıqda, quruluşlandığı və ümumiləşdirildiyi üçün bunun bir növ nümunə halına gəldiyini söyləmək mümkündür.

Çevik məşğulluğun digər bir elementi olan qeyri-sabitlik, etibarsızlıq kimi, iş həyatında da qeyri-müəyyənliyə səbəb olur. Bu mənada əmək müqavilələrindəki qeyri-müəyyənliklər, iş, məzuniyyət dövrləri və işəgötürənlə müəyyən bir müqavilə bağlanma zərurətinin aradan qaldırılması qeyri-sabitliyi artıran əsas amillərdir. Xüsusilə müddətli və müvəqqəti iş kimi işçi ilə işəgötürən arasındakı əmək münasibətlərinin davamlılığını əngəlləyən təbiiqlər, 1980-ci ildən sonra həyata keçirilməyə başlayan məşğulluq siyasətinin qeyri-sabit bir xüsusiyyətə sahib olduğunun göstəricisidir.

Əmək bazarlarının çevikliyi ilə məşğulluq səviyyəsi arasındakı əlaqə üzərində aparılan araşdırmalar fərqli dəlilləri ortaya qoyur. Bu mövzuda əvvəlki araşdırmalardan bəziləri və tapıntıları təqdim edilmişdir. Buna görə, bəzi tapıntılar rahatlıq səviyyəsi ilə məşğulluq həcmi arasında müsbət bir əlaqəyə işarə edir, digərləri isə rahatlıq səviyyəsinin məşğulluq performansına heç bir təsiri olmadığını göstərir. Bəzi iqtisadçılar məşğulluğa sərf olunan vaxtın da işsizliklə azaldığını vurğulayırlar.

İşçi qüvvəsi xərclərini, daha dəqiq bir şəkildə real maaşları azaltmaq, sosial təminat xərclərini və sosial ödəmələri aradan qaldırmaqla bazar güclərini birləşdirməyi hədəfləyən bu dövrdə mənfəətin artırılması əsas müvəffəqiyyət meyarı olaraq təqdim edildi. Buna görə də, maneə yarada biləcək hər cür sosial hüquq sınıdı qarşısı alınacaq. Bu məqsədə uyğun olaraq çevik iş metodları geniş yayılmış və subpodrat və özəlləşdirmə siyasəti yolu ilə sosial hüquqların aradan qaldırılması xərclərin azaldılması üçün bir tədbir kimi qəbul edilmişdir.

Nəticə etibarlı ilə tənzimləmə qaydalarının əmək bazarına təsirlərini araşdıran bir çox iş aparıldı və bu tədqiqatların əksəriyyətində tənzimləmələrin işsizlik / məşğulluq səviyyəsinə və digər hissəsi, rəqabət qabiliyyəti, iqtisadi böyümə və işçi qüvvəsi üzərində təsirin cəmləndiyi görülür. Əmək bazarı tənzimləmələrinin sərtlik dərəcəsini göstərən OECD "Məşğulluğun qorunması qanunvericiliyi indek-

sinin" əmək haqqı və mənfəətə təsirini birbaşa araşdıran bir ədəbiyyat tapılmadı. Bununla birlikdə, yuxarıda göstərilən bəzi tədqiqatlarda, elastiklik qaydalarının əmək haqqı və mənfəətə təsiri qismən xatırlanır.

Nəticədə, əmək bazarında işçilər üçün təhlükəsizlik demək olan hər hansı bir tətbiq kapital baxımından maliyyə elementini təşkil edir. Bu vəziyyət, əmək xərclərini minimuma endirməyə çalışanların çevik məşğulluq və iş vaxtı çevikliyi siyasətləri ilə etibarsızlıq və qeyri-sabitlik siyasətini tətbiq etdiklərini söyləməyə imkan verir. Yekun etibarlı ilə, əmək bazarlarının sərt olduğu iddiası ilə tətbiq sahəsi tapmaq, bununla birlikdə, artan istismarın birbaşa göstəricisi olan və 'yeni' olmasa da bu günün standartı halına gələn bu siyasətlər, ödənişsiz iş vaxtının məhsulu olan artıq dəyər nisbətində artmasına səbəb olur. Bu zaman işçilər, əmək haqqı ilə məhsuldarlıq arasındakı əlaqənin pozulması ilə işçilərin paylanmasında payını mənfəəti təsir edir.

Açar sözlər: *əmək bazarı, çeviklik, alətlər, məşğulluq, dinamika*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. T.Ə.Quliyev *İnsan resurslarının idarə edilməsi* Bakı -2013
2. Meybullayev M.X., Mikayilova S.M., *İqtisadi təhlükəsizlik nəzəriyyəsi.*, Bakı 2015
3. İsmayilzadə Ə.A. *İnsan resurslarının idarə edilməsi və sosial inkişafı*, Bakı 2013

Rus dilində

4. Золн И.Е. *Рынок труда: дискуссионные проблемы, состояние и приоритеты развития: монография.* Н. Новгород: Изд-во НИУ РАНХиГС, 2015. 366 с.
5. Золн И.Е. *Теоретические и практические аспекты трансформации государственного регулирования рынка труда в условиях развития рыночных отношений в России // Экономика и предпринимательство.* 2013. № 5.
6. Воронин Ю., Лабзунов П. *О необходимости управления экономикой // Экономист.* 2014. № 5.
7. Самохвалов А. *Государство в рыночной экономике: уроки кризисов // Мировая экономика и международные отношения.* 2013. № 4.
8. Комков Н.И., Дудин М.Н., Лясников Н.В.

Проблемы экономического развития: факторы и детерминанты // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. Т. 6. № 2.

Türk dilinde

9. *Nerden Alır? İktisat Dergisi. Sayı: 418-419, 22-30. Onaran, Ö. (2002). Measuring Wage Flexibility: The Case of Turkey Before and After Structural Adjustment. Applied Economics, 34(6), 767-781.*

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00036840110056934>(19.10. 2014).

10. *Süalp, M. N. (2014). "Taşerondan Kiralık İşçiliğe: "Yeni" İstihdam Biçimleri" Emek Süreçlerindeki Dönüşüm ve Yeni İstihdam Biçimleri içinde, İstanbul: DİSK-AR, 18-27*

11. *Yeldan, E. (3 Mayıs 2010a) "Ekonomi" Emeği Güvencesizleştirerek "Toparlanıyor" Sağlık ve Sosyal Hizmet Emekçileri Sendikası.*

12. *Yeldan, E (2012) "Ulusal İstihdam Stratejisi" Belgesi Üzerine Makro Ekonomik Bakış, Ulusal İstihdam Stratejisi Sempozyumu, Ankara: Türk-İş Yayınları, 7-12.*

РЕЗЮМЕ

В исследовании резюмируется, что жесткие рынки более успешны с точки зрения распределения доходов, чем гибкие. По этой причине защита жесткой занятости имеет тенденцию оказывать положительное влияние на жесткие рыночные правила и уровень бедности из-за общего фактора риска и тенденции негативного рыночного воздействия гибких рыночных правил, установленных плохим законодательством о защите занятости. Однако гибкость рынка, которая, как правило, оказывает негативное влияние на показатели распределения доходов, считается более успешной, чем гибкие и жесткие рынки с точки зрения этих показателей, когда она подкрепляется очень активными расходами на политику на рынке труда.

Ключевые слова: рынок труда, гибкость, инструменты, занятость, динамика.

SUMMARY

The study summarizes that hard markets are more successful in terms of income distribution than flexible markets. For this reason, the protection of rigid employment tends to have a positive effect on

rigid market rules and the poverty rate, due to the tendency of flexible market regulations with weak employment legislation to negatively affect the overall poverty rate and poverty level. However, market flexibility, which tends to have a negative impact on income distribution indicators, is more successful than both flexible and rigid markets when supported by highly active labor market policy costs.

Keywords: labor market, agility, tools, employment, dynamics

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИЯХ АЗЕРБАЙДЖАНА

ДЖАМИЛЯ ГАСЫМОВА
*Азербайджанский Государственный
Экономический Университет,
магистрант*

E-mail: j.gasimova9@gmail.com

В последнее время проведение форумов в нашей стране стало традицией. Таким образом, кадровый форум проводится ежегодно с 2016 года. Это свидетельствует о развитии человеческих ресурсов и растущем интересе к этой сфере. На самом деле такие процессы - положительный момент. Это связано с тем, что как отдельные компании, так и эти компании собирают специалистов по кадрам для обмена мнениями. Обмен опытом способствует улучшению человеческих ресурсов в Азербайджане, инвестированию в него, повышению интереса и развитию более совершенных методов, и мы видим, что эта тенденция в последнее время расширилась.

Кроме того, в центре внимания всегда должны быть технологические инновации и наличие квалифицированного персонала, способного с ними работать. Это особенно важно для сотрудников, которые имеют возможность правильно работать с новыми технологиями в результате автоматизации работы и электронного труда. В целом, эти типы проблем необходимо постоянно улучшать, имея в виду, что стратегические цели - это самый важный инструмент номер один.

Организационное планирование позволяет не только планировать потребности предприятия, но и определять будущие потребности и количество сотрудников, которые будут затрачены на производство. Чтобы определить количество таких сотрудников на предприятии, важно сначала провести временной процесс, называемый нормативно-кадровым. Таким

образом, оценка объема работы на предприятии и выбор соответствующей функции для каждой работы делает необходимым выполнение этого процесса.

В первую очередь, текущие показатели предприятия используются как основа для хронометража. Общая мощность предприятия и количество сотрудников, работающих в настоящее время, а также количество сотрудников в каждой области сообщаются в отдел кадров. Персонал отдела кадров сначала анализирует эти показатели и проводит первоначальную оценку. Затем люди, выделенные для этой работы, выездной проверки предприятия, замеряют, как будут определены сроки и количество сотрудников. Для тайминга выбирается подходящее время, и это делается, когда на предприятии много работы. Потому что учитывается максимальная мощность предприятия.

В отдел кадров обычно назначают несколько человек для учета рабочего времени. А работники составляют соответствующие критерии измерения для каждого продукта и затем приступают к работе. Результаты хронометража следующие:

1. Когда будет потрачено на производство каждого товара;
2. Количество сотрудников, выделенных на каждую работу;
3. Персонал, занятый на временной и постоянной работе;
4. Необходимость работы рабочих с оборудованием;

5. Уровень автоматизации на предприятии;
 6. Выявление нехватки и избыточности персонала;
 7. Определение остановок на холостом ходу.
- Все это определяется в процессе работы и измеряется несколько раз. Итак:

Правильное определение штата, затрачиваемого на производство каждого продукта, создает основу для создания оптимального штата.

В области технологического развития и технологических инноваций для компании естественно сокращение штата или создание новых вакансий.

Малым предприятиям обычно не нужны временные методы, но в других случаях они широко нужны крупным предприятиям.

Одна из характеристик человеческих ресурсов после определения времени - это оценка производительности сотрудников.

Искренность отношений между сотрудниками и работа по замене также способствуют плавному и плавному течению работы.

Эта тенденция важна в кадровой политике. При этом, заменяя друг друга, они чередуются, чтобы иметь возможность работать в отсутствие сотрудника и иметь более одной профессии. Это один из приоритетных направлений карьерного роста и мотивации сотрудников на предприятиях.

Ротация должностей - это система распределения сотрудников по разным должностям в разное время, возложение на них других обязанностей и ответственности. Согласно исследованиям, ротационные компании растут быстрее и повышают удовлетворенность и мотивацию сотрудников.

Благодаря ротации должностей компании могут бесплатно удовлетворять потребности сотрудников в обучении. Однако, если есть сотрудник, который покидает компанию, наличие прямых кандидатов, которые могут напрямую заменить этого сотрудника, приносит пользу компании, кроме того, сотрудники расширяют свои знания и навыки за счет ротации. Повышение мотивации и эффективности сотрудников, а также можно поднять моральный дух уставших сотрудников, возложив на них новые обязанности посредством ротации

должностей.

Что касается негативных эффектов, то некоторые позиции невозможно повернуть. Таким образом, для выполнения некоторых работ требуются работники, которые знают определенные технологии или обладают определенными навыками. Кроме того, если сменяющийся сотрудник не получает зарплату за работу, которую он или она выполняет, и работа интенсивная, это может иметь негативные последствия для работника.

Также следует отметить, что некоторые моменты следует учитывать при планировании ротации. За ними всегда следует внимательно следить и тщательно планировать. Обобщая наиболее важные моменты ротации, можно получить следующие принципы:

1. Планирование должно иметь цель;
2. Во время ротации должны быть мониторинг и оценка;
3. Достижение целей нужно проверять;
4. От ротации должен выиграть и сотрудник, и компания;
5. Во время ротации следует назначить наставника.

Когда человеческие ресурсы оценивают работу сотрудника над продуктом, учитывается психологическое состояние сотрудника.

Количество труда и времени, которые менеджеры и сотрудники тратят на продукт, принимает разные формы. Подробнее процесс можно рассмотреть на диаграмме ниже.

Схема 1. Количество труда и времени, которые менеджеры и сотрудники тратят на продукт, принимает разные формы.



Источник: *Азербайджанский налоговый журнал. Формирование концептуальных основ науки об управлении человеческими ресурсами и аспекты современного развития. 18.04.2017: <http://vergijurnali.az/>*

Человеческий фактор, который считается одним из факторов, создающих ценность в деятельности предприятия, его личные качества следует учитывать при оценке и учете его доли в производстве продукции. Личные и деловые качества определяются несколькими характеристиками. К личным качествам относятся работоспособность, политическая зрелость, дисциплина, ответственность и долг, умение работать в команде, инициативность, настойчивость, моральные качества.

Можно рассмотреть на использование человеческих ресурсов на примере Access-bank. Структура, функции и электронизация человеческих ресурсов также основаны на общих принципах и имеют стратегическое значение для Accessbank. Хотя эта политика распространяется на различные отделы, она соответствует миссии компании. Компания уделяет особое внимание подготовке, планированию и разработке стратегической дорожной карты для человеческих ресурсов, и была проделана большая работа по повышению ответственности сотрудников и совершенствованию управления.

Банк планирует постоянных и временных сотрудников, работающих неполный рабочий день, путем поддержки планов и политик управления человеческими ресурсами, которые поддерживают и соответствуют его стратегии и операционным целям, и контролирует управление персоналом банка. Установление и постоянный мониторинг рабочего графика организации способствует полному контролю банка над его будущими целями в области человеческих ресурсов. Стратегические цели также согласовываются с руководством компании, а некоторые планы реализуются после утверждения на уровне руководства. В настоящее время разрабатывается оперативный план управления персоналом для определения потенциальных источников занятости в Access Bank. Банк работает как с местными

организациями, так и путем приглашения внешних экспертов для повышения уровня знаний сотрудников, активизации их усилий и привития профессиональных навыков. Банк, имеющий отношения с немецкой компанией Schuller, приглашает специалиста по оптимизации операций и работает над повышением эффективности. Предоставляет систему льгот и бонусов выдающимся сотрудникам, чтобы регулировать удержание высокоэффективных сотрудников в банке и поддерживать их в достижении целей организации. Процесс увольнения и перевода на другую должность в Access Bank осуществляется в рабочем порядке. Таким образом, увольнения обычно производятся через заключительное собеседование, называемое выходным собеседованием. В последнем интервью рассказывается, почему сотрудники, которые хотят уволиться, уходят из банка, какими процессами они недовольны и чем довольны. Во время финального собеседования учитываются пожелания и пожелания сотрудника, а также предложения по улучшению работы. Эти процессы нацелены на дальнейшее совершенствование внутренних процедур банка в будущем. Особое внимание уделяется применению этого процесса, поскольку в ходе недавних интервью в банке появились видимые и невидимые стороны. Оформление права на увольнение возможно только в случаях, предусмотренных трудовым законодательством. В случае перевода на другую работу банк учитывает пожелания и желания сотрудника. Он не идет на принудительные процессы и старается не вызывать недовольство сотрудников банком. Даже при замене сотруднику выплачивается зарплата определенной замены. Все эти процессы применяются в соответствии с Трудовым Кодексом Азербайджанской Республики. Отдел кадров Банка должен гарантировать, что человеческая психология должным образом оценена, эффективно и точно представлена и проанализирована, а также интегрирована с другими бизнес-системами и процессами. В Банке разработаны тестовые задания для оценки логического мышления и языковых навыков, а также навыков, необходимых для заполнения вакансии. В то

же время началось создание психологических тестов, и решение этого вопроса вскоре стало важным вопросом.

Acessbank применяет рабочие листы для каждого случая в соответствии со стандартами ISO 9001: 2008. Эти ведомости хранятся у менеджера по персоналу и руководителей структурных подразделений. Стандарты ISO позволяют предприятию записывать и сообщать обо всех происходящих процессах в рабочих таблицах. В целом документы ISO помогают организовать производство в соответствии с конкретным планом или программой, создают условия для разумного качества и устойчивой обработки, минимизируют потери и остатки, повышают производительность, сокращают ненадлежащие операции и сокращают затраты.

В рамках проекта по разработке профессиональных стандартов компания сотрудничала с проектом и обеспечила его внедрение в компании. На основе этих стандартов были уточнены должностные функции отдел кадров и других сотрудников, и этот процесс продолжается. Предусмотрены отдельные стандарты для оценки производственных и офисных работников на предприятии, а их профессиональные качества были уточнены посредством анализа должностей. Банк также разработал свои собственные принципы бизнес-анализа, и эти принципы должны определяться конкретными особенностями. Был приглашен и настроен специалист для проведения анализа случая. На первый план был выдвинут вопрос подготовки специалиста к каждой операции, проводимой в банковской деятельности, написаны должностные инструкции и должностные инструкции на новые должности.

Хотя в последние месяцы начался процесс оценки и поощрения соискателей работы, это мнение распространилось по всему предприятию. Таким образом, это инструмент, позволяющий сотрудникам получать зарплату и признаваться в команде как новаторский человек. Поэтому сотрудники хотят воспользоваться этим различием.

В связи с увеличением нагрузки на предприятии возросла и роль человеческих ресурсов, и оценка сотрудников стала

важным вопросом. Поэтому секторы обучения и мотивации, найма, аттестации и делопроизводства на предприятии начали выполнять разные функции с помощью одного отдела. Но каждый служит определенной цели.

Говоря о повышении эффективности, следует отметить, что сотруднику должны быть предоставлены стимулы и ценность, чтобы он мог вкладывать больше усилий в производство продуктов и услуг и стремиться к развитию. Точнее, к сотруднику следует относиться как к партнеру. Итак, в первую очередь, чтобы получить от сотрудника высокий результат, важно продемонстрировать, что он на это способен. Важно привить сотруднику навыки, необходимые для достижения успеха через поведение и общение. Первая задача менеджера - дать сотрудникам ценность и дать понять сотруднику, что эта ценность дана. Никогда не стоит смотреть на сотрудника через призму «исполнителя». Возможно, это было бы самой большой ошибкой. Напротив, от него следует ожидать «инициативы», а не исполнения. Необходимо поддерживать их, чтобы они вносили больший, чем стандартный, вклад в работу, создавая условия для нестандартного мышления. В этом случае работник получит больше пособий, чем требуется. Работнику всегда нужно четко и подробно рассказывать, чего от него ждут. В процессе может быть какая-то механическая или техническая ошибка. В этом случае необходимо избегать критики и вместе искать решения. Во-первых, если произошел инцидент, нет смысла оглядываться назад и искать виновника [3]. Вместо этого искать причину проблемы вместо решения - пустая трата времени. Во-вторых, если вы работаете с сотрудником в такой ситуации, вероятность повторения такого инцидента в следующий раз снижается. Это потому, что сотрудник уже осознал, как важно не делать ошибок. Он также сознательно понимает и ценит то, что лидер понимает его. То есть, они приводят к управлению творческими способностями и талантами в компании. Если текущие измерения сотрудников сосредоточены на производительности сотрудников, потенциал сотрудника также следует измерять при управлении талантами. Решения, принимаемые

при управлении талантами, основываются на основных конкурентных способностях предприятия, а также на конкурентных способностях, соответствующих должности. Управление талантами возникает из интеграции вышеперечисленных элементов управления персоналом (человеческими ресурсами) предприятия - вовлечения, развития, мотивации сотрудников, обеспечения эффективности и лояльности. Основная цель управления талантами - обеспечить высокую производительность в компании, сформировать предприятие, которое будет достигать своих стратегических и операционных целей.

Заклучение

Эффективное управление талантами связано с увязкой целей сотрудников с корпоративными целями предприятия. Согласование целей - это не только определение должностных ролей, но и показатель постоянной ценности сотрудника для предприятия. Когда сотрудник чувствует себя частью предприятия, производительность увеличивается еще больше. Объединение целей развивает у сотрудников лидерские навыки и позволяет менеджерам сосредоточиться на деятельности, которую сотрудники выполняют для достижения наиболее важных целей компании, полностью понять связанные с ними обязанности по конкретным целям и усилить подотчетность и авторитет на предприятии.

Ключевые слова: *мотивация, планирование, сроки, ротация.*

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. АГЭУ. Управление человеческими ресурсами. 19.04.2017:
<http://unec.edu.az/application/uploads/2015/07/Muhazire-Insan-resurslarinin-idaraedilmesi.pdf>
2. АГЭУ. Кадровый потенциал на предприятии и его оценка. 19.04.2017:
http://unec.edu.az/application/uploads/2015/05/aliyeva_nigar.pdf
3. АМВ. Стандарт людских ресурсов и соответствия. 16.04.2017:
https://www.cbar.az/assets/191/insan_resurslari_ve_riayet_olunma_standarti.pdf
4. Az. Налоговый журнал. Формирование

концептуальных основ науки об управлении человеческими ресурсами и аспекты современного развития. 18.04.2017:

<http://vergijurnali.az/upload/File/2015-3.Kazimov%20A..pdf>

5. И. Сейфуллаев. (2014). Теоретические и практические подходы к проблеме мотивации сотрудников. *Az.VJ. 3, 85-102.*

XÜLASƏ

Əməkdaşların güclü və zəif tərəflərinin motivasiyası və təsviri, eləcə də xidməti attes-tasiya birlikdə mürəkkəb münasibətlərdir və bu münasibətlər əməkdaşların məmnunluğunun səbəbləridir. Bu, öz növbəsində, müəssisə və təşkilatın gəlirliliyinin və rəqabət qabiliyyətinin artmasına gətirib çıxarır.

İş yerində motivasiya işçilərin menecerlərinin, maliyyə ehtiyaclarının və ya onların gözləntilərinin və s. təsirlərinin dəstəyindən asılıdır.

Açar sözlər: *motivasiya, planlaşdırma, müddət, rotasiya.*

SUMMARY

Motivating and describing employee strengths and weaknesses, and performance appraisals together constitute a complex relationship, and these relationships are the reasons for employee satisfaction. This, in turn, leads to an increase in the profitability and competitiveness of the enterprise and organization.

Motivation in the workplace depends on support from managers and employees' supervisors, financial needs or their expectations, etc. affect.

Keywords: *motivation, planning, timing, job rotation.*

MÜASİR ŞƏRAİTDƏ PƏRAKƏNDƏ TİCARƏT MÜƏSSİSƏLƏRİNİN KOMMUNİKASIYA SİYASƏTİNİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

VÜSAL HACIƏLİ

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti(UNEC)
Beynəlxalq Magistratura və Doktorantura Mərkəzi*

E-mail: haciali@bk.ru

GİRİŞ

Bazarların qloballaşması və yeni kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı arasında yalnız artan rəqabət deyiltransmilli və daxili ticarət şəbəkələri, həm də malların təşviqi və satışına əhəmiyyətli yanaşmalar. Mədəniyyətlərarası imkanlar və istehsal texnologiyalarındakı dəyişikliklər, keyfiyyət idarəetmə sistemləri, e-ticarətdə ünsiyyət formalarındakı dəyişikliklər istehlakçı seçimlərinin, ümumiyyətlə istehlakçı davranışının hərtərəfli və sisteməlik şəkildə araşdırılmasını zəruri edir.

Müasir şəraitdə reklam davranış nümunələrinin, istehlakın müəyyən standartlarının, sosial normaların və həyat parametrlərinin, cəmiyyətin dünyagörüşü münasibətlərinin formalaşdırılması vasitələrindən biri kimi qəbul edilir və bu baxımdan reklamın kommunikativ effektivliyi istehlakçı davranışındakı dəyişikliklər və təbliğ olunan mallara və xidmətlərə tələb dinamikası ilə məhdudlaşır.

Əsas hissə

Ölkəmizdə elektron ticarət yalnız sürətlənir, buna görə də mənbələr və rabitə vasitələri seçimi xüsusilə çətinləşir və bazar vəziyyətinin, maliyyə xərclərinin sistemli şəkildə öyrənilməsinə tələb edir. Azərbaycan da 2017, böyük pərakəndə satış sahələrinin genişlənmək arzusunun nümayiş etdirdi (yeni mağazalar açaraq, yeni bölgələrə daxil olmaqla).

Əlbəttə ki, marketinq kommunikasiya texnologiyaları vasitələrini düzgün seçmədən belə nəticələr əldə etmək son dərəcə çətinidir. Pərakəndə ticarət xidmətləri bazarı olduqca dinamikdir və istehlakçılar daha çox qiymətə həssas olurlar. Geniş çeşidli məhsullar, xüsusi alış-veriş təklifləri və sədaqət proqramlarının orijinal alətləri alıcıları

məhsul seçərkən daha da inkişaf etdirir. Elektron Ticarət Şirkətləri Birliyinə görə, prioritet qruplar uşaq məhsulları, Çin məhsulları, aksesuarlar və ev heyvanlarıdır. İş Android, IOS və s. daxil olmaqla müxtəlif platformalarda aparılır [Rebrikova, Shalnova, 2018 .]

Ticarət təşkilatlarının ticarət fəaliyyətində yenilikçi rəqəmsal vasitələrdən istifadə etmək imkanları mal və xidmətlər üçün mümkün ödəniş metodlarının şaxələndirilməsi və alıcı ilə ticarət təşkilatı arasında müqavilələrin icrası ilə əlaqədardır [Mayorova, Nikishin, Pankina, 2016]

Elektron ticarətin Rusiyada perspektivli və tələb olunan bir iş sahəsinə çevrilməsi şirkətlərin marketinq planlarına yenidən baxma qərarını təyin etdi. Əhəmiyyətli reklam növlərinə xərcləri azaltmaqla şirkətlər sosial şəbəkələr də daxil olmaqla elektron mühitdə mal və xidmətlərin tanıtımı üçün büdcələrini artırır. Ən böyük pərakəndə satış şirkətləri yalnız onlayn ticarətə həsr olunmuş bölmələr yaradır və şirkətlərə məhsullarını və xidmətlərini daha aşağı xərclərə və daha səmərəli satmaq imkanı verilir. Analitiklərin fikrincə, 2015-ci ildə elektron ticarət bazarının ümumi pərakəndə satış həcmində həcmi 2,9% olmuş, 2016-cı ildə əvvəlki ilə nisbətən 21% artmışdır. Eyni zamanda, 2017-ci ildə bazar həcmi 1 trilyon rublu keçdi. Bazar tendensiyası ondan ibarətdir ki, ruslar mallarının böyük hissəsini hələ də Çində alır: bu ölkə bütün tədarüklərin 90% -dən çoxunu təşkil edir.

Elektron ticarət əhəmiyyətli üstünlüklərə malikdir:

-Mobile mobil tətbiqetmələrin populyarlaşdırılması;

- alıcıların məlumat axtarması və alış-veriş

etməsi üçün vaxta qənaət etmək;

-Potential potensial alıcıya birbaşa təsir imkanları;

-The oflayn mühitdəki rəqiblərdən daha aşağı qiymətlər;

Market bazar dalğalanmalarına sürətlə cavab vermək bacarığı: ticarət təkliflərinin siyahısını dəyişdirmək və optimallaşdırmaq (malların çeşidi, rabitə siyasəti daxil olmaqla), çevik qiymət siyasəti aparmaq, təklif olunan mal və xidmətlərin təsvirlərini tez bir zamanda tənzimləmək;

Potential potensial alıcılara məlumat çatdırmaq üçün pərakəndə məkanın saxlanmasına və fəaliyyətinə əhəmiyyətli qənaət [Mayorova, Nikishin, Pankina, 2016] .

Mobil tətbiqetmələrin, İnternet texnologiyalarının populyarlığı yalnız artır.

Mobil tətbiq bir şirkətin hər zaman istehlakçı cibində olmasına imkan verən bitmiş bir məhsul olduğundan, müasir şəraitdə ən təsirli marketinq kommunikasiya vasitələrindən biridir.

Veb saytla müqayisədə tətbiq brauzerlə əlaqələndirilmir, bu da İnternet olmadan istifadə olunmasına imkan verir. Bir telefonla qarşılıqlı əlaqə qurarkən, 73% -i mobil tətbiqetmə ilə işləyir, bunun 33% -i, mütəxəssislərin fikrincə, mal və xidmətlərin alınması, təhlil oxumaqla əlaqəli funksionaldır.

Rabitə baxımından bir mobil tətbiqetmənin üstünlükləri sürətdə, tanış interfeysdə, daha etibarlı və daim gözümüzün önündədir, çünki həmişə telefonunuzun masaüstündə.

Mobil tətbiq satışları artırır, yeni müştərilər cəlb edə bilər və mövcud olanları saxlaya bilər, eyni zamanda şirkət fəaliyyətini optimallaşdırır və müştərilərlə daimi qarşılıqlı əlaqə qurur. Həm də bir sədaqət stimulyatoru olmaq, çünki bir mobil tətbiq endirim və bonus yığmaq üçün bir kart olaraq istifadə edilə bilər [Leonova, Shipilova, 2017; Pankina, Nikishin, Boykova, 2018; Rebrikova, Shalnova, 2018]

Marketinq kommunikasiyaları sahəsində ortaya çıxan bir sıra tendensiyaları qeyd edək:

-POS materialları sənayesi (satış materialları nöqtəsi) rəqəmsal və ağıllı texnologiyalara meyillidir;

-əlaqədar satış kanalları yüksək mövqelərə çatdı;

-istehsalın avtomatlaşdırılması xüsusilə dinamik inkişaf edən sahələr üçün prioritetə çevrilir;

Store mağaza dizaynındakı tanış materiallar

alternativ tətbiq sahələrini tapır;

-müasir yenilikçi texnologiyalar mövcud məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsinə böyük töhfə verir.

POS materiallarına olan maraq və onların yeni tətbiqetmə imkanları, 2018-ci ildə Azərbaycanda keçirilən Next Design and Advertising sergisində ilk dəfə 106-dan çox şirkətin iştirak etməsi və dörd gün ərzində 3000-dən çox insanın ziyarət etməsi ilə sübut olunur. Təqdim olunan sərgilər, layihələr və reklam materiallarının sayına görə, yarışma dünyada ABŞ-dan sonra ikinci yeri tutdu. Təqdimat dövründə məhsulun təqdimatı üçün yarım palet və dörd palet kimi perspektivli reklam strukturları təqdim edildi. Müasir şəraitdə çox yönlülük, hərəkətlilik və qənaətlilik POSM dizaynının əsas prinsipləridir. Pərakəndə satış müəssisələri üçün xərcləri azaltmağa imkan verirlər, çünki tacirlər üçün malların paylandığı portativ strukturlarla işləmək və yarım paletlər və rüb paletlərin düzülüşü ilə manevr etmək, onları adalara birləşdirmək və ya parçalamaq daha asandır. Bundan əlavə, VR texnologiyalarının istifadəsi yalnız gələcəkdə artacaqdır.

Ticarət vasitəçisi əməliyyatlarının bütün iştirakçılarının fəaliyyətini məhdudlaşdıran bir sıra amillər tərəfindən dayandırılmasa elektron ticarət daha da dinamik inkişaf edə bilər. Məsələn, xarici ticarət şirkətləri mallarını oxşar məhsullar üçün daha ucuz qiymətə satırlar. Xarici təcrübədən fərqli olaraq, Azərbaycanda endirimlər yalnız böyük miqdarda sifariş üçün verilir. İştirakçıların elektron məkanda qeyri-kafi dərəcədə yüksək səviyyədə olması həm də Azərbaycanda ticarət işinin xüsusiyyətlərini yüksək səviyyədə bilən və eyni zamanda informasiya texnologiyalarından səriştəli istifadə edə bilən mütəxəssislərin az olması ilə izah olunur. Alınan malların elektron ticarət platformalarında paylanması ilə bağlı problemlər yaranır: bu, İnternet kataloqu ilə malların anbarlarda faktiki mövcudluğu və ya onların təsviri arasındakı uyğunsuzluqla əlaqədardır. Müəlliflərin əsərləri əmtəə dövriyyəsinin mövcud vəziyyətinə və FMCG bazarında paylanmanın inkişafı üçün mümkün ssenariləri təmin edən əsas problemlərə həsr edilmişdir [Aleksina, 2018; Karaschuk, Chibirev, 2015]

Qeyd etmək lazımdır ki, rus alimlərinin və iş adamlarının bir çox əsəri elektron mühitdə

sədaqətin formalaşması məsələlərinə həsr edilmişdir. Zəif xidmət və vicdansız xidmətin elektron ticarətin yavaş inkişafının ən ciddi səbəbləri olduğunu qeyd edirlər [Leonova, Shipilova, 2017; Panasenko, Stuklova, Mazunina, 2018; Pankina, Nikishin, Boykova, 2018; Rebrikova, Shalnova, 2018]

Elektron ticarətdə yuxarıda göstərilən problemlərin həll yollarından biri vasitəçi platformaların meydana çıxması olacaq: mağazalar və müştərilər arasındakı ziddiyyətlərin həllinə kömək edəcəkdir. Bu cür imkanların hazırlanması 2030-cu ilədək olan dövrdə İstehlakçı Hüquqlarının Müdafiəsi üzrə Azərbaycan Dövlət Siyasəti Strategiyasının fəaliyyət planında nəzərdə tutulmuşdur. Əsas hədəflərdən biri də rəqəmsal iqtisadiyyatın mallarına və xidmətlərinə istehlakçıların etibarını artırmaqdır.

Onlayn mübahisələrin mükəmməl olmayan hüquqi tənzimlənməsi də həll oluna bilər. İstehlakçıların İnternet Ticarət Şirkətləri Birliyindən (ACIT) bu məsələlərdə kömək istəməsinə könüllü olaraq icazə verən təşkilatlar var. Bunun üçün onlayn pərakəndə satıcılar xüsusi bir məlumat qaynağına qoşulmaq və ya satıcıya iddialar göndərə biləcəkləri və müstəqil şəxsləri vasitəçi olaraq cəlb edə biləcəkləri bir öz platformalarını yaratmaq məcburiyyətində qalacaqlar. Saytın operatoru "xüsusi şəxslər" olmalıdır və tərəflər mütəxəssisləri pullu əsaslarla cəlb edəcəklər. Konsepsiya prosedurun istehlakçılar üçün pulsuz olduğunu nəzərdə tutur. Bununla birlikdə, bu yeniliyin şikayət, zəng mərkəzləri ilə məşğul olmaq üçün öz şöbələri olan şirkətlər üçün bir sıra narahatlıqları var [16].

Xaricdə mal sifariş etmək tendensiyası, malların sərhədyanı çatdırılması xidmətlərinin daxili bazardan dəfələrlə daha sürətli inkişaf etdiyi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə özünü göstərir. Kiçik Avropa ölkələrinin sakinləri həvəslə elektron ticarət sahəsində daha da inkişaf etmiş qonşu ölkələrdən sifarişlər verirlər. Alıcıların sifarişlərə olan marağı, mövcudluğu və qiyməti kimi amillərdən təsirlənir. Bu səbəbdən Çin onlayn mağazalarına ən çox tələbat var. Qlobal miqyasda mal alqı-satqısının təhlili göstərir ki, Çin saytları Avropa daxilində sərhədyanı satılmalarının payını öz üzərinə götürür. [Zvereva, İlyashenko, 2018; Bragin et al., 2018]

Bir şirkət rəqəmsal marketing dünyasında böyük bir addım atdıqda və veb saytını qurduqda, onlayn-

reklam növü seçimi ilə qarşılaşılabilir.

Bir çox saytlar üçün axtarış motoru optimallaşdırılması ziyarətçilərin yarısına, bəzən daha çoxuna əlavə olunur. Yüksək trafik göstəricilərinə çatmaq üçün əsas şərt, Yandex-də axtarış nəticəsinin ilk sətirlərində sayta bir keçid olmasıdır,

Google və digər axtarış motorları ən populyar açar sözlər üçün.

Reklam olunan sayt ilk səhifədəsə, onu ziyarət edənlərin sayının daha çox olması ehtimalı.

Rəqəmsal texnologiyalar həm marketing kommunikasiyalarında, həm də sədaqət proqramlarında istifadə olunur.

Kripto valyutasının istifadəyə verilməsi ilə əlaqəli Blockchain texnologiyaları, çoxsaylı sədaqət proqramlarını birləşdirərək xüsusilə təsirli olur və tərəflərə hər an məlumat bazasına dərhal giriş imkanı verir. Müştərilər kredit verildiyi əməliyyatı başa vurduqdan dərhal sonra bonuslardan, eləcə də öz "valyuta məzənnələrini" müəyyənləşdirərək fərqli proqramların bir-biri ilə mübadilə nöqtələrindən yararlanmaq fürsəti əldə edirlər. Blockchain texnologiyasının istifadəsinə bir nümunə, Burger King-in Azərbaycanda öz kripto valyutası ("jeton" adlanır) - Whopper coin-in sərbəst buraxılması ilə istifadəyə verilməsi.

Blockchain əsaslı yeni müştəri sədaqət proqramları birləşdirilə bilər. Məsələn, proqramlar arasında sədaqət mükafat ballarını anında və etibarlı şəkildə yaratma, "geri qaytarmaq" və mübadilə etmək, habelə sədaqət proqramlarının həyata keçirilmə planını təsvir etmək üçün imkan verəcək ağıllı müqavilələrdən istifadə edən yeni bir platformadır (Zvereva, Leonova, 2016; Leonova, Shipilova, 2017; Veselovskiy, Kirova, 2018).

Mükafat proqramının ən vacib elementi iştirak etməkdir. Bir alıcı loyallığı proqramının effektivliyini obyektiv qiymətləndirmək üçün orta xərclərə, aylıq orta ziyarətlərə, ən yaxşı məhsullara, demografik hesabatlara yönəldilə bilən göstəriciləri nəzərə almalısınız. Bir hədiyyə və ya mükafat almaq çox xoşdur, eyni zamanda toxunmaq və ya görmək üçün bir şey halına gələndə qədər tam təsiri olmur. Müştərilər yığılmış xalları rəqəmsal varlıqlara çevirərək onlardan istədikləri kimi istifadə edə biləcəklər ki, bu da satış artımına səbəb olacaqdır.

Artıq məşhur olan paradigmal kimi empirik və neyromarketing, onlayn zərərin təsir imkanlarını

məhdudlaşdırır və oflayn ticarət imkanlarının genişlənməsinə kömək edir.

Nəticə

Oflayn ticarətdə marketing əlaqələri, mədəni dəyəri və estetik bilikləri olan malları alıcıya təqdim etmək sənətinin dadına baxa biləcəyiniz, sınağınız, toxunduğunuz, qoxuduğunuz və s. Artım sürətinə baxmayaraq çox böyükdür. Mallarla canlı olaraq "ünsiyyət qurma", empirik ehtiyacları təmin edən və təəssüratların rəqəmsallaşdırılması dövründə istehlakçıya bu qədər zəruri olan duyğuları bəxş edən atmosferi hiss etmək fürsətidir.

Bununla birlikdə, onlayn ticarətdə loyallıq proqramlarının inkişafı, ənənəvi banner növlərinin və İnternetdəki kontekstli reklamların istifadəsi pərakəndə satıcılara hədəflənmiş yanaşmaları ilə istehlakçıları qazanmağa və saxlamağa imkan verir.

Nəzərə alsaq ki, müasir istehlakçıların mükəmməlliyi getdikcə daha da artır. Bu, yalnız malların keyfiyyətinə deyil, eyni zamanda təqdimat keyfiyyətinə də aiddir. Onlayn və oflayn mənbələrdən külli miqdarda məlumat toplamaq getdikcə daha çətindir. Bu səbəbdən ticarət işinin effektivliyi marketing kommunikasiya vasitələri və texnologiyalarının düzgün seçilməsindən daha çox asılıdır.

Açar sözlər: *Alış-veriş davranışı, Marketing əlaqələri, İnnovasiya, Elektron ticarət, Pərakəndə satış təşkilatları.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Aleksina S.B. *Federal pərakəndə şəbəkələrin artan təzyiqi fonunda FMCG bazarında bir paylaşma strategiyasının hazırlanması ssenariləri // Russian Journal of Entrepreneurship jurnalı. - 2018. - № 3. - s. 709-724.*

2. Zvereva A.O., İlyashenko S.B. *Qlobal iqtisadi proseslər kontekstində ticarətdə yenilikçi həllər // Rus Sahibkarlıq Jurnalı. - 2018. - № 3. - s. 609-618. - doi: 10.18334 / rp.19.3.38819.*

3. Zvereva A.O., Leonova Yu.G. *Pərakəndə satışda Omnichannel satışları // İqtisadiyyat və Sahibkarlıq. - 2016. - No. 6 (71). - c. 324-327.*

4. Karaşchuk O.S., Chibirev A.V. *Ticarət təşkilatlarının öz əmtəə dövriyyəsi sisteminin inkişafının perspektiv istiqamətləri // Ticarət və*

iqtisadi jurnal. - 2015. - № 1. - s. 31-40. - doi: 10.18334 / tezh.2.1.464.

5. Kolesnikova O.V., Rebrikova N.V. *Elektron ticarət bazarında müştərilərin stimullaşdırılması üçün texnologiyaların tədqiqi // İqtisadiyyat. Biznes.Banklar. - 2018. - № 2 (23). - c. 124-132.*

6. Leonova Yu.G., Shipilova S.S. *Elektron ticarətdə müştəri sadıqlıyının formalaşması // Müasir problemlər və elmin innovativ inkişafının perspektiv istiqamətləri: Beynəlxalq elmi və praktik konfransın məqalələr toplusu: 2 hissədən. Ufa, 2017. - s. 76-79.*

7. Majorova E.A., Nikishin A.F., Pankina T.V. *Pərakəndə ticarət təşkilatlarının fəaliyyətində sosial şəbəkələr // İqtisadiyyat. Biznes.Banklar. - 2016. - № 3 (16). - c. 57-67.*

8. Panasenko S.V., Stuklova I.B., Mazunina T.A. *Müasir pərakəndə ticarətin inkişaf istiqamətləri // Rus Sahibkarlıq Jurnalı. - 2018. - № 3. - s. 599608. - doi: 10.18334 / rp.19.3.38818.*

9. Pankina T.V., Nikishin A.F., Boykova A.V. *Elektron ticarətdə alıcıların cəlb edilməsi və saxlanılması // Russian Journal of Entrepreneurship. - 2018. - № 3. - s. 683696. - doi: 10.18334 / rp.19.3.38826.*

10. Veselovski M.Ya., Kirov I.V. *Sənaye müəssisələrinin yenilikçi fəaliyyətinin artırılması / kollektiv monoqrafiya. - M.: "Elmi məsləhətçi" nəşriyyatı, 2018. - 350 s.*

11. Ramazanov I.A., Paramonova T.N., Uryasyeva T.I. *Marketing mühitinin rusların istehlak əhəmələrinə təsiri // Praktiki marketing. - 2015. - № 11 (225). - c. 21-26.*

12. Rebrikova N.V., Shalnova O.A. *Mobil tətbiq - hədəf auditoriyası ilə yeni effektiv bir əlaqə kanalı // İqtisadiyyat. Biznes.Banklar. - 2018. - № 4 (25). - c. 136-152.*

13. Aleksina S.B., Morozova A.V., Nikishin A.F. *Ticarət təşkilatlarının iqtisadi fəaliyyətində elektron ticarətin rolu // Avropa Humanitar və Sosial Elmlər Jurnalı. - 2016. - № 1. - s. 31-33.*

SUMMARY

The specifics of the implementation of the communication policy of retail organizations depend on the conditions of their operation. Global digitalization could not but touch on areas such as retail communications and marketing communications. In order to maintain a competitive position, commercial

organizations must establish high-quality communication with consumers, both online and offline. The urgency of this topic is due to the fact that trade is characterized by a high level of competition and it is becoming increasingly difficult to attract and retain buyers. Consumers are using alternative shopping channels and are actively trying to limit the flow of information from abroad. For this reason, retailers try to use such advertising and marketing tools to reach their target audience as accurately as possible. The authors identified a number of trends in the field of marketing communications that are typical for both online and offline trading, identified problem areas of online trading and the associated difficulties of related processes. The article can be useful for Internet managers, professionals, retailers who define the direction of activity, inform and stimulate consumers.

Key words: *Shopping Behavior, Marketing Relationships, Innovation, E-Commerce, Retail.*

РЕЗЮМЕ

Специфика реализации коммуникационной политики розничных организаций зависит от условий их работы. Глобальная цифровизация не могла не затронуть такие области, как маркетинговые коммуникации в розничной торговле. Для сохранения конкурентных позиций коммерческим организациям необходимо наладить качественную коммуникацию с потребителями как онлайн, так и офлайн. Актуальность данной темы обусловлена тем, что торговля характеризуется высоким уровнем конкуренции и становится все труднее привлекать и удерживать покупателей. Потребители используют альтернативные каналы покупок и активно пытаются ограничить поток информации из-за границы. По этой причине ритейлеры стараются использовать такие рекламные и маркетинговые инструменты, чтобы максимально точно охватить свою целевую аудиторию. Авторы выявили ряд тенденций в области маркетинговых коммуникаций, характерных как для онлайн, так и для офлайн-трейдинга, выявили проблемные области онлайн-трейдинга и связанные с ними сложности связанных процессов. Статья может быть полезна интернет-менеджерам,

специалистам, розничным торговцам, которые определяют направление деятельности, информируют и стимулируют потребителей.

Ключевые слова: *Поведение при покупках, маркетинговые отношения, инновации, электронная коммерция, розничная торговля.*

MÜƏSSİSƏLƏRDƏ KREDİTORLARLA HESABLAŞMALARIN UÇOTUNUN TƏŞKİLİ METODİKASININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

ZEYNƏB BƏDƏLOVA
*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin
magistranı*

E-mail: zeyneb.bedelova@gmail.com

Kreditor borcları müəyyən bir tarixdə mal və ya xidmət alışı üçün ödəniləcək məbləğdir. Ödənilməli olan məbləğ fakturanın ödəmə üçün təsdiq edildiyi və uçota alınmadığı üçün ödənilməmiş və ya açıq öhdəlik olaraq baş kitabçaya daxil edildiyi anda uçota alınır. Kreditor borcları, əksər hallarda inventar kimi qeydə alınmış malların alışı üçün borclar və malların və ya xidmətlərin alışı üçün borclar olaraq bölünür. Ödəniləcək borclar, təchizatçıların istehlakçılara bir məhsul və ya xidmət üçün alındıqdan sonra ödəmələrinə icazə verərək təqdim etdikləri bir kredit formasıdır .

İqtisadi fəaliyyət dövründə müəssisələr daim onlardan satın alınan əsas vəsaitlər, inventar maddələri və göstərilən xidmətlər üçün təchizatçılarla hesablaşmalar aparırlar. Buna görə nağd hesablaşmaların vaxtında aparılması və hesablaşma əməliyyatlarının diqqətlə mərhələli uçotu müəssisələrin rifahı üçün vacibdir. Cari aktivlərə və dolayısı ilə müəssisənin maliyyə vəziyyətinə - ödəmə qabiliyyətinə və maliyyə dayanıqlığına yatırıldığı üçün alacaq və kreditor borclarının idarə olunması şirkət üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Hər bir müəssisənin digər müəssisə və təşkilatlarla maliyyə əlaqələrinə xarici ölkələrin təchizatçıları, alıcıları, tikinti və nəqliyyat təşkilatları, gömrük və firmaları ilə hesablaşmalar daxildir. Bu münasibətlərin təşkili istehsal fəaliyyətinin son nəticələrinə birbaşa təsir göstərir. Bir sıra müqavilələr üzrə müəssisələrin bütün podratçıları iki növə bölünə bilər: debitorlar və kreditorlar. Müəssisələr iqtisadi fəaliyyətlərinin gedişində alıcılar və təchizatçılarla, fəhlə və işçilərlə əmək haqqı, büdcə və qeyri-büdcə fondları ilə hesablaşma əlaqələrini inkişaf etdirirlər. Bir təşkilatın fəaliyyətindən irəli gələn borcları kimin borclu olduğuna görə debitor və kreditor borcları

adlanır. Kreditor borcları anlayışını nəzərdən keçirək. Babayev Y.U. və Suqloboe A.E-yə görə kreditor borcları aşağıdakı anlayışlarla müəyyən edilir. Kreditor borclar başqa bir təşkilatın, bu təşkilatın işçilərinin və şəxslərin borcu kimi başa düşülür. Başqa sözlə, bu, alıcıların satın alınan məhsullar üçün, hesabatlı şəxslərin hesaba verdikləri pul məbləğinə görə borcudur və s. bu təşkilata borclu olan təşkilatlar və şəxslərə borclu deyilir. Ödənilməli məbləğ bu təşkilatın digər təşkilatlara, işçilərə və kreditor adlanan şəxslərə olan borcudur .

Kreditor borclarının uçotunun ümumi müəyyənədi meyarları təşkilatın cari öhdəliklərinin və hesablamalarının düzgün sənədləşdirilməsidir. Kreditor borcları ən çox malların (işlərin, xidmətlərin) alqı-satqısı ilə bağlı öhdəliklərin pozulması ilə baş verir.

Kreditor borcları, öhdəliyin icrası ilə ləğv edilə bilər (əvəzləşdirmə daxil olmaqla), həmçinin tələb olunmamış kimi silinə bilər. Kreditor borcları kreditorun hesabına pul köçürülməsi yolu ilə ödənilir, cari hesaba vəsait daxil olduğu an isə öhdəliyin sona çatması anı hesab olunur. Öhdəlik yalnız nağd pulla deyil, həm də əvəzləşdirmə (maliyyə aktivinin köçürülməsi) və ya qeyri-maliyyə aktivinin köçürülməsi yolu ilə ödənilə bilər. Borclu ya məhkəmədə, ya da kreditorun özü tərəfindən öhdəliyin (və ya bir hissəsinin) icrasından qanuni olaraq azad edildikdə, öhdəliklərin tanınmasından imtina mümkündür .

30 yanvar 2017-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyinin Kollegiyasının qərarı ilə Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq standartlarına əsasən mühasibat uçotunun aparılması qaydaları təsdiq edilmişdir. Müəssisənin kreditor borclarının tənzimlənməsi

bu qaydalara əsasən aparılır. Bu Hesablama Planı maliyyə hesabatlarının tələblərinə uyğunlaşdırılmışdır və bütün elementlərinin mövcudluğu və hərəkəti barədə məlumatları, faktları qeyd etmək və qruplaşdırmaq üçün hazırlanmışdır.

Kreditor borcu üzrə hesablaşmalara nümunə olaraq Azərbaycanın ən böyük sənaye şirkətlərində biri olan Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft şirkətinin (bundan sonra ARDNŞ) 2019-cu ilə aid maliyyə hesabatlarından istifadə olunmuşdur. Şirkətin maliyyə nəticələri və onların istifadəsi haqqında hesabat məlumatlarının, eləcə də kreditor borclarının təhlilini aşağıdakı kimi aparmaq olar.

Şirkət 2019-cu il 1 yanvar tarixində yeni təsdiqlənmiş "İcarələr" adlı 16 sayılı MHBS-ını öz maliyyə hesabatlarında tətbiq etməyə başlamışdır. 2017-2019-cu illərdə öhdəliklərin dəyişmə dinamikasını təhlil edək (Cədvəl 1).

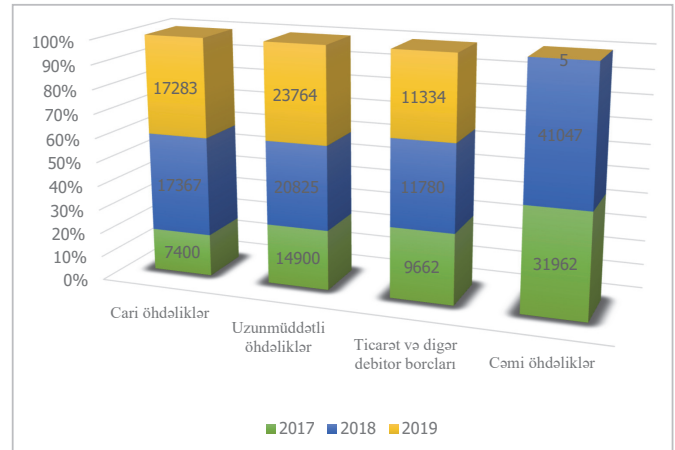
Cədvəl 1: 2017-2019-cu illərdə öhdəliklər, mln. manatla

	2017	2018	2019
Cari öhdəliklər	7 400	17 367	17 283
Uzunmüddətli öhdəliklər	14 900	20 825	23 764
Ticarət və digər kreditor borcları	9 662	11 780	11 334
Cəmi öhdəliklər	31 962	41 047	38 192

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti. Maliyyə Hesabatları: 2017, 2018, 2019 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Cədvəldən görüldüyü kimi 2017-ci ildə cari öhdəliklər 7 400 mln.manat, 2018-ci ildə 17 367 mln.manat təşkil etmişdir və bu da 2,3 % artım deməkdir[1]. 2019-cu ildə bu rəqəm 17, 283 mln.manat təşkil etmişdir və əvvəlki ilə nisbətdə 0,9 % azalma müşahidə Uzunmüddətli öhdəliklər 2017-ci ildə 14 900 mln.manat, 2018-ci ildə 1,4 % artaraq 20 825 mln.manat olmuşdur. 2019-cu ildə uzunmüddətli aktivlər əvvəlki ilə nisbətən 1,1 % artaraq 23 764 mln.manat təşkil etmişdir. Cəmi öhdəliklər 2019-cu ildə 2018-ci ilə nisbətən 0,9 % azalaraq 38 192 mln. manat olmuşdur. Öhdəliklərin dinamik dəyişməsini aşağıdakı qrafiklə vermək olar [3] (Qrafik 1).

Qrafik 1: 2017-2019-cu ul tarixinə öhdəliklər, mln.manatla



Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti. Maliyyə Hesabatları: 2017, 2018, 2019 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Kreditor borclarını təhlil etmək üçün aşağıdakı analitik cədvəlin məlumatlarından istifadə edək (cədvəl 2). Kreditor borclarının strukturu hesablanmış öhdəliklərdən, sair kreditor borclarından, müştərilərdən avanslar, işçilərə ödəniləcək məbləğ, neftin oliverti üzrə öhdəliklərdən ibarətdir.

Cədvəl 2: ARDNŞ-in kreditor borclarının strukturu və dinamikası (2017-2019-cu illər)

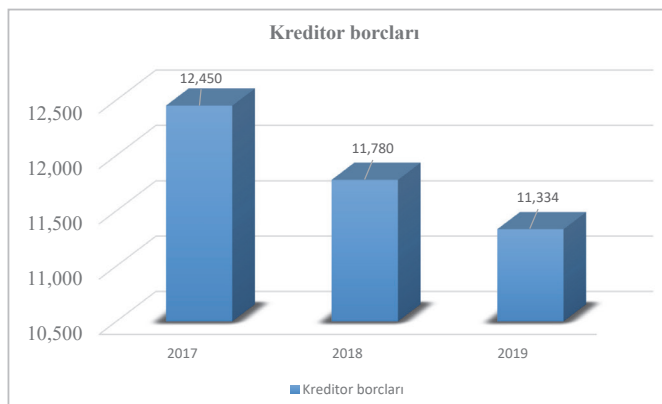
	2017	2018	2019
Kreditor borcları	6,337	7,242	6,922
Hesablanmış öhdəliklər	4,607	3,052	3,164
Sair kreditor borcları	1,030	1,348	1,035
Cəmi maliyyə kreditor borcları	11,974	11,642	11,121
Müştərilərdən avanslar	0,358	-	-
İşçilərə ödəniləcək məbləğlər	0,108	0,124	0,207
Neftin oliverti üzrə öhdəliklər	0,010	0,014	0,006
Cəmi ticarət və sair kreditor borcları	12,450	11,780	11,334

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti. Maliyyə Hesabatları: 2017, 2018, 2019 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Verilən məlumatlardan görüldüyü kimi ARDNŞ-in kreditor borcları böyük məbləğ təşkil edir. Belə

ki, həmin borcların məbləği 2017-ci ildə 12,450 mln.manat, 2018-ci ildə 11,780 mln.man və 2019-cü il tarixinə 11,334 mln.manat olmuşdur. (Qrafik 2).

Qrafik 2: ARDNŞ-in kreditor borclarının dinamikası (2017-2019-cü illər, mln.manatla)

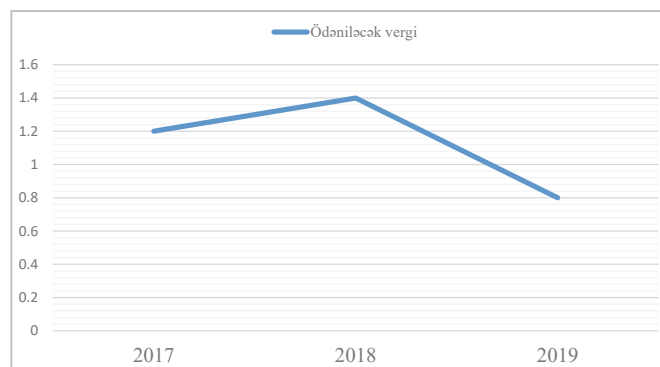


Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti. Maliyyə Hesabatları: 2017, 2018, 2019 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Qrafikdən görüldüyü kimi kreditor borclarının həcmi ildən-ilə azalmağa doğru getmişdir. 2018-ci ildə əvvəlki ilə nisbətə 0,9 %, 2019-cü ildə isə əvvəlki ilə nisbətən 0,8 % azalma müşahidə olunmuşdur [3].

Aydındır ki, kreditor borclarını pulla ödəmək tələb olunur. Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı İdarə Heyətinin 19 sentyabr 2002-ci il tarixli qərarı ilə təsdiq edilmiş (2006-cı ildə dəyişiklik edilmişdir) Nağdsız hesablaşmaların apanılması qaydalan haqqında təlimatda ödəyicinin hesabından vəsaitin mülahisəsiz silinməsi qaydası öz əksini tapmışdır. Bu qərara əsasən vergilər və digər məcburi ödəmələr üzrə vergi qalıqlarının, habelə cərimələrin qanımvericilikdə nəzərdə tutulmuş sanksiya məbləğlərinin tutulması haqqında vergi orqanlarının sərəncamları olan kimi borc məbləğlərin tədiyyəçinin hesablaşma hesabından mübahisəsiz silinməsi nəzərdə tutulur. Belə ciddi normativ sənədin olmasına baxmayaraq ARDNŞ-in büdcə ilə hesablaşmalarda yaranan borcların ödənilməsinə də qənaətbəxş hesab etmək olmaz. Ödəniləcək vergilər üzrə borclara diqqət etsək 2017-ci ildə 487 min manat, 2018-ci ildə 690 min manat, 2019-cü ildə 572 min manat kreditor borcları təşkil etmişdir (Qrafik 3).

Qrafik 3: Şirkətin ödəniləcək vergilər üzrə borcları, 2017-2019-cü illər üzrə (%-lə)



Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti. Maliyyə Hesabatları: 2017, 2018, 2019 məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Qrafik 3-ün təhlilindən görüldüyü kimi 2017-ci ildə əvvəlki ilə nisbətə ödəniləcək vergilər üzrə borclar 1,2 %, 2018-ci ildə 1,4 % artmışdır. 2019-cü ildə isə 2018-ci ilə nisbətən 0,7 % azalmışdır.

ARDNŞ üçün 2017-2019-cü illərdə büdcə ilə hesablaşmalara diqqət yetirildikdə aşağıdakıların mövcudluğunu görə bilərik. Verilən göstəricilərin təhlilini etdikdə iqtisadi sanksiyalar üzrə büdcəyə ödəmələrin olması cari öhdəliklər üzrə büdcə borcları ilə əlaqədar əməliyyatların qeyri-qənaətbəxş olmasını sübut edir. Mübahisəsiz, yəni müəssisənin hesablaşma və ya valyuta hesabına pul daxil olan anda büdcəyə olan borcların silinməsi qaydası qüvvədə olan indiki şəraitdə nəyin ki, büdcə borcları, həm də iqtisadi sanksiyalar üzrə kəsilmiş məbləğlərin ödənilməsi müəssisənin ödəniş qabiliyyətinin, yəni vaxtı çatmış və keçmiş tədiyyə öhdəliklərini yerinə yetirmək (borcları qaytarmaq) iqtidarında olmamasını sübut edir. Bunu cədvəl 3-də verilən məlumatlardan daha aydın görmək olar [1-3].

Cədvəl 3: Şirkətdə cari və uzunmüddətli öhdəliklərin dinamikası (2017-2019)

	2017	2018	2019
Cəmi maliyyə öhdəlikləri	1,311	1,150	1,061
Cəmi uzunmüddətli qeyri-maliyyə öhdəlikləri	0,127	0,115	0,144
Cəmi öhdəliklər	1,438	1,265	1,205

Mənbə: ARDNŞ, *Maliyyə hesabatları, 2017, 2018, 2019*; məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Təhlil göstərir ki, kreditorların borclarının peşəkar idarə olunması, müasir tədqiqat metodlarından istifadə etməklə onlardakı vəziyyətin təfərrüatlı təhlilini tələb edir. Onsuz müəssisənin maliyyə vəziyyətini hərtərəfli və sistemli şəkildə öyrənmək mümkün deyil.

Kreditor borclarını təhlil edərkən müəssisənin mühasibat balansından, mənfəət və zərər hesabatı, pul vəsaitlərinin hərəkəti hesabatı, kapitaldakı dəyişikliklər hesabatı, kreditor borclarının inventarının digər hesabatları, təchizatçılar, müəssisəyə xidmət göstərən digər təşkilatlarla yazışmalar, digər rabitə sənədləri, müxtəlif təlim materialları, qərarlar, qaydalar, əmrlər və digər normativ sənədlər, satış xidmətləri elmi təşkilatlar təhlil nəticələri, iş planları, proqnoz materialları, inflyasiya səviyyəsini xarakterizə edən statistik məlumatlar, istehsal müqavilələri haqqında məlumatlar, satınalma, istehsal, satış və maliyyə proseslərini idarə edən hesabatlar, baza infrastrukturunun öyrənilməsi və digər məlumat mənbələri istifadə edilir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Kreditor borcları, təşkilatlar arasında mövcud olan pul hesablaşmaları sisteminin qaçılmaz bir nəticəsidir, bu zaman malların mülkiyyət hüququ verildiyi andan etibarən ödəmə vaxtı, ödəmə sənədlərinin təqdim edilməsi ilə ödəniş zamanı hər zaman bir boşluq var. Məqalə yazılarkən, kreditor borclarının konsepsiyası, mahiyyəti və quruluşu, kreditor borclarının uçotunun tənzimlənməsi, habelə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə uyğun olaraq kreditor borclarının cari uçot qaydası nəzərdən keçirilmişdir.

Bununla birlikdə, müəssisə rəsmiləşdirilməmiş ilkin sənədlər, fərdi təfərrüatların olmaması, vahid formada sənədlərin istifadəsi kimi mühasibat işində ümumi çatışmazlıqları aşkar edilmişdir. Kreditor borclarının maliyyə təhlili zamanı kreditor borclarının strukturu təhlil edilmiş, kreditor borclarının dövrüyyəsinin təhlili, habelə borc öhdəliklərinin ödəmə qabiliyyətinə təsirinin təhlili aparılmışdır.

Təhlilin nəticələrinə əsasən müəssisədəki kredi-

tor borclarının qaytarılması - borcların azaldılması üçün qeyri-pul hesablaşma formalarından istifadə edilməsi barədə tövsiyələr verilmişdir. Faktoring tədbirlərinin tətbiqi borc dövrüyyəsinə müsbət təsir göstərir ki, bu da tədbirin iqtisadi cəhətdən səmərəli olduğunu göstərir.

Açar sözlər: *Mühasibat uçotu, maliyyə hesabatları, kreditor, kreditor borcları, öhdəliklər.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. *Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti. Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarına uyğun Konsolidasiya edilmiş maliyyə hesabatları 31 dekabr 2017-ci il, 101 s.*

2. *Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti. Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarına uyğun Konsolidasiya edilmiş maliyyə hesabatları 31 dekabr 2018-ci il, 111 s.*

3. *Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti. Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarına uyğun Konsolidasiya edilmiş maliyyə hesabatları 31 dekabr 2019-cu il, 112 s.*

4. *Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarına əsasən mühasibat uçotunun aparılması Qaydaları” haqqında Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyinin Q-01 sayılı 30.01.2017-ci il tarixli qərarı.*

5. *Бабаев Ю.А., Петров А.М., Мельникова Л.А. (2013). Бухгалтерский учет: учебник для бакалавров / под ред. Ю.А.Бабаева. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Проспект, - 430с.*

6. *Ефимова, О.В. (2014). Финансовый анализ: учебное пособие / О.В. Ефимова // - Москва: Изд-во «Омега-Л», - 159с.*

7. <http://tfig.unece.org/RUS/contents/payables-and-receivables.htm>

РЕЗЮМЕ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С КРЕДИТОРАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Нормальное функционирование любого предприятия, его способность конкурировать с другими предприятиями в сложной рыночной среде и обеспечивать его преимущество в этой конкуренции зависят от надлежащего управления этим предприятием. Правильное

управление предприятиями начинается с выбора правильной стратегии, основанной на указаниях главы предприятия, и поддержания сотрудников в соответствии с этой стратегией. Первичным и единственным фактором устойчивой и долгосрочной работы любого предприятия является создание производственной эффективности предприятия и тот факт, что эта эффективность охватывает длительный период, а не короткий период. В целях повышения производственной эффективности предприятия предприятия, ведомства и организации должны прогнозировать производственные и другие затраты предприятия, а также кредиторскую задолженность, а также определять регулирование и надлежащее управление этими предприятиями.

Долги кредиторов - это уровень задолженности предприятий, ведомств и организаций перед всеми видами физических и юридических лиц. Таким образом, кредиторская задолженность считается «отданной» предприятиями, ведомствами и организациями.

Ключевые слова: *Бухгалтерский учет, финансовая отчетность, кредитор, кредиторская задолженность, пассивы.*

SUMMARY

IMPROVING THE METHODOLOGY OF ACCOUNTING FOR SETTLEMENTS WITH CREDITORS IN ENTERPRISES

The normal functioning of any enterprise, its ability to compete with other enterprises in a complex market environment and provide its advantage in this competition depends on the proper management of this enterprise. Good enterprise management starts with choosing the right strategy based on the direction of the head of the enterprise and keeping employees in line with that strategy. The primary and only factor in the sustainable and long-term operation of any enterprise is the creation of the production efficiency of the enterprise and the fact that this efficiency covers a long period, not a short period. In order to increase the production efficiency of the enterprise, enterprises, departments and organizations must forecast production and other costs of the enterprise, as well as accounts

payable, as well as determine the regulation and proper management of these enterprises.

Debts of creditors are the level of indebtedness of enterprises, departments and organizations to all types of individuals and legal entities. Thus, accounts payable are considered "given" by enterprises, departments and organizations.

Keywords: *Accounting, financial statements, creditor, accounts payable, liabilities.*

BANK RİSKLƏRİNİN MAHİYYƏTİ

ELŞƏN RƏFİYEV

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
magistr*

E-mail: elsan-refiyev@mail.ru

Giriş

Tarixi inkişaf prosesinin müxtəlif dövrlərində baş verən iqtisadi yüksəliş hadisələri sahibkarların və investorların riskli qərarlar verməsi ilə bağlı olmuşdur. İnsan cəmiyyətinin müxtəlif sahələri kimi müasir bank sektoru da risklər olmadan düşünülə bilməz. Risk hər hansı bir sahədə bütün əməliyyatlarda mövcuddur, bu yalnız fərqli miqyaslarda özünü göstərir. Müxtəlif sahələrdə olan risklər fərqli yollarla kompensasiya edilir. Bank əməliyyatlarının aparılması üçün riski tamamilə aradan qaldıracaq və əvvəlcədən müəyyən bir maliyyə nəticəsini təmin edəcək variantları axtarmaq son dərəcə sadəlvahlıq adlandırıla bilər. Belə ki bazar şəraitində iş belə bir yanaşma ilə uzun müddət mövcud olmaq mümkün deyildir.

Nəticə etibarilə bankçılıq üçün ümumiyyətlə potensial risklərdən qaçmaq mümkün deyil, onu təxmin etmək və minimum səviyyəyə endirmək isə fayda göstərə bilər. Bank sektorunda risk dedikdə, adətən bankın müəyyən maliyyə əməliyyatları nəticəsində mənbələrinin bir hissəsini itirməsi, gəlirlərini əldən çıxarması və ya əlavə xərclər çəkməsi ehtimalı, daha doğrusu, təhlükəsi nəzərdə tutulur.

Bank riski, nəticənin qeyri-müəyyənliyini əks etdirən və reallığın gözləniləndən mənfi kənarlaşma ehtimalını xarakterizə edən bir bank fəaliyyətinin situasiya xarakteristikasıdır [2].

Bu tərif bank risklərini başa düşmək üçün lazım olan bütün zəruri əsas konsepsiyalara - qərar qəbul etmə vəziyyətinin qeyri-müəyyənliyinə və planlaşdırıldığından mənfi sapma ehtimalına lazımı diqqət yetirir. Bu təriflərlə əlaqəli olaraq aşağıdakı kateqoriyaların tətbiq edilməsinə nəzarət etmək lazımdır:

Xərc – Bankçılıq sahəsi müxtəlif xərclər olmadan fəaliyyət göstərə bilməz. Bank xərcləri, əmanətçilərə faiz ödəmə ehtiyacı, digər maliyyə

və kredit təşkilatlarından alınan kredit mənbələri üçün ödənişlər, bank işçilərinə ödəniş üçün vəsait ayrılması və digər əməliyyat xərcləri ilə əlaqələndirilir. Xərclər konsepsiyasına tətbiq edildikdə, risk anlayışı özünü aşağıdakı ehtimallarda göstərə bilər:

- bazar vəziyyətindəki dəyişiklik əmanətlər üzrə ödənilən faizlərin artırılmasına ehtiyac yaratdı;
- kredit ehtiyatlarının ümumi açığı onların alışı dəyərindəki artımda əks olundu;
- digər kredit təşkilatlarında işçilərin maaşlarında artım bankın müvafiq tədbirlər görməsini zəruri etdi və s.

İtkilər - Gəlir çatışmazlığı və ya planlaşdırıldığından artıq xərclərin olması şəklində ortaya çıxan zərərlər, gələcəkdəki əməliyyatların qeyri-kafi təhlili, səhv hesablamalar, şərtlərin əlverişsiz təsadüfə və ya vəziyyətin sadəcə gözlənilməzliyi səbəbindən baş verir.

Bank mənfəətlərinin və əldə ediləcək gəlirlərin gözlənilməz azalması kimi başa düşülən zərərlər bank işinə xas olan riski xarakterizə edən ümumiləşdirici göstərici rolunu oynayır. Bu göstərici yuxarıda göstərilən kateqoriyaların bütün xüsusiyyətlərini birləşdirir və bu səbəbdən risk dərəcəsini ən yaxşı şəkildə xarakterizə edir [3].

Riskin mütləq və nisbi baxımdan təsviri banklar tərəfindən çox vaxt tətbiq olunur. Eyni zamanda, mütləq ifadədə risk, konkret bir əməliyyata gəldikdə hesablanır. Bankın üst rəhbərliyi müxtəlif bank əməliyyatları apararkən qəbul edilə bilən risk səviyyəsi ilə bağlı tənzimləmə hazırlayırsa, müəyyən əməliyyatlar nəticəsində gözlənilən gəlir məbləğinə nisbətə risk məbləğini xarakterizə edən nisbi göstəricilər də tətbiq olunur. Beləliklə, risk anlayışı zərər analizindən istifadə edərək ağılabatan bir dəqiqliklə qiymətləndirilə bilən ehtimal olunan bir kateqoriyadır.

Risk səviyyəsi aşağıdakı hallarda artır:

- gözləntilərin əksinə olaraq qəfil problemlər yarandıqda;
- keçmiş təcrübəyə uyğun olmayan yeni vəzifələr qoyulduqda;
- rəhbərlik maddi ziyana səbəb ola biləcək zəruri və təcili tədbirlər görə bilmədikdə;
- bankın fəaliyyətinə dair mövcud prosedur və ya mükəmməl olmayan qanunvericilik müəyyən bir vəziyyət üçün bəzi optimal tədbirlərin alınmasına mane olduqda və s.

Bank əməliyyatları olduqca müxtəlifdir, hər birinin özünəməxsus xüsusiyyətləri və dolayısı ilə müəyyən bir risk səviyyəsi və ya sabit bir itki ehtimalı vardır. Bütün bank əməliyyatları müxtəlif müştərilər və dəyişən bazar şərtləri ilə tamamlanır ki, bu da bəzi risk qiymətləndirmə meyarlarının inkişafını əhəmiyyətli dərəcədə çətinləşdirir.

Demək olar ki, bütün növ bank əməliyyatları risk altındadır. İndiki mərhələdə müxtəlif kommersiya banklarının risklərini təhlil edərkən aşağıdakıları nəzərə almaq lazımdır:

- siyasi vəziyyətin qeyri-sabitliyi;
- bank sisteminin natamam formalaşması;
- bəzi əsas qanunvericilik aktlarının olmaması və ya mükəmməl olmaması;
- qanunvericilik bazası ilə həqiqi vəziyyət arasındakı uyğunsuzluq;
- inflyasiya və s.

Bu hallar ortaya çıxan bank risklərinin cəmi və onların öyrənilməsi metodlarında ciddi dəyişikliklər edir. Lakin bu, risklərin yaranması və onların səviyyəsinin dinamikasında meyillərin ümumi problemlərinin mövcudluğunu istisna etmir.

Tədrisən, risklər nəzəriyyəsinin inkişafı ilə analiz metodologiyası və texnikası inkişaf etdi. Bank risklərinin təhlili metodologiyasının aşağıdakı əsas mərhələləri müəyyən edilə bilər [1]:

1. Müəyyən bir növün səviyyəsini və ya fəaliyyətinin ümumi riskini, ortağının, qarşı tərəfin, müştərinin, tədarükçünün, vasitəçinin və s. fəaliyyətini təhlil edən bir bankın növü və xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi;
2. Təhlil olunan fərdi riskin və ya bir sıra müxtəlif risklərin təsir dairəsinin müəyyənləşdirilməsi;
3. Hesablama metodologiyası, səhvlər səviyyəsinin təhlili, mütləq və nisbi sapmaların müəyyənləşdirilməsi;
4. Xüsusi təhlil edilmiş bir riski idarə etmək

bacarığının öyrənilməsi;

5. Mövcud və potensial risk vəziyyətlərini idarə etmək üçün vasitələr və metodların seçilməsi;

6. Təhlilin səmərəliliyinin və onun nəticələri əsasında təklif olunan tövsiyələrin qiymətləndirilməsi.

Bank praktikasında risk qiymətləndirilərkən əsasən müştərilərin iflas etmə ehtimalı, maliyyə vəziyyətinin kəskin pisləşməsi, depozitlərə qoyulmuş vəsaitlərin müəyyən bir hissəsinin çıxarılması, valyutaların və qiymətli kağızların məzənnəsindəki dəyişikliklər, həmçinin müxtəlif pul məhdudiyətləri ehtimalı nəzərə alınır. Nəzərə alınmalıdır ki, bütün risk faktorlarını nəzərə almaq praktiki olaraq mümkün deyil, buna görə qiymətləndirmə müəyyən fərziyələrə əsaslanır və nəticə müəyyən dərəcədə ehtimal xarakteri daşıyır. Lakin bu uyğun bir risk strategiyasının hazırlanmasının əhəmiyyətini azaltmır.

Risk strategiyasının inkişafı bir neçə ardıcıl mərhələdən keçir. Bu mərhələlər aşağıdakılardır:

1. Müəyyən bank əməliyyatlarının planlaşdırılmasında və həyata keçirilməsində müəyyən bir risk növünü artıran və azaldan amillərin müəyyənləşdirilməsi;
2. Müəyyən olunmuş amillərin mövcud risklərə və onların aradan qaldırılmasına təsirinin güc baxımından təhlili;
3. Xüsusi bir risk növünün qiymətləndirilməsi;
4. Optimal risk səviyyəsinin yaradılması;
5. Fərdi əməliyyatların qəbul edilə bilən risk səviyyəsinə uyğunluğu baxımından təhlilinin aparılması;
6. Riskin azaldılması üçün tədbirlərin hazırlanması.

Riski təsir edən amillərə gəldikdə isə qeyd etmək lazımdır ki, onlar, bir qayda olaraq, banklar tərəfindən tam şəkildə nəzərdən keçirilmir, ancaq vaxtaşırı yenidən baxılan yalnız müəyyən bir standart amillər müəyyənləşdirilir. Bu amillər konkret bir dizayn məqsədi daşımır, ancaq risk təhlili üçün ilkin əsas rolunu oynayır, eyni zamanda, tamamilə riyazi qiymətləndirmələri canlandırır və təfərrüatlandırır.

Risk menecmenti şöbəsinə təyin olunmuş bank riski idarəetməsi üç səviyyədə həyata keçirilir:

İnkişaf səviyyəsi:

Bu mərhələyə aşağıdakı proseslər daxildir:

- daxili tənzimləmə bazasının inkişafı;

- limitlər, kvotalar və digər məhdudiyyətlər sisteminin yaradılması;

- vahid hesabat sisteminin formalaşdırılması;
- böhran əleyhinə idarəetmə tədbirlərinin hazırlanması.

İcra səviyyəsi:

Bu səviyyənin əsas elementləri aşağıdakılardır:

- işçi qruplarının yaradılması;
- ssenari təhlili;
- test nəticələrinin təhlili.

Daxili tənzimləmə bazasından istifadə səviyyəsi:

- limitlərin müəyyənləşdirilməsi, nəzərdən keçirilməsi və nəzarət edilməsi;
- bank risklərinin idarə edilməsi metodlarından əldə edilən digər törəmələrin istifadəsi;
- ssenari təhlili.

Əməliyyat risklərinin idarə olunması birbaşa risk mövqeyi açan bölmə tərəfindən, özünə nəzarət qaydasında, açıq mövqelərin müəyyən edilmiş məhdudiyyətlərə və digər amillərə uyğunluğunu izləməklə həyata keçirilir. Struktur bölmələr məlumatların birləşdirilməsindən və idarəetmə hesabatlarının təqdim edilməsindən məsul tərəfdir.

Beləliklə, risk idarəetmə prosesi üç səviyyədən ibarət olan bir mexanizm kimi təmsil oluna bilər, burada birinci səviyyə strateji idarəetmədən, ikincisi taktiki və operativ idarəetmədən, üçüncüsü işlək vəziyyətin təmin edilməsindən ibarətdir.

Müasir elm sferası risklərin idarə olunmasında ən çox istifadə olunan və ümumi metodlar kütləsindən ayırd edilə bilən bu cür metodların kifayət qədər çox olduğunu bildirir [7]. Buraya diferensial, inteqral, loqarifmik, indeks metodu, əsas say metodu, korrelyasiya, reqresiya təhlili, dispersiya, çoxluq, faktor analizi, xətti, stokastik proqramlaşdırma və s. kimi metodlar daxildir. Bank riski idarəetmə metodları yuxarıda göstərilən mərhələlərə görə paylanılır, bu və ya digər metodun risk menecmentinin müəyyən bir mərhələsində istifadəsi eyni metodun digər mərhələdə istifadə edilməsi prosesini qadağan etmir, əksinə bəzi hallarda optimal həll yollarının tapılmasını mümkün edir.

Bank risklərinin idarə edilməsində izlənilən əsas mərhələlər ardıcılığı aşağıdakılardır:

Tanıma mərhələsi: ekspert qiymətləndirmə metodu (delfik metod, morfoloji analiz, ssenari analizi, qərar ağacı metodu, əmsal analizi və s.), Parametrik olmayan statistika metodlarının tətbiqi mərhələsi;

Risklərin başlanması səbəblərinin qiymətləndirilməsi mərhələsi: diferensial, inteqral, loqarifmik, indeks metodu, əsas say metodu, korrelyasiya, regresiya analizi, dispersiya, klaster, amil analizi, xətti, stokastik proqramlaşdırma metodlarının tətbiqi mərhələsi;

Strateji seçmə mərhələsi: məhdudlaşdırma, rezervasiya, hedcinq (sığorta daxil olmaqla), şaxələndirmə (paylama da daxil olmaqla), optimallaşdırma mərhələlərinin icrası;

Nəzarət mərhələsi: səlahiyyətlərin verilməsi metodu və məsuliyyət bölgüsü, monitorinq, hesabat sisteminin yaradılması.

Bank risklərinin idarə edilməsi prosesinin mərhələlərini və metodlarını nəzərdən keçirərək, strukturunun təhlil etmək lazım olarsa, bu da öz növbəsində bankdakı ümumi riskin idarə olunması prosesində müəyyən bir rol oynayan üç səviyyəli mərhələ kimi təmsil oluna bilər.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Qlobal maliyyə böhranından əvvəlki yanaşmalarda maliyyə bazarı şərtlərinin makroiqtisadi dəyişənlər və ya pul siyasətinin ötürülməsi mexanizmləri üzərində əhəmiyyətsiz təsirləri olduğu vurğulanmışdır. Bu yanaşmaların əsası aktiv qiymətlərdəki əhəmiyyətli tərəddüdlərin və ya tarazlıq dəyərlərindən kənarlaşmaların inflyasiya təzyiqləri ilə əlaqəli olmasıdır. Buna görə, tədqiqatın nəticəsi göstərir ki, inflyasiya səviyyəsinə nəzarət etmək üçün müraciət edən mərkəzi banklar da maliyyə balanssızlıqlarını həll edə bilməkdədirlər. Qlobal maliyyə böhranı bu ortodoksallığın dəyişməsinə səbəb olmuşdur.

Tədqiqat işi göstərir ki, böhrandan sonra mərkəzi bankların pul siyasətində makroiqtisadi sabitlik və maliyyə sabitliyi hədəfləri arasındakı potensial qarşılıqlı əlaqəni nəzərə almaları lazım olmuşdur. Bu təklifin arxasında duran əsas aşağı və sabit inflyasiya nisbətlərinin gələcək üçün nikbin olması, iqtisadi agentlərin risk öhdəliklərini artırması və aktivlərin qiymətlərində ani artımlara səbəb olmasıdır. Buna görə də, bu şərtlər daxilində qiymət sabitliyi maliyyə sabitliyi üçün kifayət etməməkdədir. Bu çərçivədə, pul siyasətinin həyata keçirilməsində maliyyə sabitliyinin də nəzərə alındığı yeni bir nəzəri çərçivənin hazırlanması artıq müasir dövrdə zərurətə çevrilmişdir.

Risk menecmentinin məqsədi bankların üzleşdiyi

riskləri azaltmaq, zərərlərin qarşısını almaq və iş həcmələrini genişləndirməklə gəlirliliyi və maliyyə göstəricilərini artırmaqdır. Risklərin idarə edilməsi, maliyyə nəticələrinin ölçülməsində, aktivlərin gəlirliliyi və ya kapitalın gəlirliliyi kimi maliyyə hesabatlarından yaranan əənəvi maliyyə nisbətləri əvəzinə, daha yaxşı risklə tənzimlənən gəlirlərə əsaslanma bilər.

Nəticə etibarilə, risk menecmenti effektiv olması üçün bank rəhbərliyi tərəfindən dəstəklənməli və nəzarət edilməli olan bankların maliyyə göstəricilərinin artırılması, davamlılığının təmin edilməsi və mümkün risklərin azaldılması baxımından təsirli bir vasitə kimi istifadə olunan vacib bir müddətdir.

Tədqiqatlar göstərir ki, son illərdə hər kəs üçün bir ehtiyac olaraq texnologiyadan istifadə artmış və geniş yayılmışdır. Xüsusilə bütün qurumlar bu asan sistemdən istifadə edərək satış imkanları əldə edərkən, məhsul marketinqi baxımından bank sektoru da ön sırada dayanır. İnternet bankçılığı ilə yepyeni məhsullar, imkanlar, rahatlıq, sürət və aşağı qiymət bunu üstün etmişdir. Əməliyyat riski ilə qarşılaşdıqda, müştərinin gözündə nüfuz təsir edən, sistem səhvlərini ehtiva edən və bəzən səhv davranışı ilə müştərini çətin vəziyyətə gətirən bir risk formalaşır. Bu səbəbdən banklar bu riskin meydana gəlməsinin qarşısını almaq üçün bir çox qoruyucu proqramdan istifadə edirlər. Ancaq bütün bu tədbirlərə baxmayaraq, müştərilər və eləcə də bank üçün bəzi mənfi halların yaşandığı görülməkdədir.

Araşdırmamızda, əməliyyat riski konsepsiyasının mahiyyəti texnoloji risk anlayışı ilə birlikdə təqdim olunur; Bu halların yaranmasına gətirən səbəblər, onların nəticələri və görülən tədbirlər izah olunur. Mövzusu pul olan bankçılıqda texnoloji riskin nə qədər təsirli olduğu da göstərilmişdir. Bundan əlavə, müştərilərin fərdi məlumatlarına elektron poçt, mobil telefon xətti, veb sayt, viruslar vasitəsilə daxil olan əməliyyatlardan və təhlükələrdən də bəhs edilmişdir. Risk vahidi bu baxımdan bank sektoru üçün ən vacib yer hesab olunur.

Tədqiqatın gətirdiyi nəticələrdən biri də odur ki, hər yeni texnologiya bank sektoru üçün yeni imkanlar yaratsa da, eyni zamanda yeni təhdidlər də gətirir. Nəticədə, risk ehtimalına görə alınan tədbirlər həm müştəri məmnuniyyətini təmin etmək, həm də bankın nüfuzunu qorumaq kimi qeyd

edilməlidir. Bunların hər ikisi üçün möhkəm bir risk idarəetmə quruluşu yaratmaq və internetdə həyata keçirilən bütün əməliyyatları yaxından və detallı şəkildə izləmək həm bankın, həm də müştərinin təhlükəsizliyi üçün son dərəcə vacibdir.

Açar sözlər: *Bank sistemləri, risk, xərc, itkilər, təhlil, səmərəlilik, potensial.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Qeybullayev Q. "İqtisadi risk nəzəriyyəsinin əsasları", Bakı 2003
2. Воронин Ю.М. Управление банковскими рисками -М: НОРМА, 2007
3. Баширов R.A. Bank işi. 2007
4. Candoğan, M., A. & Altan M. (2014). *Basel Kriterleri Çerçevesinde Operasyonel Risk Ölçüm Yöntemlerinin Karşılaştırılması: Örnek Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31
5. Giese, Guido, (2003), "Basel II Çerçevesinde İçsel Derecelendirme Sürecine Giriş", Melek Acar Boyacıoğlu (çev.). *Bankacılar Dergisi. No.46*
6. Özbilgin, İ. G. (2011). *Bilgi Teknolojileri Yönetişimi. Bilişim Dergisi. S.134.*
7. Лаврушин О.И. Основы банковского менеджмента -М: Инфра-М, 2004
8. Лапушта М.Г. Риски -М: НОРМА, 2005
9. Марьян С. Управление банковскими рисками. // *Экономика и жизнь. -2006. - №23, с.44.*
10. Мəmmədov Z. *Пул, кредит və banklar (Dərslik). Bakı 2007*

РЕЗЮМЕ

ПРИРОДА БАНКОВСКИХ РИСКОВ

В формировании и функционировании банковских систем всегда есть управляемые и неуправляемые факторы риска. Поэтому очень важно уметь прогнозировать и управлять банковскими рисками, вовремя оценивать риски на финансовом рынке. Существует необходимость в методологии анализа и прогнозирования банковских рисков, согласно которой будущий фактор как источник увеличения риска на финансовом рынке должен быть высоким источником дохода.

Особое внимание следует уделить решению задачи формирования элементов портфельного подхода в кредитном менеджменте и управлении инвестициями, оптимальном сочетании двух взаимоисключающих функций структуры пассивов банка - максимизации доходности и минимизации риска.

Актуальность темы статья заключается в том, что банковское дело подвержено многим рискам, поскольку помимо функции банка оно выполняет функцию общественного значения и денежно-кредитной политики, следовательно знание, определение и контроль банковских рисков представляет большой интерес. В исследовании рисков рекомендуется различать две основные области - распознавание и оценка рисков и принятие решений о рисках.

В условиях кризиса проблема профессионального управления банковскими рисками, оперативного учета факторов риска очень актуальна для участников финансового рынка, и особенно для коммерческих банков. По своему определению, банк должен быть одним из самых надежных институтов общества и составлять основу устойчивости экономической системы. Также профессиональное управление рисками, операционная идентификация и учет факторов риска важны для повседневных рисков.

Ключевые слова: *Банковские системы, риск, стоимость, потери, анализ, эффективность, потенциал.*

SUMMARY

THE NATURE OF BANK RISKS

There are always manageable and unmanageable risk factors in the formation and operation of banking systems. Therefore, it is very important to be able to forecast and manage banking risks, to assess the risks in the financial market in a timely manner. There is a need for a methodology for analyzing and forecasting banking risks that the future factor as a source of increasing risk in the financial market should be a high source of income.

Particular attention should be paid to the solution of the problem in the formation of an optimal combination of elements of the portfolio approach

in credit management and investment management, two mutually exclusive tasks of the structure of bank liabilities - maximizing returns and minimizing risk.

The relevance of the topic of this article is that banking is exposed to many risks, because in addition to the function of a bank, it has a function of public importance and monetary policy, while knowledge, definition and control of banking risks are of great interest. It is recommended to distinguish two main areas in risk research - risk recognition and assessment, and risk decision-making.

In times of crisis, the problem of professional management of banking risks, operational accounting of risk factors is very important for financial market participants, and especially for commercial banks. By its definition, a bank should be one of the most reliable institutions of society and form the basis of the stability of the economic system. At the same time, professional risk management, operational identification and risk factor accounting are also important in day-to-day risks.

Keywords: *Banking systems, risk, cost, losses, analysis, efficiency, potential.*

AZƏRBAYCANDA REKLAM BİZNESİNİN İNKİŞAF ETMƏSİNİN MÜHÜM İSTİQAMƏTLƏRİ

HUSEYN TALIBZADƏ

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti(UNEC)

Beynəlxalq Magistratura və Doktorantura

Mərkəzi

E-mail: Hsyalb1937@gmail.com

Giriş

Reklam malların mövcudluğu, alış və istehlak şərtləri barədə məlumat yayaraq, məhsulun təklifinin formalaşmasında iştirak edir və bununla da xüsusi tələbi baxımından tələb edir. Beləliklə, reklam informasiya fəaliyyətinin formalarından biri olmaqla istehsal və istehlak arasında əlaqə yaradır. İndiki mərhələdə reklam yönəldilmiş bir məlumat axını təmin edən informasiya funksiyasının dar çərçivəsinə qədəm qoymuş və kommunikativ bir funksiyanı öz üzərinə götürmüşdür. Onun köməyi ilə bazar və istehlakçı ilə "rəy" saxlanılır. Bu, malların bazarda təşviqinə nəzarət etməyə, reklam olunan obyektlər üçün alıcı ilə sabit bir üstünlük sistemini yaratmağa və birləşdirməyə imkan verir. [Борисов Б.И.,2001.] Reklam proqramının rəhbəri müştəri ilə əlaqə saxlayır, sənət şöbəsi mətnlər düzəldir və elanları yığır, marketing xidmətləri şöbəsi media seçir və s.

Agentliklər böyüdükcə, şirkətin bir neçə kiçik agentliyə və ya qrupa bölündüyü bir qrup təşkilat sistemə müraciət edirlər. Reklam Proqramı Qrupunun direktoru rəhbərlik etdiyi hər bir komanda reklam rejissorları, kopirayterlər, bədii rəhbərlər, media direktoru və digər tələb olunan mütəxəssislərdən ibarətdir. Qrup, böyükdürsə ya bir proqramı, ya da əksər hallarda olduğu kimi, üç-dörd müştəri idarə etmək üçün təyin edilə bilər. [Пескишева А. М.,2015]

Xüsusilə böyük agentliklər onlarla və ya daha çox qrupdan ibarət ola bilər.

Hətta hər birinə xidmət göstərmək üçün ayrıca istehsal və dispetçer bölmələri təşkil etmək mümkündür. Bu sistemlərin hər birinin öz üstünlükləri var.

Agentliyin xidmətlərini ən təsirli, səmərəli və mənfəətli satmasına imkan verən qurumu seçməlisiniz. Bir agentliklə müxtəlif yollarla işləyə bilərsiniz:

- agentliyə nəyi, necə və nə vaxt edəcəyini diktə etmək;
- reklam agentliyinin sizin adınızdan nə və necə etdiyini araşdırmadan tamamilə;
- birlikdə işləmək, ümumi həllər tapmaq. Birinci yol, yalnız öz səhvlərinizi çoxaldacağınızla doludur və reklam agentliyi hər hüquqa sahib olduqları zaman etdikləri reklamın tamamilə sizə aid olmasına və bütün səhv və uğursuzluqlara istinad edə bilər. İkinci yol həm gözəl, həm də fəlakətli nəticələrə səbəb ola bilər.

Əsas hissə

Reklam biznesi fəaliyyətini zəruri edən şərtlər.

F.Kotlerə görə, "reklam, müəyyən bir müştəri tərəfindən ödənilən və potensial istehlakçıların diqqətini reklam olunan obyektə, konkret vəziyyəti nəzərə alaraq, ən təsirli texnika və metodlardan istifadə edərək cəlb etməyə xidmət edən hər hansı bir şəxsiyyətsiz təqdimat və təşviq formasıdır.[Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2012)].

İkincisi daha çox ehtimal olunur. Rus tacirlər belə deyirdilər: "Ticarət bir tərəddüd tələb edir." [Веселов С.В., 2012] Demək olar ki, hər məhsul və xidmətin özünəməxsus xüsusiyyətləri var. Bu məhsulun reklamı ilə ilk dəfə qarşılaşdıqda, bir reklam agentliyinin işçiləri sadəcə xüsusiyyətlərini bilmirlər. Ancaq təəssüf ki, orta hesabla müştəri ilə agentlik arasındakı münasibət ümumiyyətlə cəmi üç-dörd il davam edir. Münasibətlərin qorunması dövründə, gec-tez bütün problemlər və

oyunçuların hər birinin həqiqi dəyəri ortaya çıxır. [Старобинский Э.Е. (2011)]

Respublikada reklam biznesinin inkişafının durumu. Münasibətlərin uzun müddətə xitam verilməsi prosesinin hər iki tərəf üçün təsiri var və gələcəkdə əməkdaşlığın bərpa olunmasının mümkünlüyünün müəyyənləşdirilməsində vacib amildir. 2019-cu il üçün göstəricilərin təhlili, mövcud vəziyyəti, proqnozları və vəzifələri Azərbaycanın audiovizual sənayesində 120-dən çox müəssisə var və fəaliyyət sahələrinə görə bölgüsü aşağıdakı kimidir: Televiziya - 25 televiziya kanalı. Radio - 16 radio kanalı. Reklam sektoru - 15 fəal reklam agentliyi Müstəqil audiovizual istehsalçılar - 14 televiziya istehsal qrupu, habelə İnternet istifadəçiləri üçün radio yayımları və video məzmun istehsalçıları. Ödənişli TV xidmətlərinin göstərilməsi - 49 lisenziyalı operator. Televiziya:Azərbaycanda 25 yerli televiziya kanalı var:

- Ümummilliy yerüstü, peyk və kabel yayımını təmin edən televiziya kanalları - 12 televiziya kanalı.

Ödənişli TV operatorlarının şəbəkələrində tam və ya qismən iştirakı ilə peyk yayımını həyata keçirən televiziya kanalları - 3 televiziya kanalı.

- Ödənişli TV operatorlarının şəbəkələrində qismən və ya tam iştirakı ilə peyk yayımını həyata keçirən regional televiziya kanalları - 2 televiziya kanalı.

- Ödənişli TV operatorlarının şəbəkələrində qismən iştirak edən regional yerüstü televiziya kanalları - 8 televiziya kanalı.

Yayım üsulundan asılı olmayaraq, 8 televiziya kanalı tematik (janr) formatda yayımlanır. Radio; ölkə ərazisində 15 radio kanalı yayımlanır.

Ödənişli TV xidmətləri:Azərbaycanda ödənişli televiziya xidməti göstərən 49 lisenziyalı şirkət var. 2020-ci ilin aprel ayına qədər Azərbaycanın audiovizual sənayesində 7500-dən çox işçi çalışır. Təxminən 4800 nəfər televiziya, 2000-dən çox insan ödənişli televiziya operatorlarında, təxminən 400 nəfər isə radio sahəsində işləyir.

Bölgələrdə demək olar ki, 600 televiziya və radio əməkdaşı yaşayır və işləyir. Əvvəlki illərdə olduğu kimi, dövlət və özəl sektor, regional televiziya kanalları da daxil olmaqla, əsasən təhsil və məlumat tipli televiziya kanallarına əhəmiyyətli dəstəyi davam etdirir. Dörd televiziya kanalının gəliri müstəsna olaraq reklam reklamlarının

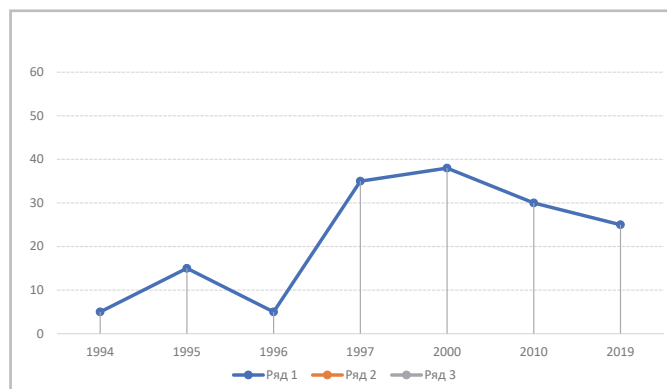
satışından, digər iki kanalın gəliri qismən kommersiya reklamlarının satışından əldə edilir. 2019-cu ildə televiziya kanalları və radiostansiyalar üçün maliyyənin ümumi həcmi 76 milyon manat təşkil edib ki, bunun da 20 milyon manatı kommersiya strukturlarının dotasiyalarının payına düşüb

Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq audit şirkətlərinin tövsiyələrinə görə, əhalisi Azərbaycanla müqayisə edilə bilən ölkələrdə yüksək keyfiyyətli telemetriya üçün optimal say 800-1000 ailədən ibarət paneldir. Lakin mövcud ev təsərrüfatlarının sayı uzunmüddətli müşahidə zamanı televiziya baxışının ümumi qiymətləndirilməsinə imkan verir. 2019-cu il üçün səhər saat 7-dən gecə yarısına qədər olan zaman aralığında 3 saat 46 dəqiqə idi ki, bu da dünya tamaşaçı nisbətləri ilə müqayisə edilə bilər. Eyni zamanda, 2 saat 14 dəqiqəlik televiziya baxışı 2019-cu ildə ölçülən yerli televiziya kanallarının (ATV, Xəzər, ARB, Space, İTV, Real, Lider), xarici televiziya kanallarına və yerli televiziya kanallarına baxmaq üçün 1 saat 32 dəqiqə, göstəricilərin ümumi izlənməsinə düşdü.

Azərbaycanda ödənişli TV istehlakçıları təqribən 300.000 ailə və ya ölkə əhalisinin yüzdə 12-sidir. Ümumiyyətlə, ölkə əhalisinin təxminən 80% -i televiziya siqnallarını peyk antenaları ilə, əhalinin 8-10% -i isə yerüstü yayım üçün ev antenaları vasitəsilə qəbul edir. Azərbaycan reklam bazarının özünəməxsusluğu onun dinamikası ilə bağlıdır. Bu bazarın sərhədləri fasiləsiz olaraq yeni müştərilər, müəssisələr, təşkilatların ortaya çıxması ilə genişlənir. Reklam agentlikləri, firma büroları onlar tərəfindən göstərilən xidmətlərin keyfiyyətli olması ilə artır. Praktiki olaraq, bütün mütəxəssislərin qiymətləndirilməsinə görə reklam bazarı anlayışı Azərbaycanda 1992-ci ildə meydana gəlib. 1997-ci ilə qədər Azərbaycanda reklam dağınıq, pərakəndə formada olub.[Aşurov A.S. (2008)]

Azərbaycan reklam bazarının özünəməxsusluğu onun dinamikası ilə bağlıdır. Bu bazarın sərhədləri fasiləsiz olaraq yeni müştərilər, müəssisələr, təşkilatların ortaya çıxması ilə genişlənir. Reklam agentlikləri, firma büroları onlar tərəfindən göstərilən xidmətlərin keyfiyyətli olması ilə artır. [Andersen, Ott, 2016] Praktiki olaraq, bütün mütəxəssislərin qiymətləndirilməsinə görə reklam bazarı anlayışı Azərbaycanda 1992-ci ildə meydana gəlib.

Qrafik 2.1. Azərbaycan reklam bazarı göstəriciləri



Mənbə: Araşdırmaların nəticəsi olaraq tədqiqatçı tərəfindən tərtib olunmuşdur

İndi bu göstəricilərdən təsirlənən Azərbaycan reklam bazarını təhlil edək. Radio reklam bazarındakı dəyişiklikləri 2014-cü illə müqayisə edək.

Cədvəl 1.

Sıra sayı	İllər	2014	2019	Azalma
1.	Radio Antenn FM	1.157904	203840	2019-cu il 2014-ci ilə nisbətən
2.	Radio 90 FM	1.044947	295382	72%
3.	Radio Media FM	1463701	421800	71%
4.	Radio Lider	97557	75507	-23%
5.	Radio 106.3 FM	6147027	4849683	-21%
6.	Radio Burc	4473869	3592035	-20%
7.	Radio 106 FM	3093280	2610304	-16%
8.	Radio 104 FM	333924	310176	-7%
9.	Radio 102 FM	2911790	3474193	+19%
10.	Radio 103 FM	1557753	1909859	+23%
11.	Radio Araz FM	1733454	1275412	+80%
Cəmi:		24722689	2169127	-14%

Mənbə: hunaltay.com məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Ekspertlərin fikrinə görə son ildə internet üzrə təxmini 16%-lik artım olduğu deyilir. Ola bilsin ki, 2021-ci ildə bu göstərici daha yüksək olsun. Rusiya və bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycan internet reklam bazarında da digər mediya vasitələrindən internet daha yaxşı nəticə göstərib. İndi ADRA-nın məlumatlarına əsasən bəzi məsələlərə aydınlıq gətirək.

İndi isə reklam büdcəsində ayrı-ayrı seqmentlərin payını təhlil edək.

Cədvəl 2.

Müxtəlif dövrlərdə reklam büdcəsi (ayrı-ayrı seqmentlər üzrə)

Seqmentlər	1995	2000	2005	2010	2015	2019
Televiziya	31	36	46	48	50	42
Radio	4	5	6	5	5	5
KİV (Cap)	65	41	27	25	25	23
Küçə reklamı	10	18	20	18	17	15
İnternet	-	-	1,0	3	2	14
Digər	-	-	-	1	1	1
Cəmi:	100	100	100	100	100	100

Mənbə: ADRA-nın məlumatlarına əsasən tərtib edilmişdir.

Reklam agentliklərinin təhlili və əsas problemlər

Reklam bazarının subyektlərinin daha təfərrüatlı təhlili göstərir ki, bu sahənin inkişaf templəri son illərdə Azərbaycanda müşahidə olunan ümumi sosial-iqtisadi inkişaf templərinə uyğun gəlmir. Sənayenin inkişafını dayandıran ən böyük amillərdən biri də işi Milli Televiziya və Radio Şurasının (MTRSŞ) 2020-ci il üçün əsas vəzifələrindən biri olan köhnəlmiş bir hüquqi bazadır. Televiziya reytinglərinin keyfiyyətə ölçülməməsi və radiostansiyaların populyarlığını ölçmə mexanizmlərinin tam olmaması da sahənin inkişafına mənfi təsir göstərir.

2019-cu ildə qeydə alınan ölkənin reklam bazarının həcmi, Azərbaycanda istehlak səviyyəsi ilə nisbətən azdır və müqayisə olunan istehlak bazarları olan ölkələrə nisbətən xeyli aşağıdır. Bundan əlavə, Covid-19 pandemiyası nəticəsində əhalinin iqtisadi fəaliyyətindəki azalma, karantin tədbirlərinin müddətindən asılı olaraq 2020-ci ildə televiziya və radio reklam bazarında% 15-dən 30%-ə qədər azalma proqnozlaşdırmağa əsas verir.

Televiziya reytinglərinin keyfiyyətə ölçülməməsi və radiostansiyaların populyarlığını ölçmə mexanizmlərinin tam olmaması da sahənin inkişafına mənfi təsir göstərir. 2019-cu ildə qeydə alınan ölkənin reklam bazarının həcmi, Azərbaycanda istehlak səviyyəsi ilə nisbətən azdır və müqayisə olunan istehlak bazarları olan ölkələrə nisbətən xeyli aşağıdır. Bundan əlavə, Covid-19 pandemiyası nəticəsində əhalinin iqtisadi fəaliyyətindəki azalma, karantin tədbirlərinin müddətindən asılı olaraq 2020-ci ildə televiziya

və radio reklam bazarında% 15-dən 30% -ə qədər azalma proqnozlaşdırmağa əsas verir.

Sənayenin ən az inkişaf etmiş seqmenti, müstəqil istehsal qrupları (serialar xaricində) tərəfindən televiziya məzmunu istehsalıdır. Sektorun inkişaf etməməsinin əsas səbəblərindən biri, istehsal qrupları tərəfindən illərdə inkişaf etmiş efir vaxtı almaq mənfi təcrübəsidir. 2019-2020-ci illərdə sənayedə müşahidə olunan müsbət tendensiya həm işçilərlə şirkətlər arasındakı əmək münasibətlərinin, həm də 2018-2020-ci illərdə həyata keçirilən iqtisadi islahatların nəticəsi olan əldə olunan ticarət gəlirlərinin leqallaşdırılmasıdır.

Cədvəl 3.

“ADRA” reklam reklam agentliyinin SWOT təhlili

Güclü tərəflər	Bal	Zəif tərəflər	Bal	Təhlükələr	Bal	İmkanlar	Bal
1. 14 ildən çox iş təcrübəsi	1	Aşağı və orta hələdə kadr axını	1	Pandemiya	1	Son 3 ildə əhəlinin alıcılıq qabiliyyəti	1
2. Yüksək xidmət səviyyəsi	1	Təbliğatın zəif olması	1	Qanunçuluqda dəyişikliklər	1	Həyat səviyyəsinin yüksəlməsi	1
3. Malgöndərənlərlə iş və yüksək əməkdaşlıq	1	Firmadaxili kommunikasiyalarda çatışmazlıqlar	1	Gömrük proseduralarında dəyişiklik	1	Məşhur markalı firmalarla iş	1
4. Əlverişli kredit şərtləri	1	Zəif əks əlaqə	1	Rəqib şirkətlərin çoxalması	1	Pandemiya şəraitində elektronikaya olan tələbin artması	1
	1	Reklam siyasətinə, satışın stimullaşma tədbirlərinə şübhə	1	Bazara yeni çıxan şirkətlərə zəif baryerlərin qoyulması	1		
		Firmanın adının yalan, fırıldaq və korrupsiya ilə əlaqələndirilməsi	1	İnternetdən istifadə edərək onlayn satışlarda aşağı peşəkarlıq	1		
			6	Müharibə şəraitinin uzanması	1		
				Pandemiyada 3-cü dalğa	1		
					8		4

Yuxarıda göstərilən problemlərin həlli demografik və sosial-iqtisadi baxımdan Azərbaycanla müqayisə oluna bilən ölkələrdə sektorun inkişafı sahəsində uğurlu təcrübənin öyrənilməsinə əsaslanan operativ, hərtərəfli və peşəkar yanaşma tələb edir. Eyni zamanda, beynəlxalq təcrübənin tətbiqi mütləq yerli xüsusiyyətləri nəzərə almalı, mərhələlərlə və dövlətin köməyi ilə həyata keçirilməlidir.

Milli Televiziya və Radio Şurası Azərbaycanda

audiovizual sənayenin davamlı inkişafına nail olmaq üçün yuxarıda göstərilən problemlərin həlli üçün intensiv iş aparılmalıdır. ADRA-reklam agentliyi dövlət agentliyi olduğuna görə “Ideart” reklam agentliyinin reklam biznes fəaliyyətini də təhlil etmişik.

“Ideart” reklam agentlik geniş çeşidli reklam xidmətləri təklif edir. 2018-ci ildə Azərbaycanın reklam bazarına girərək qısa müddət ərzində müxtəlif şirkətlər və dövlət qurumları ilə əməkdaşlıq qurdu və böyük uğurlar qazandı. İdeart reklam agentliyi sizə həm ənənəvi xidmətlər (xarici daxili reklam, çap məhsulları, reklam materialları, media, PR və s.) Vəhəmdərəqəmsalmarketing (SMM, SEO, Google Adords)xidmətləritəklif edir.

Nəticə

ADRA reklam agentliyinin təhlili bütün Respublikada reklam agentliklərinin fəaliyyətini əks etdirir. Bu istiqamətdə dövlət tədbirlərinin görülməsi vacibdir. Azərbaycan reklam bazarı onun özünəməxsus xüsusiyyətləri, dinamikası ilə seçilir. Bu bazarın sərhədləri fasiləsiz olaraq genişlənir, yəni yeni-yeni müştərilər, bazarlar, müəssisələr təşkilatlar ortaya çıxır. Reklam firma, büro, agentliklərin sayının artması ilə bərabər onların təqdim etdikləri xidmətlərin sayı da artır. Rəqabət güclənir. Bu situasiyada agentlik daha keyfiyyətli işləyən reklam yaradaraq daha intensiv inkişaf yoluna keçərək rəqabəti gücləndirirlər. 0-dan bazara çıxaraq orda əhəmiyyətli bir oyunçuya çevrilmək mümkün deyil. Burada investisiya, yaxşı seçilmiş mütəxəssislərdən yaranan komanda və stabil müştərilər lazımdır. Onlar bu agentliyin yaxşı, xeyirxah, adı olmadan reklam verən müştərilər üçün brend olmadan mümkün deyil. ADRA reklam agentliyi bundan kənar qalmır.

Açar sözlər: Reklam, ADRA, biznes, SWOT təhlil

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Reklam haqqında Qanunu, 1997, Bakı.
2. Axundbəyli P.X., (2016). “Reklam işinin təşkili”, “İqtisad Universiteti”, 419 səh.
3. Борисов Б.Л., 2001. Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие / Б.Л. Борисов.- М.: ФАИП-ИРЕСС, – 624 стр.
4. Бьёрн Андерсен. (2007) «Бизнес-процессы.

Инструменты совершенствования». РИИ «Стандарты» – 272 стр.

4. Васильев Г. А. (2010) *Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов.* - М.:

Вузовский учебник: ИНФРА-М – 272 стр.

5. Веселов С.В. (2012) «Маркетинг в рекламе. Рекламный рынок и его изучение». Часть 1: Учебник для вузов. – М.: Международный институт рекламы – 316 стр.

6. Котлер Ф. (2006) *Основы маркетинга: Пер. с англ. / Ф. Котлер.* - М.: «Ростинтэр» – 704 стр.

7. Пескишева А. М. ,2015, «Разработка информационной системы для рекламной компании» // Молодой учёный, № 13(93) – стр.25-26

8. Старобинский Э.Е. (2011) «Самоучитель по рекламе». – М.: ЗАО «Бизнес-школа», «Интел-Спутез» – 320 сәһ.

9. Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2012) «Marketing. Menegment». – 14th ed., Prentice Hall – 620 p.

10. Victor O. Schwab. (2010) «How to Write a Good Advertisement: A Short Course in Copywriting» – 227 P.

11. Andersen, Otto (2011) «On the internationalization process of firms: a critical analysis » <https://pdfs.semanticscholar.org/dafc>

12. <https://www.stat.gov.az/source/catering/2019>

13. <http://gcr.weforum.org/>

14. <https://blog.click.ru/standartizaciya-process-ov-v-reklamnom-agentstve/>

15. www.adage.com

16. <https://www.sostav.ru/publication/mirovoj-rynok-reklamy-dostignet-1trln20117.html>

17. www.eMarketer.com

18. <http://helpiks.org/6-24441.html>

SUMMARY

The article summarizes the objective need for the formation of the advertising market, the essence and content of the advertising market and the category of advertising and the advertising market, and systematizes the formation of advertising as a mechanism to ensure the consistency of the entire economic system. The advertising business activity of a private advertising agency was analyzed, the main problems were identified and suggestions and recommendations were given to overcome these problems. The

article considers the impact of advertising and the advertising market on the functioning of the commodity market, studies the formation of the advertising market in Azerbaijan. The reasons for the low level of service of advertising agencies and ways out are given.

Keywords: Advertising, ADRA, business, SWOT analysis

РЕЗЮМЕ

В статье обобщены объективная необходимость формирования рекламного рынка, сущность и содержание рекламного рынка и категории рекламы и рекламного рынка, систематизированы закономерности формирования рекламы как механизма обеспечения согласованности всей экономической деятельности. Проведен анализ рекламной деятельности частного рекламного агентства, выявлены основные проблемы и даны предложения и рекомендации по их устранению, указаны причины низкого уровня обслуживания рекламных агентств и пути их решения.

Ключевые слова: реклама, ADRA, бизнес, SWOT-анализ.

AZƏRBAYCANDA SOSIAL XƏRCLƏR

NİHAT KƏRİMLİ

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
magistr*

E-mail: karimli.nihat@gmail.com

Giriş

Ümummillə Lider Heydər Əliyevin rəhbərliyi ilə Azərbaycan Respublikasının müstəqillik əldə etdikdən sonra bağlanan sosial-iqtisadi inkişaf strategiyası Prezident İlham Əliyev tərəfindən uğurla davam etdirilir. Son illərdə Azərbaycanda sosial-iqtisadi inkişaf xeyli sürətləndi, əhalinin yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılması üçün əhəmiyyətli tədbirlər həyata keçirildi.

Qeyd etmək lazımdır ki, son illərdə makroiqtisadi göstəricilər və büdcə artımı ölkəni möhkəmləndirdi, davamlı inkişafı təmin etdi və sosial yönümlü inkişaf strategiyası həyata keçirildi. Prezident İlham Əliyevin həyata keçirdiyi çoxşaxəli islahatların gedişi ölkə iqtisadiyyatında böyük uğurların əsasını qoyan hər bir vətəndaşın həyatında əhəmiyyətli irəliləyişlərə səbəb oldu.

Makroiqtisadi sabitliyin təmin edilməsi, qeyri-neft sektorunun inkişafının sürətləndirilməsi, bölgələrin tarazlı inkişafı, əlverişli biznes və investisiya mühitinin yaradılması, habelə dövlət sosial siyasətinin uğurla həyata keçirilməsi və əhalinin rifah halının yaxşılaşdırılması istiqamətində mühüm irəliləyişlər Azərbaycanda iqtisadi siyasətin prioritetləri üçün maddi zəmin yaratdı.

Azərbaycanda insanların sosial ehtiyaclarının ödənilməsi sosial siyasətin vacib istiqaməti kimi dövlətin əsas funksiyalarından biri hesab olunur.

Əhalinin mədəni və sosial ehtiyaclarının maliyyə təminatı əsasən dövlət büdcəsi hesabına həyata keçirilir. Ölkədəki işləyən əhalinin təqribən 20-24 faizi sosial sahədə və sosial infrastrukturda işləyir. Digər tərəfdən, əhalinin sosial ehtiyacları ildən-ilə artır. Həm sosial infrastrukturun inkişafı, həm də əhalinin artan sosial müdafiəsi ehtiyacları sosial sahələrin maliyyələşdirilməsi üçün dövlət büdcəsi xərclərinin artmasına səbəb olur. Təkcə onu demək kifayətdir ki, 2020-ci il dövlət büdcəsinin 40 faizi

sosialyönümlüdür və burada təhsilə, elmə və səhiyyəyə ayrılan vəsaitlərdə ciddi artım var. Büdcə xərclərinin böyük hissəsi səhiyyə xərclərinə ayrılıb. Səhiyyə xərcləri 2019-cu ilə nisbətən 31 faiz artaraq 1 milyard 400 milyon manat təşkil edir. Gələcək ildən icbari tibbi sığortanın tətbiqinə başlanacaq ki, bu da əhalinin tibbi xidmətlərə əlçatanlığının daha da yaxşılaşacağını söyləməyə əsas verir.

Sosial siyasətin mərkəzi subyekti dövlətdir. Dövlətin ayrılmaz bir atributu (rəmzi) qanun yolu ilə insanların həyatına, cəmiyyətdəki davranışlarına müəyyən təsir göstərmək imkanı və qabiliyyəti verən fəaliyyətidir. [3].

Böyük sosial qrupların və siniflərin mənafelərinə toxunan və dövlət hakimiyyətinin istifadəsi ilə əlaqəli hər hansı bir sosial problem siyasi xarakter daşıyır və ola bilər. Siyasətin vacib cəhətlərindən biri onun sosial qrupların və bütövlükdə cəmiyyətin maraqlarının və iradəsinin ümumiləşdirilməsi, inteqrasiyası kimi çıxış etməsidir.

Sosial siyasət dövlətin daxili siyasətinin əsas hissəsidir. Sosial siyasət dövlətin sosial proqramlarında ifadə olunur və praktikada həyata keçirilir, cəmiyyətdəki münasibətləri əhalinin əsas sosial qruplarının maraqları vasitəsi ilə tənzimləyir. Məlumdur ki, maddi cəhətdən davamlı olmayan və iqtisadi cəhətdən qorunmayan hər hansı bir sosial proqram yalnız bir bəyannamədir. Bu mənada, məzmun və hədəflər baxımından sosial siyasət iqtisadiyyata görə ikinci yerdədir. Lakin maddi və mənəvi mədəniyyətin inkişafına təsiri və əhəmiyyəti, ictimai inkişaf kursu ikinci dərəcəli hesab edilə bilməz.

Sosial sahədə cəmiyyətin iqtisadi fəaliyyətinin nəticələri özünü göstərir və qiymətləndirilir, səmərəliliyi, insanların maraq və ehtiyaclarını ödəmək bacarığı yoxlanılır.

Sosial sahədə dövlət siyasətinin humanizm

dərəcəsi əks olunur. Nə qədər güclü olsa da, ictimai inkişaf istiqamətinin humanist əsası və humanist mənası daha açıqdır.

Nəhayət, sosial siyasət olmadan insan fəaliyyətini bərpa etmək və ictimai inkişafın və iqtisadi nailiyyətlərin istehsal gücünün əsas və mərkəzi elementi olan yaradıcılığı aktivləşdirmək mümkün deyil. [2].

Azərbaycan Respublikasında dövlətin sosial siyasəti sosial müdafiə, təhsil, əhalinin sağlamlığının qorunması, gənclər siyasəti və əhalinin digər sosial-mədəni ehtiyaclarının ödənilməsi sahəsindəki fəaliyyətləri əhatə edir. Dövrümüzdə dövlətin mühüm bir vəzifəsi əhalinin sosial ehtiyaclarını ödəmək, təhsili, səhiyyəni inkişaf etdirmək, vətəndaşların sosial müdafiəsini və sosial müdafiəsini gücləndirmək və cəmiyyətin mədəni ehtiyaclarını daha dolğun təmin etməkdir.

Əhalinin sosial-mədəni ehtiyaclarının ödənilməsi dövlətin sosial siyasətinin əsas istiqamətidir və onun maliyyə dəstəyi əsasən dövlət büdcəsi hesabına həyata keçirilir. 2014-cü ilin əvvəlindən etibarən Azərbaycanın əmək qabiliyyətli əhalisinin təxminən 20-24 faizi sosial infrastruktur sahəsində çalışan dövlət sosial siyasətinin həyata keçirilməsində birbaşa iştirak edir.

Əhalinin sosial-mədəni ehtiyaclarının ildən-ilə artdığını qeyd etmək lazımdır ki, bu da həm sosial sahənin, həm də ölkədə sosial infrastrukturun inkişafı, sosial müdafiənin gücləndirilməsi üçün maliyyənin artırılmasını zəruri edir. Ölkədə təhsil, səhiyyə, mədəniyyət, elm, əhalinin sosial müdafiəsi və sosial müdafiəsinin inkişafı, digər sosial-mədəni tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün ayrılan büdcə vəsaitlərinin həcmi ildən-ilə artır. [7].

Azərbaycan Respublikasında dövlət sosial siyasəti çərçivəsində təhsil, səhiyyə və sağlamlığın qorunması, sosial və mədəni tədbirlər, sənət, idman, gənclər siyasəti, sosial təminat, sosial müdafiə və digər tədbirlər dövlət və icra hakimiyyətlərinin sosial fəaliyyət sahəsini təşkil edir. Sosial siyasət sahəsindəki mərkəzi və yerli hakimiyyət orqanlarının fəaliyyəti Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə tənzimlənir və istiqamətləndirilir. Dövlətin sosial siyasəti bütün dövlət orqanlarının və dövlət idarəçiliyinin ictimaiyyətlə əlaqələr sahəsindəki fəaliyyətinin əsasını təşkil edir.

Azərbaycandakı iqtisadi siyasətin sosial mahiyyəti ölkəmizin müstəqillik qazandıqdan

bəri demokratik inkişaf yoluna qədəm qoyması deməkdir. Beləliklə, Prezident İlham Əliyevin 7 dekabr 2015-ci il tarixdə imzaladığı “Azərbaycan Respublikasının 2016-cı il dövlət büdcəsi haqqında” Qanunun tətbiqi barədə fərmanında qeyd olunduğu kimi, 2016-cı il dövlət büdcəsi eyni sosial xarakter daşıyır. Son illərin büdcələri siyasətin həyata keçirilməsinə, başqa sözlə dövlətin sosial funksiyasına xidmət edir.

Dövlətin sosial siyasəti və sosial fəaliyyətinin əsas istiqamətləri və komponentləri olan təhsil, elm, səhiyyə, sosial müdafiə, sosial təminat, sosial və mədəni tədbirlər, mədəniyyət və incəsənət, idman, gənclər siyasəti və s. Bu sahələrdə, o cümlədən qeyri-istehsal sferasında maddi istehsal olmasa da, maddi istehsalın inkişafına aktiv təsir göstərir. Buna görə dövlət sosial-mədəni sahənin və sosial infrastrukturun daim inkişafına böyük əhəmiyyət verir.

Azərbaycan Respublikasında mövcud vəziyyətdə dövlət tərəfindən həyata keçirilən sosial siyasət hər il dövlət büdcəsindən təhsil, elm, səhiyyə, mədəniyyət, digər sosial-mədəni fəaliyyətlərin inkişafı və əhalinin sosial müdafiəsinin gücləndirilməsi üçün böyük vəsait ayırır.

Azərbaycanın büdcə sistemində aparıcı və istiqamətləndirici rol oynayan dövlət büdcəsi, ölkənin yaxın və uzaq gələcəyinə yönəlmiş elmi əsaslı inkişaf strategiyasına əsaslanır. [8].

Dövlətin sosial siyasəti cəmiyyətin sosial-iqtisadi şərtlərinin tənzimlənməsinə yönəlmiş tədbirlər kompleksindən ibarətdir. Gəlir bərabərsizliyini azaltmaq, bazar iqtisadiyyatı şəraitində cəmiyyət üzvləri arasında gəlir və əmlak fərqlərini azaltmaq, iqtisadi aktorlar arasındakı ziddiyyətləri azaltmaq və cəmiyyətdəki sosial qarşıdurmaları aradan qaldırmaq məqsədi daşıyır. Bazar iqtisadiyyatı sistemində sosial prinsiplər mülkiyyət sahəsində mövcud bərabərsizliyin aradan qaldırılmasını təmin edən və əhalinin bütün təbəqələri üçün eyni başlanğıc şərtlərini təmin edən sosial siyasət yolu ilə həyata keçirilir.

Dövlətin sosial siyasəti ilə cəmiyyətin iqtisadi inkişafı arasında bir əlaqə var. Birincisi, iqtisadi inkişafın hədəfləri birbaşa və ya dolaylı yolla sosial siyasətdə cəmlənmişdir. İqtisadi fəaliyyətin cəmiyyətin bütün üzvləri üçün əlverişli yaşayış şəraiti yaratmaq məqsədi ilə həyata keçirildiyi aydındır. İkincisi, sosial siyasət sahəsində bir çox məsələlərin həyata keçirilməsi dövlətin onları

həyata keçirmək üçün istifadə edilə biləcəyi iqtisadi mənbələrdən asılıdır. Üçüncüsü, sosial siyasət iqtisadi artımda vacib bir amil kimi qəbul edilə bilər. İqtisadi inkişaf insanların həyat səviyyəsinə təsir göstərmirsə, insanların istehsal fəaliyyətinə marağı, işçi qüvvəsinin keyfiyyəti azalır və cəmiyyətdə sosial gərginlik artır.

Sosial siyasətin mahiyyəti və məzmunu dövlətin sosial proseslərin idarə olunmasına müdaxilə səviyyəsindən də asılıdır. Bu baxımdan inkişaf etmiş ölkələrdə mövcud olan dövlət sosial siyasətinin bütün növləri iki qrupa bölünə bilər. Birinci qrup, şərti olaraq qalıq prinsiplərinə əsaslanan sosial siyasətin tam həyata keçirə bilmədiyi funksiyaları yerinə yetirir. Bu, miqyası və əhatə dairəsi baxımından məhdud, əsasən passiv və kompensasiyaedici (bərpaedici) bir sosial siyasətdir. Belə bir sosial siyasətin nəzəri əsasları liberal bazar iqtisadiyyatı modelinin ideyaları əsasında formalaşır. Bunun tipik bir nümunəsi Amerika bazar modelidir. [5].

İkinci qrupa institusional sosial siyasət deyilir. Burada dövlətin sosial siyasəti əhaliyə sosial xidmətlər göstərilməsində mühüm rol oynayır və xüsusi qurumlar sistemindən daha təsirli bir vasitə kimi çıxış edir. Bu yenidən bölüşdürmə siyasətidir. Konseptual olaraq, sosial demokrat ideologiyası belə bir siyasətin formalaşmasına böyük təsir göstərir. Bunun tipik bir nümunəsi İsveç sosial dövlət modelidir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Azərbaycan Respublikasının büdcə sistemi, maliyyə sisteminin vacib bir hissəsi kimi, müvafiq orqanların funksiyalarının həyata keçirilməsinin əsas maliyyə təminatını təşkil edir. Büdcə sistemində daxil olan istənilən büdcə üzükləri qartopu şəklində bir əlaqə şəklində işləyir və istənilən büdcənin cəmi ölkənin büdcə sistemini təşkil edir. Azərbaycan Respublikasının büdcə sistemi bir sıra vacib prinsiplərə əsaslanır və ölkəmizdə büdcə sisteminin vahid təsnifatı mövcuddur və istənilən büdcə xərcləri və gəlirləri bu təsnifata uyğun olaraq həyata keçirilir.

Bu siyasətin son məhsulu olan dövlət büdcəsi, gəlirləri və xərcləri hamısı sosial-iqtisadi maraqları da əhatə edən müxtəlif təbəqələr arasındakı tarazlığı əks etdirir. İqtisadi inkişafın təmiz səviyyəsindən və mövcud imkanlarından asılı olmayaraq hər bir ölkədə büdcə xərclərinin səmərəli idarə olunması

hər an ən vacib problemlərdən biridir. Məlum olduğu kimi, iqtisadiyyatın dövlət tərəfindən birbaşa tənzimlənməsi büdcə və vergi siyasəti alətləri vasitəsi ilə həyata keçirilir. Bu, ilk növbədə, ölkənin sosial həyatının maliyyələşdirilməsi və müxtəlif sahələrin inkişafı və inkişafı üçün dövlət tərəfindən ayrılan vəsaitlərin real ehtiyacları ödəməməsi ilə bağlıdır.

Dövlət büdcəsinin qalıqları ilə xərcləri arasında bir tarazlığın təmin edilməsi cəhdləri hazırda ən vacib problemlərdən biridir. Son illərdə büdcə açığı azaltmaq üçün iqtisadi tədbirlər görülür. Buna görə xərclərin idarə edilməsi, dövlət büdcəsi də daxil olmaqla bütövlükdə dövlətin vəzifələrinə uyğun olaraq həyata keçirilməlidir.

2015-ci ilin büdcəsi haqqında qanuna baxsaq, Azərbaycan Respublikasının 2015-ci il büdcəsinin kəsirlə icra olunduğunu görə bilərik ki, bu da respublikanın son illərin büdcəsində ən böyük kəsirdir. Hesab edirəm ki, keçən il büdcə kəsirinin artmasına yalnız daxili amillər deyil, həm də xarici amillər, xüsusən də global maliyyə böhranı səbəb oldu. Bu cür xoşagəlməz halları aradan qaldırmaq və ya ümumiyyətlə baş verməməsi üçün ölkədə iqtisadi sabitliyi qorumaq, iqtisadiyyatın geridə qalmış sahələrini dirçəltmək, dövlətin qarşısında duran vəzifələrin öhdəsindən uğurla gəlmək və digər vacib iqtisadi məsələləri həll etmək üçün dövlət büdcəsinin gəlirləri və xərclər arasında bir tarazlığın qorunması və idarə edilməsinin yaxşılaşdırılması vacibdir. Dövlət büdcəsinin gəlirləri ilə xərcləri arasındakı balansı diqqət mərkəzində saxlamaq və bu sahədə inkişaf etmiş xarici ölkələrin təcrübəsindən geniş istifadə etmək məqsədəuyğun olardı. [6].

Dövlət maliyyə nəzarəti, maliyyə siyasətinin həyata keçirilməsini təmin etməklə dövlət maliyyə mənbələrinin idarə edilməsinin məqsədəuyğunluğundan kənar çatışmazlıqların vaxtında aşkarlanmasına və aradan qaldırılmasına yönəlib. Bu nəzarət forması büdcələrin, büdcədən kənar fondların hazırlanması, bağlanması, icrası, müəssisə, idarə və təşkilatların, bankların və digər qurumların fəaliyyətinə istənilən səviyyədə maliyyə nəzarəti həyata keçirir.

Dövlət maliyyə nəzarəti vasitəsi ilə planlaşdırılan vəsaitlərin dövlət fondlarına vaxtında daxil olması və bu vəsaitlərin məqsədyönlü istifadəsinə nəzarət həyata keçirilir.

Maliyyə nəzarəti həyata keçirən dövlət qurumları bunlardır: Azərbaycan Respublikası Hesablama Palatası, Prezident İcra Aparatının Dövlət Nəzarəti Şöbəsi, Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi, Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi, Dövlət Gömrük Komitəsi, Azərbaycan Mərkəzi Bankı və s.

Maliyyə nəzarəti altında fəaliyyət göstərən Maliyyə Nazirliyinin çox vacib rolu var. Beləliklə, bu qurum maliyyə siyasətini inkişaf etdirir, eyni zamanda icra müddətini izləyir. Maliyyə Nazirliyinin hər hansı bir struktur bölməsi dövlət büdcəsinin hazırlanması prosesinə, büdcə vəsaitlərinin qəbulu və maliyyələşdirilməsinə, büdcədən kənar fondların hərəkətinə, valyuta əməliyyatlarından və dövlət investisiyalarından maliyyələşmə üçün bu və ya digər şəkildə nəzarət edir. Nazirlik büdcə vəsaitlərinin təyinatı üzrə istifadə edilməməsi, dövlət büdcəsindən maliyyələşmə ilə məhdudlaşdırma biləcəyi və cərimə tətbiq olunmaqla geri götürülə biləcəyi qanunsuz xərcləri aşkar etdi.

Respublikada “Maliyyə nəzarəti haqqında” Qanunun qəbulu, maliyyə nəzarəti nəticələrini, hüdudsuz və bərabərsizliyi, obyektivliyi və sabitliyi, müstəqilliyi və səmərəliliyi, iqtisadi inkişaf və təhlükəsizliyi, maliyyə nəzarətinin hüdudlarını, forma və metodlarını təmin etmək üçün əsas şərtidir. Nəzarət təşkilatlarının rəsmi statusu isə idarəetmə orqanlarının münasibətlərini yaxşılaşdırmaq, maliyyə nəzarəti sahəsində maraqlar toqquşmasının qarşısını almaq, həmçinin nəzarət təşkilatının fəaliyyətinin iqtisadi mexanizmlərini müəyyənləşdirməkdir.

Maliyyə nəzarəti sisteminin effektiv fəaliyyətinə dəki əsas problemlərdən biri də maliyyə və büdcə qanunvericiliyinin pozulmasına qarşı adekvat tədbirlərin çox yumşaq olmasıdır. Hesablama Palatasının Sədri V.Gülməmmədovun maliyyə və büdcə qanunvericiliyinin pozulmasına qarşı inzibati tədbirlərin gücləndirilməsini zəruri hesab etməsi təsadüfi deyil.

Müasir şəraitdə nəzarət-maliyyə mexanizminin təşkilində ən vacib problemlərdən biri müstəqil audit qurumu ilə dövlət maliyyə nəzarəti arasında sıx əlaqənin yaradılması və beynəlxalq təcrübəyə əsaslanan bacarıqların təmin edilməsidir.

Maliyyə nəzarəti sahəsindəki problemlərə və çatışmazlıqlara əlavə olaraq maliyyə nəzarəti orqanları üçün vahid normaların, standartların və nəzarət qaydalarının olmamasını, nəzarət

orqanlarının təlim kadrlarının azlığını və s. göstərmək olar.

Ölkəmizdə maliyyə nəzarəti araşdırması göstərir ki, müasir tələblərə uyğun maliyyə nəzarəti sisteminin təşkili və qurulması vacibdir. Bu məqsədlə, ilk növbədə, müasir maliyyə nəzarəti formasının təşkili və istismarı, idarəetmə sisteminin əlaqələndirilməsi, təsirinin artırılması təmin edilməlidir. [10].

Eyni zamanda, maliyyə nəzarətini bazar iqtisadiyyatı şərtlərinə uyğunlaşdırmaq, maliyyə nəzarəti mərkəzinin dövlət büdcəsi gəlirlərini formalaşdırmaq və maliyyələşdirmə xərclərini inkişaf etdirmək, maliyyə nəzarətini korrupsiya alətinə çevirən əngəllərdən azad edilməsi üçün mövcud maneələri aradan qaldırmaq və sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləmək vacib məsələlərdəndir.

Maliyyə nəzarətinin gələcək inkişafı və onun effektivliyi böyük dərəcədə dövlətin leqallaşdırılması üçün dövrün tələblərinə uyğun olaraq dövlətin inkişafından asılıdır. Maliyyə nəzarətini tənzimləyən tənzimləmə bazası və nəzarət demokratik bir dövlətə xas olan keyfiyyətə yeni bir səviyyəyə çıxması üçün təmin edilməlidir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, respublikada maliyyə nəzarəti sahəsində qanunvericiliyin inkişafı üçün görülən işlər sürətlə davam edir. “Maliyyə nəzarəti haqqında” qanun layihəsi ölkədəki maliyyə nəzarəti orqanlarının fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik aktına ehtiyacı olan Maliyyə Nazirliyinin bazasında hazırlanmışdır və yaxın vaxtlarda Milli Məclisə müzakirəyə çıxarılaçaqdır.

Qanun maliyyə nəzarətinin tətbiqi üçün vahid hüquqi və metodoloji əsasları, habelə dövlət maliyyə nəzarəti orqanlarının vahid sistemini və onların gəlirliyini təmin edir.

Açar sözlər: *Sosial, siyasət, sosial-mədəni, inkişafı, məqsəd, adekvat.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. *Abdullayeva R., Muradov A. (2009), “Sosial Sferanın İqtisadiyyatı”, Bakı, “Elm” 230 səh.*

2. *Azərbaycan Respublikasının sosial iqtisadi göstəriciləri, ADSK, “Səda” Nəşriyyatı, 2015.*

3. *Willem A. (16.12.2005) “Net Social Expenditure, 2005 Edition. More comprehensive measures of social support “. OECD Social, Employment and Migration working papers, 29.*

4. *Altay A. (2019), Kamu Maliyesi. Ankara*

“Seçkin”, 288 səh.

5. Ковалёвой Т.М. (2020), *Общественные финансы (Учебное пособие)*. Москва, 152 стр.

6. Дробозиной Л.А. (2000), “Финансы”. Учебник. Москва, 521 стр.

7. Зубаревич Н.В., Горина Е.А. (2015), *Социальные расходы в России: федеральный и региональные бюджеты*. Москва 63 стр.

РЕЗЮМЕ СОЦИАЛЬНЫЕ РАСХОДЫ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Социальная функция государства отражается в формировании и реализации его социальной политики. Это одна из важных составляющих государственной политики в направлении социально-экономического развития общества во всех странах мира, независимо от уровня развития. Сущность социальной политики определяется созданием условий для формирования экономических стимулов для отдельных социальных групп, а также людей, принадлежащих ко всем социальным группам, для повышения уровня своей жизни и участия в общественной жизни. С точки зрения экономического развития социальная политика играет важную роль в жизни общества. Во-первых, по мере развития экономики, по мере увеличения национального дохода для граждан создаются благоприятные социальные условия, повышается их социальная защищенность, а с другой стороны, по мере улучшения социального положения населения повышается их производительность труда.

Реформы в общественной жизни оказывают большое влияние не только на механизм управления обществом, но и на комплексные интересы отдельных лиц, рабочих групп, классов, наций, различных социальных и профессиональных групп и слоев населения. Среди факторов, влияющих на взаимодействие личности и общества, обеспечивающих защиту интересов, прав и свобод человека, особое место отводится социальной политике государства и всей инфраструктуре социальной защиты с различными группами населения. В диалектической связи социальной политики и социальной защиты есть общие черты и противоречия, осознание и обеспечение

потребностей и интересов людей.

Ключевые слова: социальное, политическое, социокультурное, развитие, цель, адекватность.

SUMMARY

SOCIAL EXPENSES IN AZERBAIJAN

The social function of the state is reflected in the formation and implementation of its social policy. It is one of the important components of the state policy in the direction of socio-economic development of the society in all countries of the world, regardless of the level of development. The essence of social policy is determined by the creation of conditions for the formation of economic incentives for individual social groups, as well as people belonging to all social groups to improve living standards and participate in public life. From the point of view of economic development, social policy plays an important role in the life of society. First, as the economy develops, as national income increases, favorable social conditions are created for citizens, their social protection increases, and on the other hand, as the social situation of the population improves, their labor productivity increases.

Reforms in public life have a great impact not only on the governing mechanism of society but also on the complex interests of individuals, working groups, classes, nations, various social and professional groups and sections of the population. Among the factors influencing the interaction of the individual and society, ensuring the protection of interests, human rights and freedoms, a special place is given to the social policy of the state and the entire social protection infrastructure with various groups of the population. In the dialectical connection between social policy and social security, there are common features and contradictions, the realization and provision of people's needs and interests.

Keywords: Social, political, socio-cultural, development, purpose, adequate.

KAPİTALA AİD EDİLƏN EHTİYATLARIN İQTİSADI MAHİYYƏTİ VƏ ONLARIN İSTEHSAL PROSESİNDƏ ROLU

ƏFSAN ƏLİYEV

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
Beynəlxalq Magistratura və
Doktorantura Mərkəzi,
magistr*

E-mail: efsaneliyev97@gmail.com

Giriş

Kapitala aid edilən ehtiyatların alınan və yenidən satış üçün ayrılan mallar, müəssisə tərəfində istehsal olunan hazır məhsullar, yarımfabrikatlar və eyni zamanda da istehsal zamanı istifadə edilmək üçün anbarlarda saxlanılan material və xammallar aid edilir. İstehsal mərkəzlərində kapitala aid edilən ehtiyatların bura gətirilməsi, istifadə edilməsi, qalıqları, məsrəf normaları barəsində mövcud informasiyalar bu sektorda nəzarət işini doğru şəkildə aparmağa şərait yaradır. Təəssüflər olsun ki, əksər sənaye mərkəzlərində qeyd etdiyimiz informasiyaları operativ formada əldə etmək qeyri-mümkündür. Informasiyaları operativ şəkildə əldə etmək üçün uçotun avtomatlaşdırılması yolundan istifadə olunur. Bu məqsədlə müəssisə daxilində iş üçün məsuliyyət daşıyan xidmət işçilərinin və mühəsiblərin vahid kompüter informasiya sisteminin, avtomatlaşdırılmış iş yerlərinin informasiya blankını tərtib etmək lazımdır. Material vəsaitləri ilə bağlı uçot haqqında informasiyasını bu blanka daxil etmək və onları hər zaman displey vasitəsilə izləmək mümkündür.

Əsas hissə

Müəssisələrin maliyyə- təsərrüfat fəaliyyətinin optimallaşdırılması, əvvəlcə maliyyə resurslarına və kapitala aid edilən ehtiyatların geniş qənaəti təmin etməklə səciyyəlidir. Kapitala aid edilən ehtiyatlara qənaət edilməsi istehsalın mütəmadi olaraq artan tələbatını qarşılamağın əsas həlledici mənbəyidir. Kapitala aid edilən ehtiyatlara qənaət etmək, material tutumu çox olan istehsal müəssisələri üçün daha vacibdir.

“İstehsal vasitələrindən maddi resurslar istənilən cəmiyyətin hərəkətverici qüvvələrindən əlverişli

istifadə edilməsinə təsir edən faktorlardan biri olmaqla, həmin cəmiyyətin hərbi və iqtisadi strateji təhlükəsizliyinin bir hissəsidir”[1]. İstehsal və əmtəə resursu eyni bir məqsədə xidmət göstərdikləindən, üzvi olaraq bir-birindən asılıdır və bir-birilə əlaqədərdir.

Maddi-texniki təchizatın əlverişli şəkildə təşkil olunması müəssisələrdə və o cümlədən, müxtəlif iqtisadi bölgələrdə istehsal vasitələri kapitala aid edilən ehtiyatların inin səviyyəsi və strukturundan, istehsal və əmtəə resurslarının optimal şəkildə nisbətindən asılıdır.

Maddi resurs növlərinin optimallığı dedikdə o başa düşülür ki, resursların mühüm səviyyəsi olduqca konkret şəkildə təyin olunsun. Bu həm istehsal fəaliyyətinin fasiləsizliyinə səbəb olur, həm də istehsal və tədavül sektorlarındakı maddi resursların elmi olaraq əsaslandırılmış nisbətini təyin edir.

Maddi resursların müxtəlif növləri (əmtəə və istehsal) səfərbər edilmə dərəcəsi nöqtəy-nəzərindən bir-birindən fərqlənir. Əmtəə resursları istehsal resurslarından daha çox səfərbər edilmə xarakterinə sahibdir.

Rus iqtisadçısı Yelena Arefkina qeyd edirdi ki, maddi resurslar fərqli faktorların təsiri ilə ortaya çıxır. Məsəl üçün, istehsal resurslarının meydana gəlməsinə və onun həcminə aşağıdakı faktorlara təsir edir:

- müxtəlif material və xammal növünə olan tələbatın tutumu;
- istehlakçıda materialın istehlak edilməsinin birqərarlıq səviyyəsi;
- materialın istehsalçı şirkət tərəfindən ərsəyə gətirilməsinin və buraxılmasının periodikliyi;
- materialın sifariş və tranzit normalarının tutumu;

➤ istehlakçının istehsalçıya təhkim olunmasının qeyri-dəyişkənliyi və material göndərilməsinin periodikliyi;

➤ anbar və tranzit təchizatı formalarının nisbəti və anbar metodu ilə təchizatın artırılması imkanı;

➤ istehlakçı şirkət və yaxud inşaat obyektinin təchizat bazasından olan məsafəsi;

➤ istifadə edilən hər hansı bir nəqliyyat;

➤ mal göndərənə etibarlılığı və həmin şəxsin intizamı gözləmə dərəcəsi və s.

“Əmtəə resurslarının həcmi də bu faktorlardan asılıdır. Maddi resursların inkişaf etməsinə və onların tutumuna, o cümlədən, hərəkətverici qüvvələrin tərəqqisi və daha çox ixtisaslaşmanın ciddiləşməsi xüsusilə təsir edir”[2]. Lakin bu təsir birtərəfli yox, məhz qarşılıqlı olur. İstehsalın miqyası və şirkətlər arasındakı təsərrüfat əlaqələri böyüdükcə, istehsal resurslarının kütləsi xüsusilə artır, onların təkrar istehsal olunması üçün rolu və faydası lap çox artır.

Resursların tutumu mütləq dəyər, o cümlədən nisbi ölçülərdə nümayiş etdirilə bilər. Resursun tutumunun mütləq ölçüsü təbii formada ton, metr, sentner, ədəd, yəni materialın ölçüləcəyi fiziki vahidlərlə təyin olunur. Resursun tutumunun xüsusi dəqiq ölçülərlə təqdim edilməsinin faydası odur ki, bundan anbar təsərrüfatının əlverişli şəkildə təşkil olunması, əsasən maddi-texniki təchizatın planlaşdırılmasında istifadə edilir.

Digər bir rus müəllifi Nataliya Kamorjanova isə qeyd edirdi ki, maddi resursun konkret şəkildə mütləq ölçüsü, ilk növbədə, müəyyən material növünün günlük məsrəf normasından xüsusilə asılı olur. Materialın gündəlik məsrəf norması da istehsalın tutumundan, şirkətin tipindən və s. bu bənzər bir sıra faktorlardan asılıdır.

“Uçot siyasətini baş mühasib hazırlayır və müəssisə rəhbəri tərəfindən təsdiqlənir. Uçot siyasətinin seçilməsi kommersiya fəaliyyətinin və müəssisənin öz xüsusiyyətlərindən, müəssisənin cari və uzunmüddətli məqsədlərindən birbaşa asılıdır”[4]. Uçot siyasətinə vergilərin dərəcəsi, əməliyyatların xarakteri, güzəştlərin mövcudluğu və qiymətləndirmənin formaları təsir göstərir. Təsdiq edilmiş uçot siyasəti müəssisənin bütün filiallarında tətbiq olunur. Uçot siyasətinin reallaşdırılmasının əsas şərti mövcud qanunvericilik aktlarına və beynəlxalq standartlara əməl olunmasıdır.

Müəssisənin uçot siyasətini hazırlayarkən aşağıdakı prinsipləri bilmək lazımdır.

1) Fəaliyyətin fasiləsizliyi prinsipində rəhbərlik müəssisənin fasiləsiz fəaliyyət göstərmə qabiliyyətini qiymətləndirməlidir. Gələcəkdə fəaliyyətini davam etdirmək qabiliyyətinə şübhə yaradan qeyri-müəyyənliklər mövcud olarsa rəhbərlik tərəfindən bu qeyri-müəyyənliklər açıqlanmalıdır.

2) Ardıcılıq prinsipinin mahiyyəti cari il üçün istifadə edilən uçot siyasətinin növbəti il üçün də tətbiq edilməsidir.

3) Hesablama prinsipinin mahiyyəti gəlir və xərclərin ödənilməsindən asılı olmayaraq baş verdiyi an tanınması, hesabatda əks etdirilməsidir.

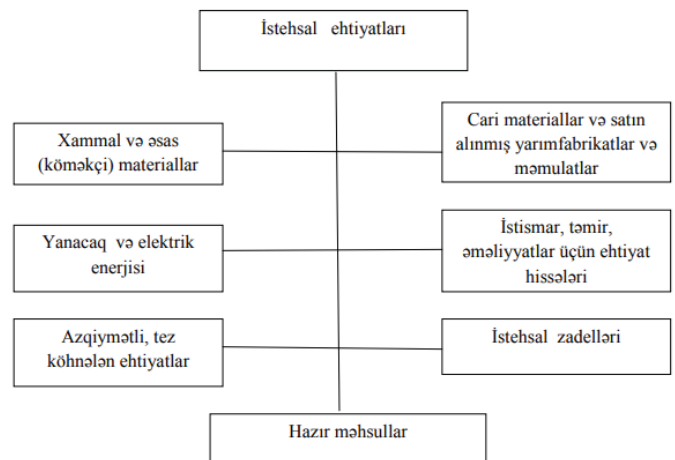
“Kapitala aid edilən ehtiyatların qiyməti sabit deyildir və bununla əlaqədar olaraq il ərzində kapitala aid edilən ehtiyatların müxtəlif qiymətlərdə alınır. Bu qiymətlərdəki fərq material ehtiyatları istehsalata buraxılan zaman özünü göstərir”[3]. Material kapitala aid edilən ehtiyatların ları istehsala buraxılan zaman kapitala aid edilən ehtiyatların dəyəri 3 metodla istehsal məsrəflərinə daxil edilir:

- Kapitala aid edilən ehtiyatların alınmış və təkrar satış üçün nəzərdə tutulmuş mallar

- Müəssisə tərəfində istehsal edilmiş hazır məhsullar, yarımfabrikatlar

- İstehsal prosesində istifadə olunmaq üçün saxlanılan xammal və materiallar daxildir.

Şəkil 1. İstehsal kapitala aid edilən ehtiyatların larmın tərkibi və təsnifatı



Mənbə: Kondrakov H.P., 2011.; s.158

Səkildən aydın olur ki, istehsal müəssisələrində kapitala aid edilən ehtiyatların dörd növü məlumdur:

- 1) cari materiallar və satın alınmış təşkilədicilər;
- 2) istehsal zadəlləri;

- 3) istismar, təmir, əməliyyatlar üçün materiallar;
4) hazır məhsullar.

İstehsal prosesindəki funksional roluna və təyinatına görə material resursları əsas və köməkçi olmaqla iki yerə bölünür. Bütövlükdə götürdükdə, material kapitala aid edilən ehtiyatların istehsal prosesindəki funksional roluna və təyinatına görə aşağıdakı bloklar üzrə təsnifləşdirilir:

Cədvəl 1. Material kapitala aid edilən ehtiyatların larinın təstifatı

№	Hesabın adı
201-1	Xammal və materiallar
201-2	Satın alınmış yarımfabrikatlar və komplektləşdirici məmulatlar, konstruksiya və detallar
201-3	Kənara emala verilmiş Xammal və materiallar
201-4	Sosila-mədəni təyinatlı müəssisələrdə olan məmulatlar
201-5	Tikinti Materialları
201-6	Toxum və yem
201-7	Yanacaq
201-8	Ehtiyat hissələrə
201-9	Sair materiallar.

Mənbə: Salahov Ə.S., Mehdiyev V.M., 2016: s-.128

Kapitala aid edilən ehtiyatların normativ tutumunun təyin olunması, onların səviyyəsin nəzarət, elmi olaraq əsaslandırılmış normalar ilə maddi vəsaitlərə, anbarlarına və təchizatlarına tələbatı və o cümlədən, dövriyyə vəsaitlərinin dövretmə sürətini müəyyən etmək kimi işlərdə daha çox istifadə edilir.

Nəticə

Kapitala aid edilən ehtiyatların qiyməti sabit deyildir və bununla əlaqədar olaraq il ərzində kapitala aid edilən ehtiyatlar müxtəlif qiymətlərdə alınır. Bu qiymətlərdəki fərq material ehtiyatları istehsalata buraxılan zaman özünü göstərir. Material kapitala aid edilən ehtiyatların istehsala buraxılan zaman kapitala aid edilən ehtiyatların dəyəri 3 metodla istehsal məsrəflərinə daxil edilir: kapitala aid edilən ehtiyatların alınmış və təkrar satış üçün nəzərdə tutulmuş mallar, müəssisə tərəfində istehsal edilmiş hazır məhsullar, yarımfabrikatlar, həmçinin istehsal prosesində istifadə olunmaq üçün saxlanılan xammal və materiallar daxildir.

Açar sözlər: kapitala aid edilən ehtiyatlar, maliyyə resursları, maddi resurslar.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Арефкина Е.И. (2014) “Правовые основы бухгалтерского учета” учебник. Москва, “Проспект”. -309 стр.
2. Askew A. E. (2018). Analyzing Financial Statements under IFRS - Opportunities & Challenges. Journal of Leadership, Accountability and Ethics, volume 8(Number
3. Беликово Т.Н. (2012) “Самоучитель по бухгалтерскому и налоговому учету и отчетности” Москва, “Питер”. -270 стр.
4. Суглобов А.Е. (2017) “Бухгалтерский учет и анализ” учебник. Москва, “Пуор”, “Инфра-М”. -476 стр.
5. Kondrakov H.P, 2011:, s.158.
6. Salahov Ə.S., Mehdiyev V.M., 2016: s-.128

Афсан Алиев

магистрант, Азербайджанский
Государственный Экономически Университет,
Международный Центр магистратуры и
докторантуры (UNEC)

Экономическая природа капитальных ресурсов и их роль в производственном процессе

РЕЗЮМЕ

Стоимость запасов, относящихся к собственному капиталу, не является постоянной, и, как следствие, запасы, относящиеся к

собственному капиталу, приобретаются в течение года по разным ценам. Разница в этих ценах проявляется при выпуске материальных ресурсов в производство. Когда товарно-материальные запасы вводятся в производство, стоимость запасов включается в себестоимость продукции тремя способами: товары, приобретенные и предназначенные для перепродажи, товарно-материальные запасы, произведенные предприятием, полуфабрикаты, а также для использования в производственном процессе. включает хранимое сырье и материалы.

Ключевые слова: *капитальные резервы, финансовые ресурсы, материальные ресурсы.*

Afsan Aliyev.
master student, Azerbaijan State
Economic University (UNEC),
International Master and Doctoral Center

The economic nature of capital-related resources and their role in the production process

SUMMARY

The reserve price concerning the capital isn't fixed and in connection with this the capital reserves are received in a different price. The differ between the prices are indicated during the industrial process of the material reserves. During the production of the capital reserves, the cost of the capital's reserves is entered into the expense of production with three (3) methods: receiving the capital's reserves and goods are intended for resale, ready products are manufactured by the enterprise, semi-finished products, and also raw material which are intended using only in an industrial process.

Key words: *capital reserves, financial resources, material resources*

İŞÇİLƏRLƏ HESABLAŞMALARIN ANALİTİK VƏ SİNTETİK UÇOTU

ÜLVİ NURİZADƏ

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, magistr

E-mail: ulvinurizade202@gmail.com

Giriş

Hər hansı bir təşkilatın fəaliyyətinin sabitliyi və səmərəliliyi personalın peşəkar bilik və bacarıqları ilə müəyyənləşdirilir. İqtisadçıların orta fikirlərinə görə, uzun müddətli müvəffəqiyyətin təmin olunmasında əsas rol işçilərə məxsusdur və insan kapitalı şirkətin bazar dəyərinin ən vacib elementidir.

Mühasibat və təhlil üzrə xüsusi ədəbiyyatın tədqiqi, əmək xərclərinin müəssisənin bütün xərcləri sistemində önəmli yerə sahib olduğunu göstərir. İqtisadi elementlərin xərclərinin ümumi təsnifatını nəzərə alsaq, əməyin xərcləri maddi xərclərdən sonra ikinci yerə aiddir. Əmək haqqı üzrə müəssisənin xərcləri həm də sosial əhəmiyyətə malikdir. Bu eyni zamanda işçinin əsas gəlir mənbələrindən biridir. İqtisadi cəhətdən etibarlı məlumat bazasının formalaşdırılması müəssisənin insan kapitalını düzgün dəyərləndirməyə və idarə etməsinə yardım edir. Bu səbəbdən mühasibatlıq və auditin təşkili prosesində, kadr xərclərinin doğru hesablanmasına diqqət yetirilir, yaradılan təşkilat kadr xərclərinə, habelə əmək haqlarına nəzarət edir.

Əsas hissə

Formalar və əmək haqqı sistemləri, əmək müddəaları ilə müəyyən edilir. İşçilərə görə əmək haqqının miqdarı məşğulluq funksiyası, eləcə də işçilərin ixtisasları və işlərinin mürəkkəbliyindən asılı olaraq qurulur. Ayrıca, həm də mükafatların fərqləndirilməsi üçün bir bələdçi olaraq, müəssisələrdə dövlət tarif dərəcələri və maaşlarından istifadə edilə bilər.

Vaxt əsaslı, işəməzd və mükafatlandırma sisteminin müxtəlif əmək haqqı formaları var. Onlar iş şəraiti və istehsal həcmindən asılı olaraq istehsal olunan məhsulların sayına görə hesablanır.

Əsas əmək haqqına müxtəlif əlavələr də var [15]. Elmi dərəcələr üçün əmək haqqı əlavələrinin həcmi:

- Elmlər namizədi üçün 60 manat və elmlər doktoru üçün 100 manat nəzərdə tutulub;

- Elmi titul üçün: dosentlər - 70 manat, professor elmləri doktoru 200 manat məbləğində əlavə nəzərdə tutulub.

Həm də işçilərin məşğulluq təcrübəsindən asılı olaraq əsas əmək haqqı üçün əlavələr də mövcuddur:

- 5-dən 10 ilədək işlə məşğulluq: professorlar 30 manat, dosentlər 25 manat və müəllimlər 20 manat məbləğində;

- 10-dan 15 ilədək işlə məşğulluq: professorlar 60 manat, dosentlər 50 manat məbləğində və müəllimlər 40 manat məbləğində;

- 15-dən 20 ilədək işlə məşğulluq: professorlar 90 manat, dosentlər 75 manat məbləğində və müəllimlər 60 manat məbləğində;

- 20 ildən çox məşğulluq təcrübəsi: professorlar 120 manat məbləğində, dosentlər 100 manat məbləğində və müəllimlər 80 manat məbləğində əlavə əldə edirlər.

Əmək Məcəlləsi həm normal, həm də xüsusi şəraitdə əmək haqqının xüsusiyyətlərini təmin edir. Əmək şəraitinin şiddətli və sağlamlığa zərərli olduğu iş yerlərində əmək funksiyasını həyata keçirən işçilərin əmək haqqı xüsusi əmsallar əsasında müəyyən edilir. Belə yüksək maaş çətin iş şəraitində çalışan işçiləri təmin etmək üçün təşkil olunur.

Ödəniş üçün mühasibat uçotunun ən vacib vəzifələri bunlardır:

- İşçilərin fərdi tərkibinin dəqiq uçotu, eləcə də vaxt sərf olunan iş həcminin mühasibat uçotu da daxil olmaqla hesablanması;

- Əmək və ayırmalar üçün ödəniş miqdarının düzgün hesablanması;

- Müəssisənin işçiləri, büdcə, sosial sığorta orqanları, eləcə də tibbi sığorta və pensiya fondu üzrə hesablamalar;

- Əmək ehtiyatlarının və əmək haqqı fondunun

məqsədəuyğun istifadəsinə nəzarət;

- Müvafiq mühasibat hesabları üçün sosial ehtiyaclar üzrə hesablanmış əmək haqqının düzgün təşkili.

Kadrların məzmunun bütün xərclərində həddən artıq payı maaş xərclərinə aiddir. Buna görə də bu xərclərin mühasibat uçotu və metodlarını nəzərdən keçirmək vacibdir. İlk olaraq, aşağıdakı tənzimləmə və qanunvericilik aktlarına əsaslanan əməyin ümumi müddəalarını nəzərdən keçirək [16]:

- Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasına görə Azərbaycan vətəndaşının öz əmək qabiliyyətləri ilə sərbəst peşə seçimi etmək hüququ vardır.

- İş şəraiti və işçilərin əmək hüquqlarının qorunması Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi tərəfindən qurulur və tənzimlənir [1].

Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi hər biri ardıcıl olaraq sadalanan fəsillərdən ibarətdir, bunların məzmunlarını, normativ hüquqlarını və vəzifələrini, o cümlədən əmək müqaviləsi ilə yanaşı, habelə müddətli əmək müqaviləsi iş vaxtı və ödəniş işinin ödənilməsi ilə bağlı müddəalar vardır. Müxtəlif növ həllər, daxili qurğular və qaydalar hazırlayarkən, komanda ilə müəssisələrin və mühasiblərin işlərini asanlaşdırır, həmçinin qanunvericiliklə uyğunlaşdırmağa kömək edir.

Əmək Məcəlləsinə görə, əmək haqqı işəgötürən tərəfindən əmək müqaviləsində göstərilən iş üçün bir işçinin pul və ya təbii formasında göstərilən işlərin, o cümlədən fərqli proseslərin ödənişi də daxil olmaqla ödənilir.

AR-nın Əmək Məcəlləsinə görə, hər bir işçinin əmək haqqı öz peşə bacarıqlarını, iş funksiyalarının mürəkkəbliyini nəzərə alaraq müəyyən edilir.

Xərclənmiş əməyin sayı, keyfiyyəti hər hansı bir maksimum hədd ilə məhdudlaşa bilməz. Hər hansı bir işçinin qanunla müəyyən edilmiş minimum qazandığı ödənişin aşağı səviyyədə olmaması haqqı almaq hüququ var. Qanuna görə zəmanət verilən minimum mükafat səviyyəsi, iş vaxtı nisbətini əməyinin normal şəraitində sadə işin həyata keçirilməsində tam yerinə yetirmiş bir işçi haqqının ölçüsüdür. Onun məbləği Respublikada 25 dekabr 2018-ci il tarixli AR Prezidentinin 3 öz əmək qabiliyyətləri ilə sərbəst buraxılması hüququ vardır.

İqtisadi ədəbiyyatın tədqiqi, yerli alimlərin kadr xərcləri və ya əmək xərcləri ilə bağlı müxtəlif terminologiyalardan istifadə etdikləri qənaətinə

gəlməyə imkan verir. Bunu nəzərə alaraq, hazırda elm adamları "kadr xərcləri" termini ilə bağlı vahid baxımdan bir nöqtədə uzlaşırlar.

Hesablama əməliyyatlarının mühasibat və auditinin təşkili bir kadr cədvəlinə əsaslanır. Kadr cədvəlinə əsasən, bir müəssisəyə nə qədər işçinin ehtiyac olduğunu, hansı miqdarda pul vəsaiti tələb olunduğunu və vergi güzəştlərinin və atribut xərclərinin qanunililiyini təsdiqləmək də mümkündür. Müəssisədə kadr cədvəli altında sənəd (şəxsiyyət), habelə tam zamanlı vahidlərin sayına dair məlumatların və maaşların sayını əks etdirən sənədlər nəzərdə tutulur. Yalnız cədvəl işçilərin təyin edilməsi ilə təsdiqləndikdən sonra menecerin əmri kimi qeydə alınır.

Sənayedə səmərəli xərclərin idarə edilməsini təşkil etmək üçün bu xərclərin müxtəlif təsnifat xüsusiyyətləri vardır. Burada plan bölmələrini, işləmə kapitalının rasionunu, istifadəsini idarə etmək üçün xərcləri (hesablamaların tərtib edilməsi) planlaşdırmaları tələb olunur. İstehsal xərclərinin vacib elementlərindən biri bəzi sahələrdə payı bütün istehsal xərclərinin üçdə birinin birinə çatan əmək xərclərinin dəyəridir. Bu səbəbdən onların düzgün təsnifatı və daha dəqiq paylanması məhsulların dəyərinin qiymətinin düzgünlüyünə görə vacib bir şərtidir.

Mühasibat uçotu tapşırıqlarını həll etmək üçün daha ətraflı təsnifat zəruridir, çünki əmək haqqını öyrənərkən əhəmiyyətli miqdarda inhomogen məlumatlar təhlil edilir. Bu xərclərin qruplaşdırılmasının əsas məqsədi müəssisənin ümumi xərcləri toplusundan ayırmaqdır. Bu, müəssisə menecerlərini etibarlı və məntiqi ilə əlaqəli məlumatlarla təmin etmək üçün edilir.

Əmək xərclərinin komponentləri aşağıdakılardır:

- sabit və dəyişkən əmək haqqı;
- sığorta müavinətlərinin, habelə dövlət tərəfindən müəyyən edilmiş sosial sığorta vəsaiti;
- vergilər və məşğulluq üçün nəzərdə tutulmuş təşkilatlara ödəmələr;
- kadrlarla işləmək üçün mənbələr və digər ödənişlər.

Kadrların saxlanılmasını yerinə yetirmək üçün 3 əsas mexanizm istifadə edilə bilər: 1) kadr sayından; 2) təsirlənən xərclərin büdcəsinin təşkili vasitəsilə; 3) müəssisədə müvafiq tapşırıqları təyin etməklə. Kadrların sayının azaldılması və ya artırılması kadrların saxlanılması üçün xərclərin miqdarına

dərhal təsir göstərir və digər xərclərin ölçüsünü də müəyyənləşdirir.

İstehsal xərclərinin artmasında əmək xərclərinin artım tendensiyası vacib yer tutmaqdadır. Buna səbəb, yeni texnikaların yaradılmasıdır. Bu həmçinin əmək hüququ sahəsində qanunvericiliyin dəyişməsi, yeni tariflərin yaranması və digər xarici amillərlə bağlıdır. Əmək haqqı hesablaşmalarının mühasibat uçotu və auditü müəssisədə mühasibat işlərinin ümumi həcmində əsas yerlərdən birini tutur. Ödənişdə xərclərin analitik və sintetik uçotunun saxlanması ümumi rekord sistemində təşkil edilir.

Hesabatda "Əmək haqqı personalı üçün kredit borcu", əmək haqqı və əlavə əmək haqqı, mükafat, pensiya və digər ödənişlər üzrə xərclərin ödənilməsi nəzərdə tutulur. Bu şəxsi hesabdən istifadə edilməsinin məqsədi, əmək haqqı məlumatlarının aylıq əks olunmasıdır.

308-1 "Vergi öhdəlikləri", 308-2 "Sosial Sığorta və müddəa kredit borcu", 308-3 "Digər məcburi ödənişlər üçün ödənişli borc" ayırmaların sintetik uçotu həyata keçirilir. Quruluşla, yuxarıda göstərilən bütün hesablar passivdir. Buna görə borcun (əmək haqqından tutulma) artımı kredit üzrə və hesab məlumatlarının debetin (azaldılmış miqdarının köçürülməsi) azalması məqsəduyğundur.

Əmək xərclərinin fərqləndirilməsi adi fəaliyyət və digər xərclərlə əlaqədardır. Vergi uçotunda fərdi xərclər istehsal və həyata keçirilmə prosesinin həyata keçirilməsi nəticəsində yaranan xərclərin bir hissəsi olaraq göstərilmişdir.

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinə əsaslanan əmək haqqından ayırmaların və ödənişlərin uçotunu nəzərdən keçirək.

Əmək haqqını hesablayarkən, müxtəlif ayırmalar aşağıdakılar kimi edilir: fiziki şəxslərə gəlir vergisi, pensiya fonduna endirimlər, müvəqqəti əlillik üçün sığorta fonduna endirimlər və s.

Pensiya fonduna endirimlər hesablanmış əmək haqqının 3% -i, həmkarlar ittifaqlarında - hesablanmış əmək haqqının 2% -i və müvəqqəti əlillik üçün sığorta fonduna endirimlərin tutulması nəzərdə tutulur.

Auditin ilkin mərhələsi planlaşdırma yoludur. Bu planlaşdırmanın mənası təsirli və iqtisadi məlumatlı bir yoxlama təşkil etməkdir. Bu mərhələdə strategiyanın tərfi və audit taktikaları, davranış müddətini bilmək vacibdir.

Əhəmiyyətli bir məqam ümumi planın inkişafı,

habelə audit prosedurlarının həcmünün, növlərinin və ardıcılığının müəyyən edildiyi audit proqramıdır. Bu, audit təşkilatının müəssisənin mühasibat hesabatları barədə obyektiv və etibarlı bir qərar meydana gətirməsinə kömək edəcəkdir.

Yoxlamanın üçüncü mərhələsinin mənası kompensasiya və stimullaşdırıcı təbiətin və onların tətbiqinin ödənilməsinin düzgünlüyünü yoxlamaqdır. Bu mərhələnin məqsədinin yuxarıda göstərilən qaydada oxşar olduğu vurğulanmalıdır.

Əmək haqqı əməliyyatlarının yoxlanılması zamanı istifadə olunan audit sübutlarının metodları aşağıdakılardır [22]:

Müştərilərin arifmetik hesablamalarının yoxlanılması (yenidən hesablama);

- Təsdiqləmə, eləcə də müəyyən iqtisadi əməliyyatlar üçün aşağıdakı mühasibat qaydalarının yoxlanılması;
- Müəssisə qrupunun daxili araşdırması, iqtisadi qurumun və müstəqil partiyaların səlahiyyətləri;
- Sənədlərin, izləmə və analitik prosedurların yoxlanılması.

Birinci üsul (müşərilərin hesab hesablamalarının yoxlanılması) işçilərin miqdarının hesablama və onların ifadələrinin düzgünlüyünü göstərmək üçün istifadə olunur.

Audit Təşkilatı tərəfindən mühasibat uçotu işində göstərilən mühasibat işinə nəzarətin aparılması metodun tətbiqi ilə həyata keçirilir.

Əmək haqqı fondunu əvvəlki dövr məlumatları ilə müqayisə edərək analitik prosedurlardan istifadə olunur. Sonda, yoxlamanın nəticələrinə görə audit statistikasını hazırlanır.

Üç səviyyədə ibarət olan mükafat auditinin ümumi modelindən istifadə etmək tövsiyə olunur: strateji, idarəetmə və taktiki səviyyələr [1].

Strateji səviyyədə əmək haqqı sistemi təşkilatda fəaliyyət göstərir, eləcə də müəssisənin məqsədlərinə çatmaq üçün effektivliyi təmin edir.

Büdcə təşkilatlarında uçot formaları mərkəzləşdirilmiş mühasibat uçotudur. Mərkəzləşdirilmiş mühasibat uçotu üzrə xidmət göstərən təşkilat rəhbərləri bu cür qurumların liderləri ilə birlikdə mərkəzləşdirilmiş mühasibat uçotunun baş mühasibi tərəfindən müəyyən edilmiş vaxtda planın yerinə yetirilməsi barədə lazımı məlumatları əldə edirlər. Mühasibat uçotu və hesabat təşkilatının rəhbərliyi mərkəzləşdirilmiş mühasibat uçotunun baş mühasibi ilə çalışır

və öz sisteminə məxsus qurumlar tərəfindən qiymətləndirmələrin yerinə yetirilməsi prosesi-ni həyata keçirir. Mühasibat uçotu üzrə xidmət rüsumları funksional göstəricilərə görə sıralanır və xüsusi olaraq, hər bir işçi qrupu ayrı bir fəaliyyət seqmentini birləşdirir [6].

Tədqiqatda, əmək münasibətlərinin və maaşların əks olunması qaydası ətraflı şəkildə öyrənilmişdir. Ümumilikdə, əmək haqqının verilməsi ilə mühasibat uçotunun vəziyyəti, qaydaları və proseduru, hesablaşmanın auditi respublikada qüvvədə olan qanunların tələblərinə cavab verir. Göstərilən tədqiqat mövzusunda mühasibat uçotu avtomatlaşdırılmış məlumatların işlənməsi sistemində aparılır və baş mühasib tərəfindən icra edilir.

- Hesablamaların yoxlanılması və əmək ödənişlərinin uçotunun təşkili üçün əsas şərt əmək müqaviləsi ilə müəyyən edilmiş işçinin faktiki iş və məşğulluq vəzifələrinin hesabatlarıdır. Məşğulluq müqaviləsində işçinin mükafatlarının əmək haqqı detallı şəkildə əks olunmalıdır. Eyni zamanda, stimullaşdırıcı ödənişlərin alınması şərtləri yerinə yetirilən işin keyfiyyətinin və həcmnin yaxşılaşdırılması ilə bağlı olmalıdır. İşçilər dövlət vəzifəsinin vaxtında yerinə yetirilməsində çox vacib rol oynayır. Təqdim olunan xidmətlərin keyfiyyətini artırmaq üçün düzgün işçilərlə təchiz olunmaq vacibdir.

- Son hissədə, auditorlar yerli tənzimləmə aktlarının təhlili ilə əlaqəli olan nisbətən çətin və gözlənilməz hallarda özünü ciddi şəkildə sığortalamalarını təmin edir. Ödəniş və əməyin motivasiyası problemlərinin düzgün və peşəkar həlli problem vəziyyətlərində risklərin minimuma endirilməsinə və eyni zamanda, iqtisadi və maliyyə sektorunda təşkilatın işinə təsir göstərir. Şəxsi yoxlama və mükafat auditi, risklərin azaldılması nəticəsində təşkilatın effektiv idarə olunması və tənzimləmə zamanı işçilərlə mübahisəli vəziyyətlərin qarşısını almaq imkanı olan ən vacib vasitələrdən birinə çevrilir.

- Mərkəzləşdirilmiş mühasibat uçotunda işçilər arasında rəsmi vəzifələrin paylanmasında həcm və funksional xüsusiyyətlərdən asılı olaraq, müvafiq işçi qruplarının təşkili mühümdür. Bu qruplar dövlət qurumunun bütün sahələrində, müəssisəyə məxsus maddi aktivlərin uçotu və maliyyə baxımından məsuliyyət daşıyaraq, icra olunan digər

fəaliyyətlərin aparılmasını təmin etməlidirlər.

Açar sözlər: işçi heyəti, insan kapitalı, əmək haqqı, sintetik, analitik, uçot.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi. Bakı, 2011, s. 69, 73.
2. Azərbaycan Respublikasının Statistik Göstəriciləri, Bakı, 2016
3. "Ciddi hesabat blanklarının forma və rekvizitlərinin təsdiq edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin Kollegiyasının 04 aprel 2016-cı il tarixli Q-09 nömrəli qərarında dəyişikliklər edilməsi barədə
4. Dövlət büdcəsindən maliyyələşən təşkilatlarda mühasibat uçotunun təşkili və aparılması Qaydaları. - Qərar № Q-02// Bakı. – 2012. –URL : <http://www.e-qanun.az/framework/33461>
5. Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətləri. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 16 mart tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
6. Səbzəliyev S.M, Quliyev V. M İdarəetmə uçotu / Dərslik. Elm və təhsil Bakı, 2014
7. Аббасова С.А, Практический аудит, Учебное пособие, Баку, 2011. - 110 с.
10. Андросова А.А., Макарова Е.В. Аудит расчетов с персоналом по оплате труда // Международный студенческий научный вестник. – 2017. – № 1.
8. Бухгалтерский учет: Учебник / Под ред. проф. В.Г. Гетьмана. – М.: ИНФРА- М, 2010. –717 с.
9. Ивашикевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет. – М.: Экономист 2004. – 618 с.
10. Закон Азербайджанской Республики «О бухгалтерском учете» с дополнениями и изменениями, Баку, 2004, 1-с
11. Закон Азербайджанской Республики «О внутреннем аудите», № 332-IIIQ Баку, 22.05. 2007 г.
12. Конвенция Международной организации труда принята Международной конференцией труда № 95 от 1949 года «Об охране заработной платы», Т. 2: Международное бюро труда. – Женева, 1990.

13. Конституция Азербайджанской Республики. - Баку, 1995 с изменениями и дополнениями от 2002г, 2009г. и 2016г.

14. Мачин К.А. Экономический анализ модели эффективной заработной платы в условиях профессиональной мобильности, Журнал «Экономический анализ: теория и практика» 3(402) - январь 2015, с.59-66

15. <http://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=16805>.

16. <https://www.docsity.com/ru/diplom-uchet-i-audit-raschetov-po-oplate-truda-i-strahovyh-vznosov/5137677/2021/03/19>.

АНАЛИТИЧЕСКИЙ И СИНТЕТИЧЕСКИЙ УЧЕТ СОТРУДНИКОВ

Резюме

Важнейшими показателями, характеризующими эффективность экономики в системе управления персоналом, являются ценность предприятия для осуществления производственной и управленческой деятельности. Соотношение этих показателей определяет уровень эффективности любой экономической системы. Эти расходы, понесенные компанией, связаны с расходами на персонал.

Персонал предприятия - одна из основных составляющих производственного процесса. Это важно для разработки производственных и социальных показателей в организации. От качества и эффективности использования этого источника зависят конечные результаты деятельности компании. Это также указано в «Национальной дорожной карте и стратегической дорожной карте для ключевых секторов экономики».

Ключевые слова: персонал, человеческий капитал, заработная плата, синтетический, аналитический, бухгалтерский.

ANALYTICAL AND SYNTHETIC ACCOUNTING OF EMPLOYEES

Summary

The most important indicators that characterize the efficiency of the economy in the personnel management system are the value of the enterprise for the implementation of industrial and manage-

ment activities. The ratio of these indicators determines the level of efficiency of any economic system. These costs incurred by the company are related to staffing costs.

The staff of the enterprise is one of the main components of the production process. This is important for the development of industrial and social indicators in the organization. The final results of the company's activities depend on the quality and efficiency of use of this source. The "National Road Map and Strategic Road Map for key sectors of the economy" is also indicated.

Keywords: staff, human capital, salary, synthetic, analytical, accounting.

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA GÖMRÜK NƏZARƏTİNİN MAHİYYƏTİ VƏ HƏYATA KEÇİRİLMƏSİ FORMALARI

TEYMUR SƏLİMOV
*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitet,
magistrant*

E-mail: selimov_teymur@bk.ru

Müasir dövrdə beynəlxalq iqtisadi əlaqələr sisteminə daxil olan Azərbaycan daha böyük hüquqi-iqtisadi imkanlara sahibdir. Son zamanlarda ölkə miqyasında reallaşdırılan iqtisadi-sosial islahatlar, beynəlxalq hüquqa əsaslanmış idarəetmə xüsusiyyətləri və xarici iqtisadi münasibətlərin liberallaşdırılması ümumi tərəqqinin sürətli və dayanıqlı xarakter daşması ilə üzvi şəkildə əlaqədardır. Gömrük nəzarəti ölkəmizdə gömrük qanunvericiliyinə əməl edilməsini təmin etmək məqsədilə gömrük təşkilatları tərəfindən reallaşdırılan demək olar ki, bütün fəaliyyət sahələrini əhatə edir[1].

Gömrük idarələrinin rəsmi şəxsləri gömrük nəzarətinin müstəsna növü kimi şəxsi yoxlamaları gömrük orqanının və ya struktur bölməsinin rəhbərliyinin qərarı ilə aparırlar. Gömrük nəzarəti metodlarını seçilmiş gömrük nəzarətinin formasının tətbiq olunması vaxtı səmərəliliyi yüksəltmək məqsədilə həyata keçirilən tədbirlər əhatə edir. Gömrük idarələrinin rəsmiləri gömrük nəzarətini gömrük təminatı vasitələrindən, gömrük nəzarətinin aparılmasına yardım üçün mütəxəssisləri sövq etməklə; gömrük nəzarəti zonalarını təşkil etməklə və qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş başqa metodlarla həyata keçirirlər.

Gömrük nəzarətinin reallaşdırılması zaman gömrük orqanları texniki nəzarət vasitələri, eləcə də rentgen aparatları, detektorlar, mexaniki, elektron qurğular, sürət-çıxaran avadanlıqlar, gömrük nəzarət müşahidə qurğuları, qlobal mövqetəyinetmə sistemi (GPS), dəniz və hava gəmilərindən; gömrük orqanlarının informasiya mənbələrindən; Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti tərəfindən müəyyən olunmuş başqa vasitələrdən istifadə edilir[4].

“Gömrük nəzarətindən keçməli olan əmtəələrin

yoxlanılmasının tezləşdirilməsi, gömrük nəzarətinin effektivliyinin yüksəldilməsi və həyata keçirilmə vaxtının minimuma endirilməsi məqsədi ilə gömrük idarələri tərəfindən istifadə edilən texniki vasitələrin siyahısı və onlardan istifadə Qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında 2012-ci il 27 avqust tarixli Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin qərarı olmuşdur.

Texniki nəzarət vasitələrindən gömrük nəzarətində olan mal və nəqliyyat vasitələrinin, fiziki şəxslərin və həmçinin əl yüklərinin, müşayiət edilən eləcə də, müşayiət edilməyən baqajların və beynəlxalq poçt göndərişlərinin araşdırılması, tezləşdirilməsi, gömrük nəzarətinin effektivliyinin yüksəldilməsi, müddətinin minimumlaşdırılması üçün istifadə olunur.

Gömrük ərazilərində, gömrük sərhədi boyunca, gömrük rəsmiləşdirilməsi məkanlarında, xüsusi zonalarda, gömrük anbarlarında, malların yüklənmə-boşaltma və müvəqqəti saxlama ərazisində, gömrük nəzarəti altında olan əmtəələrin aparılmasını reallaşdıran nəqliyyat vasitələrinin duracaqlarında, gömrük idarələrinin olduğu ərzilərdə və DGK-nin təyin etdiyi başqa məkanlarda gömrük nəzarəti zonaları təşkil olunur və rejim normaları müəyyən olunur.

Gömrük nəzarəti zonalarının hüdudlarında və daxilində fiziki şəxslərin, əmtəələrin və nəqliyyat vasitələrinin hərəkətini həmçinin, istehsal və digər ticarət fəaliyyətinin aparılmasını nizamlamaq üçün gömrük idarələri tərəfindən rejim normaları müəyyən edilir.

Gömrük nəzarəti zonalarında qanunvericilikdə aşkar edilmiş istehsal və başqa kommersiya işinin aparılmasına, eləcə də mal və nəqliyyat vasitələrinin, fərdlərin, hökumət orqanlarının rəsmi şəxslərinin zonaya daxil olmasına və ya getməsinə, zonada

hərəkatına gömrük idarələrinin nəzarəti altında və onun izni əsasında həyata keçirilir.

Gömrük nəzarəti beynəlxalq müqavilələrdə və hökumətlərarası birliklərdə nəzərdə tutulduqda, gömrük məkanının xaricində də aparıla bilər. Gömrük nəzarəti yerli və beynəlxalq dərəcədə işlənilib hazır edilmiş xüsusiyyətlər əsasında riskləri müəyyənləşdirmək, qiymətləndirmək və bu kimi riskləri qabaqlamaq üçün gərəklili üsulları həyata keçirmək üçün məlumatların elektron emalı üsulları vasitəsilə reallaşa bilən davamlı riskin idarə olunması praktikasına və risk təhlilinə əsaslanmalıdır [8].

Gömrük nəzarəti əmtəələrə və nəqliyyat vasitələrinə nəzarət kimi fərqləndirilir.

Nəqliyyat vasitələri üzərində gömrük nəzarətini aşağıdakı cür qruplaşdırıla bilər:

- çay gəmilərində gömrük nəzarəti;
- dəniz gəmilərində gömrük nəzarəti;
- təyyarələrdə gömrük nəzarəti;
- dəmir yolu nəqliyyatında gömrük nəzarəti;
- boru xətlərində gömrük nəzarəti;
- avtomobil nəqliyyatı vasitələrində gömrük nəzarəti;
- Magistral elektrik ötürücü xətlərdə gömrük nəzarəti.

Mallara gömrük nəzarətini isə bu cür göstərə bilərik:

- idxal mallarına gömrük nəzarəti;
- ixrac mallarına gömrük nəzarəti;
- tranzit mallara gömrük nəzarəti.

Əməkdaşlıq edən dövlətlərin gömrük idarələrinin gömrük nəzarətində iştirakının səciyyəsiindənən asılı olaraq aşağıdakı nəzarət növləri ola bilər:

- 1) ikitərəfli gömrük nəzarəti (hər dövlətin gömrük idarəsi ayrılıqda gömrük yoxlamasını reallaşdırır);
- 2) birtərəfli gömrük nəzarəti (dövlətlərdən hər hansısa birinin gömrük idarəsi gömrük yoxlaması aparır);
- 3) qarşılıqlı gömrük nəzarəti (hər 2 ölkənin gömrük orqanlarının qarşılıqlı gömrük nəzarəti)

Gömrük nəzarəti birdəfəlik və təkrar həyata keçirilə bilər.

Birdəfəlik gömrük nəzarəti o zaman həyata keçirilir ki, gömrük sərhəddi yalnız bir yöndə keçilir və gömrük müayinəsi bir dəfə aparılır. Əgər əmtəə və nəqliyyat vasitələri kiçik zaman müddətində gömrük sərhəddini 2 dəfə keçərsə, onlar yenidən gömrük nəzarəti altına düşürlər. Təkrar gömrük

nəzarətinin aparılması üçün gömrük hüdudunu bir neçə dəfə keçilməsi hər zaman istənilmir. Belə ki, xarici ölkəyə üzən dəniz gəmisi təyinat portuna gələn zaman gömrük yerini keçərkən gömrük nəzarətinə cəlb olunmuşdusa, bu zaman təkrar gömrük nəzarəti aparılmır. Amma qaçaqmalçılıq haqqında məlumat olanda gömrük orqanlarının gəmini liman suları sərhədində və limanda durarkən yenidən gömrük yoxlamasını təşkil etmək hüququ var. Analoji qaydalar həmçinin, başqa nəqliyyat vasitələrinə də aid edilir.

Gömrük müayinəsinin aparılmasına görə aşağıdakı növləri var:

- 1) mallar və nəqliyyat vasitələrinin sənədlərinin müayinəsi;
- 2) mallar və nəqliyyat vasitələrinə gömrük baxışı;
- 3) mal və nəqliyyat vasitələrinin gömrük yoxlanılması

Gömrük nəzarətinin ilk növü sənədli, ikinci və üçüncü növləri isə faktiki nəzarət kimi xarakterizə olunur. Gömrük nəzarəti, onun aparılmasının norma və üsullarının toplusudur. Bu üsullara bunları göstərmək olar:

- mal və nəqliyyat vasitələri gömrük ərazisinə gətirilən zaman aparılan sadə gömrük nəzarəti;
- nəqliyyat vasitəsinin hərəkət edən vaxt aparılan gömrük nəzarəti;
- gömrük nəzarətinin bir sıra növlərindən azad etmək halları istisna edilməklə, nəzarətin bütün formalarının istifadə edildiyi bütöv nəzarət;
- seçmə nəzarət [5].

Gömrük nəzarətinin aparılmasının başlıcası yük gömrük bəyannaməsidir (YGB). Gömrük nəzarətinin aparılması prosesi bütünlükdə şərti olaraq beş mərhələyə ayrılır. İlk mərhələdə YGB-də göstərilən informasiyalara formal-məntiqi nəzarət reallaşdırılır. Buna görə yük şöbəsi tərəfdən bəyannamənin bütün qrafalarının doldurulmasının dəqiqliyi müayinə edilir, bəyan olunmuş gömrük rejimi və əmtəələrin adına uyğun olaraq gömrük nəzarəti üçün tələb edilən rəsmi sənədlərin reallığı müəyyən olunur. YGB müayinədən sonra ona nömrə verilir və aşkar olunmuş səhvləklərin düzəldilməsi üçün deklaranta geri qaytarılır. II mərhələdə yük gömrük bəyannaməsində göstərilmiş xarici valyutada ödəniş-hesablaşma əməliyyatları nəzarət predmeti olur. Həmçinin XİF iştirakçısı tərəfdən valyuta nəzarəti qanunvericiliyinə riayət edilməsi yoxlanılır. III mərhələdə gömrük ödənişlərinin

hesablanma düzgünlüyü, gömrük güzəştləri tətbiqinin qanunauyğunluğu yoxlanılır, ödənişlərin gömrük idarələrinin hesabına daxil olmasına nəzarət olunur. Növbəti mərhələdə statistika bölməsi gömrük statistikasını üçün vacib qrafaların doldurulmasını yoxlayır. Sonuncu mərhələdə yük şöbəsinin rəsmi şəxsi əmtənin gömrük yoxlaması haqqında qərar qəbul edir. Gömrük nəzarətinin mərhələlərinin hamısı sonlandırıldıqda yük sənədinə “Buraxılışa icazə verilir” ştamplı vurulur [9].

Azərbaycanda gömrük nəzarəti və forma və mərhələləri, Milli Məclis və Nazirlər Kabinetinin iştirakı ilə müəyyən normativ-hüquqi sənədlərə istinad edilməklə, gömrük fəaliyyətini reallaşdıran hüquqi təşkilatlar tərəfindən aparılır. Gömrük təşkilatlarının xidmətlərindən istifadə edən fiziki şəxslər və hüquq şəxslər sahib olduqları mal-material, eləcə də, mülkün onlara aid olmalarına dair formal qaydada hazırlanmış bəyannamə təqdim etməlidirlər. Ölkəyə fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən gətirilən və ya aparılan bütün məhsulların və əmlakın miqdarını və növünü təsdiq edən ayrıca bəyannamənin gömrük nəzarətindən keçirilməsində başlıca məqsəd bir sıra müayinələrin yardımı ilə ölkənin iqtisadi potensialının qorunub saxlanması, əmtələrin və əmlakın qanunsuz yolla xarici daşınmasının qarşısının hökumətlərarası razılaşdırılmış, beynəlxalq hüquqa istinad edilməklə alınması təşkil edir. Araşdırmalar sübut edir ki, yaxın zamanlarda ölkənin iqtisadi tərəqqi istiqamətinin genişləndirilməsi strategiyasının şaxələndirilməsində beynəlxalq ölçüdə iqtisadi münasibətlərin inkişaf istiqamətini nəzərə alaraq, ölkədən xaricə gedən və gətirilən malların dövriyyəsinin çoxalması gömrük təşkilatlarının fəaliyyətinə önəmli təsir edəcək. Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqeyi bir tərəfdən, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin artması, başqa tərəfdən mal-material qiymətlilərinin və çox qiymətli mülk növlərinin ölkədən aparılması üzərində çoxpilləli və böyük iqtisadi əhəmiyyətli gömrük nəzarətinin həyata keçirilməsini tələb edir.

İdxal edərəkən gömrük nəzarəti mal və nəqliyyat vasitələri sifarişçi tərəfindən yerləşdiyi ölkə hüdudlarında fəaliyyətdə olan gömrük orqan və təşkilatların, ilkin gömrük nəzarətinə istinad edilməklə, qəbul aktına uyğun ölkə hüdudundan keçirildiyi andan, ixrac olunduqda isə gömrük bəyannaməsi qəbul edilən əmlak-mal qiymətlilərinə dair tərəflər aralığında əldə edilmiş sözləşməyə

müvafiq andan başlamasına baxmayaraq, bu maddi dəyərlərin istehsalçıları ilə hələ ilk mərhələdə (malın istehsal dairəsində) gömrük normalarına müvafiq olaraq hasil olunması, saxlanması və göndərilməsi şərtlərinə uyğun olaraq gömrük rəsmiləri istehsalçılarla bərabər fəaliyyət göstərirlər. Gömrük təşkilatı ilə məhsul sahibi arasında birinci mərhələdə ikitərəfli əməkdaşlıq birinci növbədə müəyyən məhsul çeşidləri beynəlxalq standartlara tamamilə müvafiq olmaqla yanaşı onların tərəflərarası təsdiq olunmuş formal siyasi-iqtisadi sözləşmə müddətlərinə tamamilə uyğun keyfiyyət və kəmiyyətdə yerinə yetirilməsi təchiz edilməlidir. Müəyyən bir səbəbdən dövlətdən aparılan və ya gətirilən əmtələr gömrük yoxlaması tələblərinə cavab vermədən reallaşdırılması, növbəti mərhələdə iqtisadi münasibətlərdə kəskinlik yaratmaq ilə, qüsurların aradan qaldırılması zaman itkilərinə və iqtisadi-texniki əlaqələrin dayanıqlılığına və tərəqqi istiqamətinə mənfi təsir edir. Hökumətlərarası siyasi əlaqələr gömrük işinin təşkili və aparılmasında iqtisadi əhəmiyyətlə yanaşı, yerli bazarın qorunması və xarici münasibətlərin sonrakı mərhələdə daha böyük ölçüdə həyata keçirilməsinə imkan yaradır. Gömrük nəzarətinin hökumət xeyrinə xidmətində strateji istiqamətin ixrac-idxal əməliyyatlarına nəzarəti başlıca yer tutur. Müstəqillik zamanında yaradılmış gömrük-nəzarət fəaliyyətlərini Azərbaycan Dövlət Gömrük Komitəsi və onun tərkibinə daxil olan yerli-ərazi qurumlarına aid 60 idarə və şöbə icra edir [1]. Gömrük nəzarətinə dair ölkədə qəbul olunmuş GM-nin 82-ci maddəsinin tələblərinə müvafiq olaraq gömrük təşkilatları vasitəsilə həyata keçirilən nəzarət əməliyyatlarına cəlb edilən sənədləşdirmə dövriyyəsinə aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- a) gömrük nəzarətinə fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən verilən sənədlərin və informasiyaların yoxlanılması;
- b) gömrük rəsmilərinin nəzarətə təqdim edilən ixrac-idxal əməliyyatlarına aid ilk məlumatlarla tanış olmaları;
- c) yerli-sahə gömrük orqanlarının əməkdaşlarının əvvəldən informasiyaları tam düzgün hala gətirmə;
- d) gömrük yoxlamasına təqdim edilmiş sənədlər əsasında ixrac-idxal məhsulları normativ qaydalar əsasında müayinə etmək;
- e) gömrük xidməti normalarına uyğun olaraq əmtələrin və nəqliyyat vasitələrin normativ sənədlərə müvafiqliyinə xarici baxış etmək;

f) müəyyən dəqiqliyin təmin olunması yönündə əmtəələrin və nəqliyyat vasitələrinin gömrük axtarışını həyata keçirmək və müqayisəli müşahidələr təşkil etmək;

g) sonrakı müşahibə müddətində gömrük nəzarəti ilə əlaqədar şəxsi axtarışı həyata keçirmək, normalara əməl edilməmə səbəbləri və onun nəticələrini dəyərləndirmək;

i) idxal-ixrac məhsullarının, nəqliyyat vəsaitlərinin və bütün maddi material qiymətlilərinin yerləşdiyi, saxlanıldığı və ona yaxın olan yerlərin nəzarət qaydasına müayinəsini həyata keçirmək;

j) Gömrük əməkdaşları tərəfindən idxal-ixrac təyinatlı mallar, əmtəələr, nəqliyyat və digər məhsul növlərinə aid həyata keçirilən nəzarət formalarından asılı olmayaraq – gömrük razılaşmalarının pozulması hadisələri aşkar olunduqda, maddi-məhsul şəxslərin və kənarlaşmanı müəyyən edən şəxslərin iştirakı ilə pozuntuların baş vermə müddəti, məkanı, onun ölçüsü və səbəbləri nəzarət qaydasında müayinə olunur[4].

Gömrük rəsmiləşdirilməsi vaxtı gömrük təşkilatlarına təqdim edilən informasiyaların müayinəsi, eləcə də, gömrük nəzarətinin başqa formalarının nəticələri məğzi üzrə analiz edilərək dəyərləndirilməlidir. Sonrakı mərhələdə gömrük nəzarətinin reallaşdırılması vaxtı aşkar olunmuş mühüm qanun pozulmalarının təzahür etmə səbəbləri və onun yaranmasına dolayı və birbaşa aid olan hüquqi-fiziki şəxslər müəyyən olunur. Gömrük nəzarətinin formasında aşkar olunan qanun pozulmalarının başlıca səbəbkarları müəyyən edilməklə, onların hansı dövlətə aid olmasını nəzərə alanaraq, aid olduqları nazirliklərə eləcə də, dövlət əhəmiyyətli yüksək qanunverici idarəetmə və hüquq təşkilatlarına uyğun tədbirlər görmək məqsədilə gömrük hüdudundan keçirilmiş məhsulların formal qaydalara əsaslanmaq gömrük pozulmalarla bağlı təxirəsalınmaz tədbirlər görmək üçün tədqim edilir. Bundan başqa gömrük hüdudundan keçirilmiş malların və nəqliyyatın vasitələrinin rəsmiləşdirilməsi vaxtı gömrük rəsmiləri bir sıra şəxslərin, həmçinin bu əmtəələrin nəzarət formasında aşkar olunmuş qanunsuz mülk və nəqliyyat-yük keçirmələri məqsədilə səlahiyyətləri olan təşkilatların nümayəndələrindən aşkar edilmiş qanun pozulmalarının baş vermə səbəbləri barəsində ilkin sənədləri hazırlayan şəxslərin yazılı şəkildə izahatlarını rəsmiləşdirmədən şifahi sorğu həyata

keçirmək hüququndan istifadə etsinlər..meqale

Gömrük nəzarətinin aparılması zamanı gömrük orqanları təqdim olunmuş sənəd və informasiyalardan asılı olamayaraq, sərbəst formada başqa mənbələrdən əldə edilən informasiyalardan həmçinin, digər şəkildə həyata keçirilən gömrük nəzarətinin nəticələrindən, gömrük statistikasından, informasiyalarından, proqram vasitələrinin analiz etdikləri informasiyalardan istifadə edə bilərlər. Baxılan gömrük nəzarəti növü gömrük rəsmiləşdirilməsi prosedurunda həyata keçirilə bilər. Müayinə edilmiş sənəd və informasiyaların siyahısı konkret olaraq gömrük əməliyyatı və gömrük prosedurlarından asılıdır. (AR gömrük məkanında əmtəələrin gəldiyi yerdən, daxili tranzitin qeydiyyata alındığı, əmtəələrin müvəqqəti saxlananda yerləşdirilməsindən, əmtəələrin gömrük bəyan edilməsindən). Şifahi sorğu: - bu kimi gömrük nəzarəti gömrük orqanlarının rəsmi şəxsləri tərəfindən keçirilən əmtəə və nəqliyyat vasitələrinin durumu barəsində məlumatlar əldə olunması üçün istifadə edilir. Şifahi sorğudan əlavə AR Gömrük Məcəlləsi məhsulların gömrük rəsmiləşdirilməsi zamanı gömrük nəzarətini aparmaq üçün izahat alınmasına eləcə də, əmtəələrin azad dövriyyə üçün buraxılmasından sonra icazə verilir. Gömrük orqanları əmtəə və nəqliyyat vasitələrinin gömrük hüdudundan keçirilməsi ilə bağlılığı olan hər bir şəxsdən-təmsilçidən, ekspeditordan, daşıyıcıdan və digərlərindən gömrük nəzarətinin aparılmasına kömək edən izahatı ala bilər[1].

Gömrük müşahidəsi - gömrük idarələrinin rəsmi şəxslərinin gömrük nəzarəti altında olan əmtəə və nəqliyyat vasitələrinin daşınmasına razılaşdırılmış vizual müşahidəsidir.

Sistematik (məsələn: müvəqqəti saxlama anbarında) və ya bir dəfəlik gömrük idarəsinin yerləşdiyi məkandan xaricdə malın yüklənməsi zamanı və ya bilavasitə (gömrük nəzarətində ayrıca texniki vasitələrin istifadəsinin reallaşdığı zaman) gömrük müşahidəsi ola bilər.

Gömrük müşahidəsi həyata keçirilə bilər:

- əmtəə və nəqliyyat vasitələrinin gömrük rəsmiləşdirilməsi prosesində (məs. əmtəələrin daxili və beynəlxalq gömrük tranziti zamanı, gömrük qurumlarının izni ilə daxili və ya beynəlxalq gömrük tranziti zamanı reallaşdırılan gömrük müşahidəsi nəzarəti növü kimi);

- ölkəmizin gömrük məkanına şərti formada

buraxılmış mal və nəqliyyat vasitələrinə qarşı (məsələn: gömrük anbarı rejimində saxlanılan, eləcə də, emal üçün gətirilən).

Gömrük baxışı - gömrük orqanlarının rəsmiləri tərəfindən ixtiyar verilmiş nümayəndəsi tərəfindən reallaşdırılan vizual baxış gömrük nəzarəti formasıdır ki, burada əmtəələrə, nəqliyyat vasitələrinə, fiziki şəxslərin yükünə, gömrük plombuna, yük həcminə, möhürə və başqa identifikasiya vasitələrinə, yük yeri açılmadan əmtəələrin bağlanma, qablaşdırılmasına zərər vermədən həyata keçirilən vizual gömrük baxışıdır.

Mallara baxış təmsilçinin baxış aparılan obyektlərə hüququ olan başqa şəxslərin iştirakı ilə reallaşdırılır. Burada mal və nəqliyyat vasitələrinə baxış vaxtı maraqlı şəxslərin gömrük baxışında iştirakı üçün maraq göstərməməkləri isə istisnalıq təşkil edə bilər.

Tam gömrük baxışı - bu gömrük orqanının əməkdaşı tərəfindən həyata keçirilən gömrük nəzarəti növü olmaqla özündə plomb, möhür və başqa identifikasiya vasitələrini acmaq və malların qablaşmalarını, nəqliyyat vasitələrinin yük yerlərini, konteyner və başqa yerləri, açmaqla əlaqəli olan əməliyyatları əhatə edir. Bir sözlə, tam gömrük baxışı malların gömrük bəyannaməsinin qəbul olunmasından sonra həyata keçirilir. Yəni, gömrük bəyannaməsi hüquqi sənəd statusunu alır.

Bu hallar isə istisnalıq təşkil edir:

- AR gömrük məkanına gətirilmiş məhsulların identifikasiyası üçün bəyannamənin verilməsinə kimi tam gömrük nəzarəti (məsələn: daxili gömrük tranzitinin rəsmiləşdirilməsi halında);

- AR gömrük qanunvericiliyinin pozulmasının məlumatının müayinəsi üçün tam gömrük baxışı;

- seçmə müayinə əsasında gömrük baxışı[2].

Şəxsi tam baxış - gömrük baxışının bu müstəsna şəkli gömrük idarəsinin rəisi və ya onun müavininin qərarı ilə dövlət sərhədi ilə keçən beynəlxalq istiqamətlər üçün açıq olan həmçinin, aerovağzalı tranzit məkanında və ya gömrük nəzarəti məkanında olan fiziki şəxsin özündə və ölkəmizin ərazisinə idxalı və ya ixracı qadağan olunmuş məhsulu gizlətməsi barəsində gərəqli qədər informasiya olduğu təqdirdə aparılır.

Malların ayrıca markalarla markalanmasını və identifikasiya nişanlarının olub-olmamasını yoxlamaq - gömrük nəzarəti növü gömrük idarələri tərəfindən mallarda və onların qablaşdırılmasında

ayrıca marka, identifikasiya işarələrini və ya malların başqa işarələnmələrini müayinə üçün aparılır.

Bu cür gömrük yoxlamaları, gömrük nəzarəti altında olmayan məhsullara tətbiq olunur. Azərbaycan Respublikası Gömrük Məcəlləsinə müvafiq olaraq gömrük orqanları ölkəmizin gömrük məkanına gətirilən əmtəələrin dövriyyəsi müddətində gömrük nəzarəti aparılır:

- AR Gömrük Məcəlləsinin müəyyən etdiyi tələb və şərtlərə müvafiq olaraq buraxılmasının gömrük orqanları tərəfindən müayinə yolu ilə təsdiq edilməsi;

- əmtəələrin üzərində Azərbaycan gömrük məkanına gətirilməsi leqallığı istifadə olunan marka və identifikasiya işarələrinin olmasına nəzarət.

Məhsulların xüsusi markalarla markalanmasının əsas məqsədi malların üzərindəki identifikasiya nişanları və başqa şəkildə malların işarələnməsi malların Azərbaycan gömrük məkanına gətirilməsinin leqallığını təsdiq etmək kimi qiymətləndirilir. Məsələn: spirtli içkilərin, tütün və tütün məhsullarının ölkənin gömrük məkanına gətirilməsi və onların azad dövriyyə üçün buraxılması aksiz markaları ilə markalanmadan keçir (onların dövriyyəsinə nəzarət məqsədilə).

Gömrük orqanları tərəfindən (göstərilən gömrük nəzarətinin aparılması zamanı) müəyyən faktlar markalar və identifikasiya işarələrinin olmaması məhsulların AR gömrük rəsmiləşdirilməsindən keçirilmədən gətirilməsi kimi baxılır. Bina və məkanlara baxış belə gömrük nəzarəti növünün məqsədi, şərti buraxılmış müvəqqəti saxlama anbarları, rüsumsuz ticarət mağazalarında, gömrük anbarları, eləcə də fərdlərdə olan gömrük nəzarəti altında olan əmtəə və nəqliyyat vasitələrini müəyyən etməkdir. Gömrük orqanlarının rəsmiləri tərəfindən bina və yerlərə vizual baxışın keçirilməsi əmtəə və nəqliyyat vasitələrin harada olmaları və yaxud da ola biləcəklərini öyrənməkdir.

Gömrük təftişi - gömrük orqanları tərəfindən həyata keçirilir, malların buraxılma faktlarını, gömrük məəcəlləsində göstərilən informasiyaları, eləcə də başqa məlumatların düzgünlüyünün müəyyən edilməsidir. Ümumi və xüsusi gömrük auditi yalnız hüquqi şəxslər, fərdi sahibkarlar, və xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçılarına tətbiq edilir. Bu iki gömrük təftişinin yekunları iki nüxsədən ibarət aktla qeyd olunur [6].

Açar sözlər: *gömrük baxışı, gömrük müayinəsi, gömrük təftişi, tam nəzarət, şəxsi yoxlama*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. E.E.Qanbayev "Gömrük nəzarəti və onun nəzəri-metodoloji əsasları" *Odlar Yurdu Universitetinin Elmi Və Pedaqoji Xəbərləri 2020 - № 54 51-58*
2. İbrahimov T.T "Kioto konvensiyası və gömrük nəzarəti" *AMEA İqtisadiyyat instutu Elmi əsərləri №3 2018 65-69*
3. Aydan Rəhimova "Ölkənin xarici xicarət əlaqələrinin mövcud vəziyyəti və perspektiv inkişaf istiqamətləri" *İPƏK YOLU, No.1, 2018, səh.119-128*
4. A.Ş.Şəkəraliyev, C.Q.Nuriyev, A.Ə.Əliyev, Z.A.Şəkəraliyeva. *Gömrük işinin təşkili və idarə edilməsi. Dərslik. Bakı-2018, səh.58-65*
5. C.Q. Nuriyev, A.Ə. Əliyev, M.C. Atakişiyev *Gömrük işinin təşkili və idarə edilməsi Bakı 2009 səh 37-42*
6. E.Quliyev, İ.Mehrəliyev *Gömrük işinin təşkili Dərs vəsaiti Bakı 2012 səh 171-175*
7. «Gömrük nəzarətinin həyata keçirilməsi Qaydaları»nın təsdiq edilməsi haqqında *Qərar № 7 Bakı şəhəri, 18 yanvar 2013-cü il*
8. *Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi. Bakı-2019*
9. <https://customs.gov.az> – *Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin rəsmi saytı*
10. *Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin rəsmi saytı <http://www.economy.gov.az>*

The essence and forms of customs control in the Republic of Azerbaijan
Salimov Teymur Rahib

SUMMARY

The article discusses the theoretical aspects of customs control, its forms and types, as well as methodological issues of organization. The Customs Code of the Republic of Azerbaijan also considers the legal basis for the implementation of customs control, the norms of organization of activities for the inspection of goods and means of transport crossing the customs border of Azerbaijan.

Keywords: *customs inspection, customs control, customs examination, full control, personal inspection*

Сущность и формы таможенного контроля в Азербайджанской Республике
Салимов Теймур Рахиб

РЕЗЮМЕ

В статье рассматриваются теоретические аспекты таможенного контроля, его формы и виды, а также методологические вопросы организации. Таможенный кодекс Азербайджанской Республики также рассматривает правовые основы осуществления таможенного контроля, нормы организации деятельности по досмотру товаров и транспортных средств, пересекающих таможенную границу Азербайджана.

Ключевые слова: *таможенная инспекция, таможенное наблюдение, таможенное осмотр, полный контроль, личный осмотр*

İDARƏETMƏ ETİKASININ FORMALAŞMASININ İQTİSADI MAHİYYƏTİ VƏ İNKİŞAFI İSTİQAMƏTLƏRİ

RƏHİM QƏDİMLİ

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
Beynəlxalq Magistratura və Doktorantura
Mərkəzi, magistr*

E-mail: rahimgadimli@gmail.com

Giriş

Fərqli terminlərin - “etika” (Yunan) və “əxlaq” (Latın) sözlərinin istifadəsi təsadüfi deyil. Sadalanan problemləri nəzərdən keçirərkən istifadə olunan və oxşar Slavyan kökündən (mənası, xarakteri) yaranan “əxlaq” sözü də vardır. Bu üç terminin mənaları arasındakı fərqi etik (əxlaq elmində olduğu kimi) və fəlsəfədə bir tarixi var. Ticarət etikasını problemlərinə həsr olunmuş ədəbiyyatda, müəlliflər “etikanı” “əxlaq” dan ayırmağı ümumiyyətlə zəruri hesab edirlərsə, bir qayda olaraq etik cəhətlərin sosial qarşılıqlı münasibətlərdə, əxlaqi cəhətlər isə insanın daxili qiymətləndirmələrində təqdim olunduğu güman edilir. Ancaq hər iki vəziyyətdə də yaxşı ilə şərin, ədalətlə haqsızın, yaxşı ilə pisin ayrılmasından danışırıq (Səfərəliyeva, 2012).

Məqalənin əsas məqsədi mövcud olan qloballaşma şəraitində işgüzar etiket qaydalarının elmi və təcrübəvi cəhətlərini çıxarılması əsasında tədqiqatlar aparmaqdan ibarətdir.

Aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

Bank xidmətləri və müasir şəraitdə onların xarakterik cəhətlərini müəyyənləşdirmək;

➤ Bank marketinqi - bank xidmətlərinin istehlakçılara təsirini araşdırmaq;

➤ Bank fəaliyyətinin marketinq modelinin təşkili xüsusiyyətlərinə nəzər salmaq;

➤ Ölkəmizdə bank sektorunun mövcud vəziyyətini təhlil etmək.

Məqalədə işgüzar etiketin müasir şəraitdə yeri və rolunun müəyyənləşdirilməsi tədqiqatın praktiki əhəmiyyətə malik olmasına dəlalət edir. Aparılan araşdırmalar nəticəsində etikanın və işgüzar etiketin tədqiqi irəli sürülən təklif və tövsiyələrin tətbiq edilmə imkanlarını daha da genişləndirir.

Metod

Tədqiqat işinin təhlili zamanı sistemli yanaşma

və analiz metodlarından istifadə olunmuşdur. Bunlarla bərabər, deduksiya və induksiya metodlarından da istifadə olunmuşdur. Belə ki, induksiya metodu ilə tədqiqat işi haqqında iqtisadi dəlillər toplanmış, araşdırılmış və sistemləşdirilmişdir. Sintez metodu, daha detallı bir araşdırma məqsədi ilə fərdi elementləri bütöv hala gətirmək üçün istifadə olunmuşdur.

Bu metod təhlil metodu ilə olduqca sıx əlaqəlidir, çünki hər zaman fərdi analiz nəticələrini özündə cəmləyən əsas element kimi mövcuddur. Beləliklə məqalədə sistemli analiz metodu tətbiq edilir, buna uyğun şəkildə, problem iqtisadi inkişafa uyğun əlaqəli tarixi inkişaf yönündən təhlil olunur. Məqalənin, hər bir mərhələsində həm ümumi sintez metodları və elmi analiz, həmçinin məntiqi analiz, iqtisadi-statistik metod, müqayisə və təsnifat metodları, həm də ekspert qiymətləndirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

Araşdırma Modeli

İşgüzar etika kodeksi adlandırılan işçilərin davranış qaydalarının ümumi formada ifadəsini tapır. İşgüzar etika demokratik ölkələrdəki şirkətlərin çoxunun və xüsusən transmilli şirkətlərin önəmli daxili sənədidir. İşgüzar etika inkişaf etmiş demokratik ölkələrdə qeyri-hökumət və hökumət qurumlarında işçilərin davranışını düzgün formada nizamlayan vacib sənəddir. Qeyd olunmalıdır ki, işgüzar etika kodeksləri konkret qurum üçün fərdi formada planda tərtib edilir. Bu kodekslərdə oxşarlıqların olmasına baxmayaraq şirkət və yaxud hökumət orqanı üçün əhəmiyyətli olan xüsusi fəaliyyət aspekti hər zaman mövcuddur. Müasir şirkətlərin, xüsusən də beynəlxalq bazarlarda iştirak edən şirkətlərə işgüzar etika mədəniyyətini təkmilləşdirmək zəruridir. Bu, onların uğuru getməsinə zəmanətdir.

Məqalənin informasiya bazası kimi AMEA Mərkəzi Elmi Tədqiqat İnstitutunun, Azərbaycan

Dövlət Statistika Komitəsinin, Təhsil Nazirliyinin, İqtisadiyyat Nazirliyinin və digər təşkilatların və dövlət orqanlarının statistik və analitik materialları və nəticələri təşkil edir.

Həm bir fərdin, həm də bütöv bir təşkilatın əxlaqi inkişaf səviyyəsi hal-hazırda iyirminci əsrdə formalaşanlara istiqamətlənmə ilə müəyyən edilir. Ümumdünya ədalət prinsipləri: insan hüquqlarının bərabərliyi və fərdi şəxs olaraq insanın ləyaqətinə hörmət (Kolberg L.); həyata hörmət prinsipi (Schweitzer A.). A.Pecceinin məşhur “İnsani keyfiyyətlər” kitabında təşkilatın hədəflərini müqayisə etmək üçün istifadə edilə bilən “bəşəriyyət üçün altı hədəf” öz əksini tapmışdır (Səfərəliyeva, 2012).

“Xarici hədudlar” - insanın yer üzündə mövcudluğunun biofiziki hədləri problemini başa düşmək, insanla təbiət arasındakı əlaqəni uyğunlaşdırmaq;

“Daxili məhdudiyətlər” - insanın fiziki və psixoloji imkanlarının öyrənilməsi;

Xalqların və millətlərin mədəni xüsusiyyətlərinin qorunması və qorunması;

“Dünya birliyi” - eqosentrik dövlətlər sisteminin öz aralarında koordinasiya edilmiş və coğrafi və qərar qəbul etmə mərkəzləri sisteminə tədricən çevrilməsinin yollarını müəyyənləşdirmək;

Yaşayış yeri, insan məskənləri üçün əsas dünya planı.

İstehsal sistemi

Korporativ etik kodlar, son dörd əsrdə inkişaf etmiş və müəyyən dərəcədə maksimum etik tələbləri məhdudlaşdıran digər etik prinsiplərə əsaslanıla bilər:

Faydacı prinsip - ən çox insana ən böyük fayda verir;

Fərdi prinsip - kiminsə uzunmüddətli maraqlarına çatmağa yönəldilmişdir.

Təşkilatın dəyərləri, məqsədləri və fəlsəfəsinə dair mücərrəd müddəaların korporativ etik kodlara daxil edilməsi şirkət rəhbərliyinin onlara sadəcə gözəl sözlər kimi münasibətini istisna etmir, eyni zamanda cəmiyyətin təşkilatlara qoyduğu tələblərin etik standartları çox yüksəkdir. Korporasiyalardan müxtəlif sosial problemləri həll etmək tələb olunur: işçilərin həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, ətraf mühitin qorunması, xeyriyyə işləri, cəmiyyətin bütün vətəndaşlarının həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması. (Səfərəliyeva, 2012).

ABŞ-da iş həyatının etik məsələlərinə xüsusi diqqət yetirilmişdir. Məcburi etika kursları təkcə

fəlsəfə və teologiya şöbələrində deyil, müxtəlif biznes məktəblərində də tədris olunur. Böyük şirkətlər işçiləri üçün etik kurslar təşkil edirlər. Bir çox firma, şirkətin etik prinsiplərini, davranış qaydalarını və rəhbərliyin işçiləri qarşısında məsuliyyətini yazaraq formalaşdıran korporativ etik kodlar yaradır. Bununla birlikdə, bir etik kodeksin verilməsi çox vaxt ictimai rəyə sadə bir güzəstdir və etik məsələlərin həllində həm ilk, həm də son addımdır. Menecerlərin mənəvi səviyyəsi digər peşələrin nümayəndələrindən daha aşağıdır.

Bununla belə, ictimaiyyətin etik məsələlərə diqqəti təşkilat rəhbərlərini fəaliyyətlərinin etik təhlilini aparmağa məcbur edir. Etik araşdırmalarda ümumi bir yer olan əxlaqın tutulmayan və idarəolunmaz mahiyyəti ilə bağlı şikayətlərdən, bir təşkilatın fəaliyyətinin etik aspektlərinin planlı və nəzarət edilən bir nizama çevrilməsinə, əxlaqın institusionalizasiyasına keçməyə cəhd edilir.

Analiz

Etika geniş mənada universal və tətbiq olunan xüsusi əxlaqi tələblər və davranış normaları ictimai həyat prosesidir. Buna görə iş etikasını ictimai həyatın sahələrindən birini vurğulayır. Universal əsaslanır norma və davranış qaydaları, xidmət münasibətlərinin etik standartları var. İş etikasını getdikcə daha çox verilmişdir. Bu, təhsil proqramlarının həcmindəki artımda özünü göstərir. Ümumi Etik Kursları davranışlar bəzi məktəb proqramlarına, sistemə daxil edilir. İşəgötürənlər getdikcə daha çox iş etikasını və kadr seçimi və işə qəbulunda şəxsi münasibətlər və həm də işçiləri tərəfindən birbaşa həyata keçirilmə müddətində peşəkar rol oynayır. Ticarət etikasına uyğunluq münasibətlər peşəkarlığı qiymətləndirmək üçün əsas meyarlardan biridir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bu yanaşma yalnız xidmət əlaqələri sahəsi üçün, həm də istifadə edin genişləndirilməməlidir. Bir daha vurğulamaq lazımdır ki, etika bir sistemi əhatə edir. Təbii ki, bir çox norma bir iş şəraitində əlaqələr gündəlik həyat üçün ədalətlidir və əksinə, şəxsiyyətlərarası münasibətlərin demək olar ki, bütün qaydaları xidmət etikasında əks olunur.

Ticarət etikasını sözün geniş mənasında, təşkilatların və üzvlərinin idarəetmə və sahibkarlıq sahəsindəki fəaliyyətlərinə rəhbərlik etməli olan etik prinsip və normaların məcmusudur. Müxtəlif sifarişli hadisələri əhatə edir (Axundova, 2014):

- Bütövlükdə təşkilatın daxili və xarici siyasətinin

etik qiymətləndirilməsi;

- Təşkilat üzvlərinin mənəvi prinsipləri (peşə əxlaqı);

- Mənəvi davranış nümunələri;

- İş etiket qaydaları.

Ticarət etikası azadlıq kimi universal bir insan dəyərinə əsaslanır. Bu o deməkdir ki, menecer rəqiblərinin işlərinə müdaxilənin, hətta kiçik şeylərdə də onların mənafeələrinin pozulmasının yolverilməzliyi ilə ifadə olunan sərbəstliyi qiymətləndirməlidir.

İş etikası idarəetmə prosesindəki insanlar arasındakı münasibətləri tənzimləyir. İş etikası müəyyən normalara, tələblərə və prinsiplərə əsaslanır.

Zəriflik ünsiyyətdə nəzakət və diqqətli olmaq, həmkarlarının qürurunu əsirgəməmək bacarığı kimi başa düşülür. Bu, yalnız yüksək peşəkar menecerlər və iş adamlarına xas olan ünsiyyətdə düzgünlük və səmimiyyət nümayiş etdirməyin xüsusi bir formasıdır. Zəriflik, iş problemlərinin ən az mənəvi və psixoloji xərclərlə həll olunmasına kömək edən ən sadə iş əlaqəsidir.

Ticarət etikası, ədalət kimi bir konsepsiya da diqqət yetirir ki, bu da insanların şəxsi və işgüzar keyfiyyətlərinin və fəaliyyətlərinin qiymətləndirilməsini, şəxsiyyətlərinin tanınmasını, tənqidlərə açıq və özünü tənqid etməyi nəzərdə tutur (Соломанидина, 2015).

Ticarət etikasında ən çox işlənmiş məsələlər bunlardır: korporativ və ümumbəşəri etika arasındakı əlaqə, idarəetmə fəaliyyətinin sosial məsuliyyəti problemi, ümumi etik prinsiplərin konkret qərar qəbul etmə vəziyyətlərinə tətbiqi, təşkilatın etik səviyyəsinin yüksəldilməsi yolları, dini və mədəni dəyərlərin iqtisadi davranışa təsiri və digərləri.

Makro subyektlər arasındakı əxlaqi münasibətlər sistemində mütəxəssislər iki səviyyə ayırırlar: üfüqi və şaquli. Yatay səviyyədə eyni xüsusiyyətlərə sahib olan subyektlər arasında, fərqli şirkətlər arasındakı mənəvi münasibətləri nəzərdən keçirin; fərqli xüsusiyyət və xüsusiyyətlərə sahib olan subyektlər arasında şaquli - əxlaqi münasibətlər. Bu səviyyə korporasiyalarla dövlət arasında, korporasiyalarla bütövlükdə cəmiyyət (və ya onun bir hissəsi) arasında və korporasiyalarla ətraf mühit arasındakı əlaqəni əhatə edir.

Bir təşəbbüskar təşkilati mədəniyyət üçün etik doktrina, təşkilatın hər bir üzvü üçün maksimum mənfəət güdən egoistlik prinsipləri üzərində qurulmalıdır. Kollektivizmin əsasları üzərində qurulmuş üzvi təşkilati mədəniyyətin etik prinsipləri,

komanda üzvlərinin hər biri üçün maksimum bərabərlik, bərabər hüquq və bərabər məsuliyyət əldə etməyi nəzərdə tutur. Bürokratik təşkilati mədəniyyət öz-özlüyündə ikidir, çünki hiyerarşik bir təşkilata malikdir və bildiyiniz kimi “yuxarıların əxlaqı” və “altların əxlaqı” həmişə bir-birindən fərqlənir. Onları maksimum məsuliyyət nümayəndəliyi, yəni təşkilatın bütün üzvlərinin məsuliyyətsiz davranışı və bu “güc piramidası”nın zirvəsində olan insanlar arasında güc funksiyaları və məsuliyyətinin maksimum cəmlənməsi birləşdirir. Bu səbəbdən “yuxarı” prinsipi “istədiyinizi et”, “alt” prinsipi isə “müdirin dediklərini etmək” dir. Bürokratik mədəniyyət üçün ən çox xarakterik olan bu bölünmüş, özgəninkiləşdirilmiş, “bədbəxt şüur” vəziyyətidir.

Boss və tabe olan şəxs arasındakı münasibət üç model ilə təsvir edilə bilər (Axundova, 2014):

Tabe özünü ətrafdakı və ya patronun yaratdığı və tamamilə ona yüklədiyi şərtlərdən bir qurban kimi görür, bu səbəbdən də tabeçiliyində olanların başına gələn hər şey üçün müdir tam mənəvi məsuliyyət daşıyır;

Tabe olan şəxs, təşkilatın təyin etdiyi rola uyğun hərəkət edən “boş gəmi” dir və yalnız bu rolda bu təşkilatda qoyulan gözləntiləri və ya reçeteleri necə yerinə yetirdiyinə görə cavabdehdir;

Tabe olan yalnız patronu məmnun edə bilməyən, həm də özünü incitməyəcək ağıllı bir ifaçıdır. Bu, “durğun” dövrlərdə dedikləri kimi “bosslar maaş almış kimi, tabeliyində olanlar isə işləyən kimi göstərdikləri zaman” ikili əxlaqın zirvəsidir.

İştirakçı təşkilati mədəniyyət, bütün üzvlərin onlar üçün ümumi məsələlərdə bacarıq və məlumatlılığından asılı olaraq, komandanın hər bir üzvünün maksimum özünü inkişaf etdirmə və iştirak prinsipləri üzərində qurulur. Əxlaqi tənzimləmənin rolu artır və ədalət prinsipi əsas prinsipə çevrilir.

Korporativ etik kodeksin digərlərindən daha asan nəzarət və tənzimlənməsi olan hissəsidir. Bəzən bütün inzibati iş etikasının yalnız etiket qaydaları qalır. Etik davranış davranışı tənzimləyən düzgün əxlaqi metodlarla əlaqəli deyil, buna görə fəlsəfi etik lüğətlərdə bu barədə məqalələr belə yoxdur. Xarici davranış formalarını ciddi şəkildə tənzimləyərək etiket qaydaları insana seçim sərbəstliyi vermir. Bundan əlavə, etiket qaydalarının həyata keçirilməsi yalnız xarici davranışa aiddir və mənəvi şüur sahəsinə təsir göstərmir.

“Etiket qaydaları” sözü müəyyən bir sosial sahədə müəyyən edilmiş davranış qaydasını bildirir: saray,

diplomatik, hərbi, yüksək cəmiyyət, kilsə, idman, elmi icmaların etiket qaydaları; sahibkarlıq və idarəetmə sahəsində - iş qaydaları. Etik davranış qaydaları tanışlıq, salamlama və vidalaşma formaları, minnətdarlıq və rəğbət ifadə etmə, nitq mədəniyyəti və söhbət aparmaq bacarığı, süfrədəki davranış qaydaları, təbriklər, hədiyyələr və s. İşgüzar etiket qaydalarındakı bütün bu vəziyyətlər bir iş üçün müraciət edərkən və iş yerlərini dəyişdirərkən davranış qaydaları, müdirlə tabeliyində olanlarla münasibət qaydaları, ofis telefonu ilə danışmaq qaydaları, iş yazışmaları, ofis daxili bəzəkləri, iş əlaqəsi müddətində qadın və kişi münasibətləri ilə tamamlanır (Уткин, 2015).

Ölkəmizdə hüquqi dövlət qurulması, vətəndaş cəmiyyətinin formalaşması hüququn rolunu xeyli artırdı. Bu gün hüquqşünaslar olmadan edə biləcək bir sosial həyat sahəsi tapmaq çətindir. Qanunverici, icraedici və məhkəmə orqanlarında, prokurorluqda və hüquq peşəsində çalışırlar. Müəssisələrdə, sosial-mədəni, tədqiqat, təhsil müəssisələrində, ticarət strukturlarında, ictimai birliklərdə, hüquq şöbələri, bürolar yaradıldı, müntəzəm hüquqşünas vəzifələri gətirildi. Hüquq mütəxəssisləri nəzarət və təftiş orqanlarında (ticarət, maliyyə və s.) istifadə olunur, dövlət və bələdiyyə idarəetmə orqanları yanında müxtəlif komissiyaların işində fəal iştirak edirlər. Hüquqşünaslar qanunverici komitələrə və qanunverici (nümayəndəli) orqanların digər komitələrinə rəhbərlik edirlər (Спивак, 2014).

Hüquq işi çox mürəkkəb və çoxşaxəli bir fəaliyyətdir. Məzmunu, bir tərəfdən, təsbit edilmiş vətəndaşların hüquqlarını qorumaq, digər tərəfdən hər bir şəxs tərəfindən qanuni normalara ciddi riayət edilməsini, cinayətlərə qarşı qətiyyətli bir mübarizəni, hər hansı bir antisosial davranış və qanunsuz hərəkətlərlə təmin etmək ehtiyacı ilə müəyyən edilir.

İşgüzar ünsiyyət bu və ya digər növ obyektiv fəaliyyətin təşkili və optimallaşdırılması məqsədi ilə şəxsiyyətlərarası ünsiyyətdir: istehsal, idarəetmə, elmi, ticarət və s.

İşgüzar ünsiyyət bu və ya digər növ obyektiv fəaliyyətin təşkili və optimallaşdırılması məqsədi ilə şəxsiyyətlərarası ünsiyyətdir: istehsal, idarəetmə, elmi, ticarət sahələri və s. Bu tərif işgüzar ünsiyyətin məqsədini - məhsuldar əməkdaşlığın təkilini vurğulayır və bunun insan fəaliyyətinin müxtəlif sahələri ilə ayrılmaz şəkildə əlaqəli olduğunu qeyd edir. Nəzərə alınmalıdır ki, işgüzar ünsiyyət iştirakçıları, bir qayda olaraq məmurlar, vəzifələri

icra edən məmurlardır.

Tədqiqatçılar müxtəlif növ rabitə növlərini təhlil edir, onun spesifik xüsusiyyətlərini təsvir edirlər. Qanuni fəaliyyət sahəsindəki ünsiyyət üçün də xarakterik olan əsas xüsusiyyətləri adlayaq.

Hər şeydən əvvəl, bu tənzimləmə - müəyyən edilmiş qaydalara və məhdudiyətlərə itaətdir. İşgüzar ünsiyyətdə işçinin vəzifə hüquqları və vəzifələri, kollektivin ənənələri, işgüzar ünsiyyət növü, rəsmi olma dərəcəsi, müəyyən bir iclasın məqsəd və vəzifələri, milli və mədəni adətlər ilə müəyyən edilən qəbul edilmiş davranış standartları mövcuddur (Спивак, 2014).

Müntəzəmlik müəyyən sosial qrupların yığılmış təcrübəsini, mənəvi münasibətlərini və zövqlərini əks etdirən işgüzar etiket qaydalarına riayət etməyi nəzərdə tutur. İş etiketinə salamlama və təqdimat qaydaları daxildir, söhbət zamanı, danışmalar zamanı, qəbulda, masada davranışı tənzimləyir; vizit kartlarından necə istifadə olunacağını, iş yazışmalarının aparılmasını və s. qaydaları iş adamlarının xarici görünüşünə, geyimlərinə, mənfi və müsbət emosiyaları idarə etmək bacarığına və danışmaq tərzinə çox diqqət yetirilir.

İşgüzar ünsiyyətin tənzimlənməsi həm də müəyyən bir müddətlə məhdudlaşması deməkdir. İş adamları vaxtın dəyərini bilir, ondan səmərəli istifadə etməyə çalışırlar və adətən iş günlərini saatlarla dəqiqələrlə təyin edirlər. Buna görə də, bir qayda olaraq, işgüzar görüşlər ciddi bir cədvələ malikdir və ayrılan vaxtdan səmərəli istifadə olunması üçün müzakirə olunan məsələlərin çeşidini dəqiq müəyyənləşdirmək və görüşə diqqətlə hazırlamaq vacibdir.

Nəzərə alınmalıdır ki, hüquq praktikasında bir mütəxəssisin bir çox hərəkəti hüquqi sənədlərlə tənzimlənən prosessual qanunvericiliklə müəyyən edilir, yəni müəyyən dərəcədə rəsmiləşdirilir.

İşgüzar ünsiyyətin vacib bir xüsusiyyəti, iştirakçıların rol oynayan rollara ciddi şəkildə riayət etməsidir. Həyatda daim müxtəlif rollar oynayırıq, "oynayıq". Qarşılıqlı əlaqə müddətində, müxtəlif vəziyyətlərdə olan bir iş adamı həm müdir, həm tabe olduğu bir həmkar, həm ortağ, həm də bir şəxs və bir hadisənin rəsmi nümayəndəsi və s. olmalıdır. Bunu nəzərə almaq və tələblərə uyğun olaraq davranmaq lazımdır, konkret vəziyyət və qəbul edilmiş rolla təqdim olunur. Bəzən bir-biri ilə qohum, dost, dost, yaxın münasibətlər quran insanlar bunu unudurlar. Başqa işçilərin, kənar şəxslərin iştirakı ilə

tanış davranışlar, sizinlə ünsiyyətə keçirlər, rəsmi şəraitdə yersiz ifadələr işlədirlər ki, bu da məmuru yöndəmsiz vəziyyətə gətirir, nüfuzuna xələl gətirir (Соломанидина, 2015).

İşgüzar ünsiyyətdə rol oynayan rola riayət edilməsi iş axımını sabitləşdirir və bununla da onun səmərəliliyini təmin edir. İşgüzar ünsiyyətin xüsusiyyətləri, nəticəyə görə iştirakçıların məsuliyyətinin artırılmasını əhatə edir. Axı uğurlu iş qarşılıqlı əlaqəsi əsasən seçilmiş ünsiyyət strategiyası və taktikası ilə, yəni söhbətin məqsədlərini düzgün formalaşdırmaq, tərəfdaşların maraqlarını müəyyənləşdirmək, öz mövqeyi üçün bir əsas yaratmaq və s. ilə müəyyən edilir. və iştirakçıları itirənlərin çoxu ilə qarşılaşacaqlar (işdən çıxarılma, müqavilənin ləğvi, maliyyə itkiləri və s.). Bu səbəbdən də işgüzar ünsiyyətdə iş adamlarının bağlılıq, səliqə, sözə sədaqət, əxlaqi və etik standartlara və prinsiplərə sadiqlik, adekvat davranış kimi mühüm keyfiyyətləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. İşgüzar ünsiyyət iştirakçıları tərəfindən nitq vasitələrindən istifadəyə qarşı daha sərt münasibət tələb edir. İşgüzar ünsiyyətdə söyüş və ədəbsiz ifadələrə, xalq dilinə icazə verilmir, məhdud istifadə dairəsi (jargon, dialektizm, arxaizm və s.) sözlərinin istifadəsi arzuolunmazdır.

İşgüzar ünsiyyət insanların müəyyən bir sahədəki (istehsal, idarəetmə, tibb, nəqliyyat, hüquq və s.) müəyyən bir peşə fəaliyyəti ilə əlaqəli olduğundan, iştirakçılardan ixtisaslarının dilini yaxşı bilməsi tələb olunur. Peşəkar bir dildə səriştəlilik bu sahənin əsas konsepsiyalarına yiyələnməyi, terminlərin, xüsusi sözlərin və ifadələrin düzgün istifadəsini əhatə edir. Nəzərə alınmalıdır ki, eyni ixtisasda olanlar və fərqli olanlar, eyni zamanda mütəxəssis olmayan mütəxəssislər bir-biri ilə ünsiyyət qura bilirlər.

Nəzərə alınmalıdır ki, işgüzar qarşılıqlı fəaliyyətə təşkilatın iyerarxiyası, işçilər və şöbələr arasında qurulan şaquli və üfüqi əlaqələrin xarakteri əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

Əxlaq normaları ideoloji ifadəsini ümumi fikirlərdə, əmrlərdə, necə davranmalı olduğuna dair prinsiplərdə alır. Əxlaq həmişə müəyyən bir əxlaqi idealın, tarixi zamanında və sosial məkanında məzmunu və mənası dəyişən təqlid üçün bir modelin mövcudluğunu nəzərdə tutur, yəni. müxtəlif tarixi dövrlərdə və fərqli xalqlar arasında. Bununla birlikdə, əxlaqda edilməli olan şey həmişə realılıqla, həqiqətən mövcud olan bir əxlaq həqiqəti ilə, insan davranışının həqiqi normaları ilə üst-üstə düşür. Üstəlik, əxlaqi

şüurun inkişafı boyunca dəyişmənin daxili nüvəsi və quruluşu “varlıq və gərəklər arasında ziddiyyətli və gərgin bir əlaqədir”.

Varlıq və varlıq arasındakı bu ziddiyyətdə, ünsiyyət motivasiyasının (işgüzar ünsiyyət və insan davranışı daxil olmaqla) ziddiyyətli mahiyyəti də vardır. Bir tərəfdən, mənəvi cəhətdən düzgün davranmağa çalışır, digər tərəfdən, həyata keçirilməsi çox vaxt əxlaq normalarının pozulması ilə əlaqəli olan ehtiyaclarını ödəməlidir.

Yüksək ideal və praktik hesablama, əxlaqi vəzifə və dərhal istək arasındakı bu daxili ziddiyyət həyatın bütün sahələrində və hər zaman mövcuddur. Ancaq özünü xüsusilə işgüzar ünsiyyət etikasında sıx şəkildə göstərir, çünki qurduğu əsas mövzu bu ünsiyyət növündə fərdlər üçün xaricidir.

Şəxsiyyətin ictimailəşməsi və onun özünü həyata keçirməsi ünsiyyət prosesindədir. Aristotelə görə, ünsiyyət qurma qabiliyyəti insanı “varlıqların mənəvi mənasında zəif inkişaf etmiş” və “fövqəlinsan” dan fərqləndirir. Buna görə də, “ünsiyyətə girə bilməyən və ya özünü təmin edən bir varlıq hesab edən, heç bir şeyə ehtiyac duymayan, artıq bir heyvan ya da tanrı halına gələn bir dövlət elementi təşkil etmir.”

İşgüzar ünsiyyətin spəsifikliyi, məhsul istehsalı və ya iş effekti ilə əlaqəli müəyyən bir fəaliyyət növü ilə əlaqəli olaraq ortaya çıxması ilə əlaqədardır. Eyni zamanda, işgüzar ünsiyyət tərəfləri, insanların davranışının zəruri norma və standartlarını (etik daxil olmaqla) müəyyən edən rəsmi (rəsmi) statuslarda hərəkət edirlər. Hər hansı bir ünsiyyət növü kimi, işgüzar ünsiyyət də tarixi bir xarakter daşıyır, özünü sosial sistemin müxtəlif səviyyələrində və müxtəlif formalarda göstərir. Fərqli xüsusiyyəti, özünə yetərli bir məna daşımaması, özlüyündə bir məqsəd olmaması, başqa məqsədlərə çatmaq üçün bir vasitə kimi xidmət etməsidir. Bazar münasibətləri şəraitində bu, ilk növbədə, maksimum mənfəət əldə etməkdir.

Ənənəvi cəmiyyətdə işgüzar ünsiyyət etikası. Sosial-fəlsəfi müstəvidə işgüzar ünsiyyət etikası cəmiyyətin sosial-iqtisadi quruluşu, sosial təşkilatının quruluşu və hakim ictimai şüur tipi ilə müəyyən edilir. Ortaq bir sosial həyata, kollektiv fikirlərə, mifoloji şüura və şəxsiyyətlərarası münasibətlərə əsaslanan ənənəvi bir cəmiyyətdə (Emile Durkheimə görə “mexaniki həmrəylik” cəmiyyəti) işgüzar ünsiyyətin əsas mexanizmi ritual, ənənə və adətdir. İş etikasının normaları, dəyərləri və standartları onlara uyğundur.

Bu tip icmanın fərqli bir xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, işgüzar ünsiyyətin etik normaları

ilə inkişaf etmiş bazar münasibətləri olan bir cəmiyyətdə ortaya çıxacaq əxlaqi həyat haqqında ümumi fikirlər arasında hələ də heç bir boşluq yoxdur. Ümumi əxlaq normaları eyni zamanda işgüzar ünsiyyət normalarıdır. Əksər hallarda, iş həyatı şəxsi həyata qarşı olmadığı kimi, hələ bir-birlərindən ayrılmamışlar və bir-birlərinə qarşı deyillər. Ancaq ənənəvi bir cəmiyyət çərçivəsində özəl və korporativ maraqlar meydana gəlsə belə, ümumi əxlaq normaları yenə də böyük rol oynamağa davam edir.

Nəticə

Ticarət etikasının əsas tələbi tolerantlıqdır, bu tərəfdaşların, müştərilərin və ya tabe olanların zəif və zəif tərəflərini aradan qaldırmanın mümkünsüzlüyünün şüurunda olmasıdır. Dözümlülük qarşılıqlı inam, anlaşma və səmimiyyətə səbəb olur, münaqişə vəziyyətlərindən qaçmağa kömək edir.

İşgüzar münasibətlər həmişə müxtəlif çətinliklər və münaqişələrlə doludur, buna görə də nəzakət və incəlik tələb edirlər. Bu cür ünsiyyətdə nəzakət yalnız hədəflərin və davranış normalarının uyğunluğunu başa düşmək deyil, həm də etik normaları müəyyən bir şəxsə tətbiq etmək bacarığıdır. Cinsiyyət, yaş, milliyət, temperament, vərdişlər və s. xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq bərabər bir insan şəxsiyyəti olaraq ortağınızdan, müştərinizdən və ya tabeliyinizdən xəbərdar olmaq hər vəziyyətdə taktiki olmaq deməkdir.

Ənənəvi olaraq iş etikasını ümumiyyətlə makro-etika və mikroetika olaraq bölünür. Makroetika, cəmiyyətin sosial və iqtisadi quruluşunun hər iki makro subyekt arasında mənəvi münasibətlərin xüsusiyyətlərini nəzərə alan iş etikasının bir hissəsi kimi başa düşülür, yəni. korporasiyalar, bütövlükdə dövlət və cəmiyyət və onun hissələri. Mikroetika, bir şirkət daxilində, bir əxlaqi subyekt kimi bir şirkət ilə işçiləri, eləcə də səhmdarları arasında mənəvi münasibətlərin xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi kimi başa düşülür.

Bir təşkilatın mənəvi mühiti təşkilati mədəniyyəti ilə müəyyən edilir. Təşkilatın qanuni məqsədlər, missiya, dəyərlər şəklində formal, qanuni olaraq müəyyən edilmiş cəhətləri, fəaliyyətin həqiqi hədəfləri və məzmunu və təşkilatda inkişaf edən insanların münasibətlərinin təbiətindən fərqlənə bilər, buna görə formal, qanuni təşkilati mədəniyyət və kölgə və ya həqiqi təşkilati mədəniyyət haqqında danışa bilərik. Üzvi mədəniyyətlə əlaqəli ictimai təşkilatlardakı mənəvi mühit, dövlət işçilərinin

ciddi şəkildə riayət etməli olduqları, rəsmi olaraq qəbul edilmiş qanun və məcəllələrə - bu dövlət təşkilatlarının üzvləri tərəfindən, dövlətdə bürokratik təşkilati mədəniyyətlə əlaqəli olan ictimai və mənəvi dəyərlərin cəmi ilə müəyyən edilir. Kommersiya təşkilatlarında hədəflər mənəvi motivasiya daxil olmaqla təşkilatın üzvləri olan işçilərin yüksək davamlı motivasiyasının yaradılması yolu ilə həyata keçirilir.

Açar sözlər: etik normalar; işgüzar ünsiyyət, sosial qruplar, iş etiketi, Rəqabətqabiliyyətlik.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Axundova N.F. (2014). "Təşkilati davranış" Bakı, "Azər nəşr", 456 səh.
2. İşgüzar etika. Azərbaycan biznesmenlər üçün vəsait. Bakı, 2004.
3. Quliyev R.H. (2017). "Korporativ sosial məsuliyyət". Bakı, "Elm", 322 səh.
4. Məmmədov Z. (2015). "Orta əsr Azərbaycan filosofları". Bakı, "Elm", 211 səh.
5. Muradov R.Ş. (2015). "Biznes etikasını Dərs vəsaiti. Bakı, "Azər nəşr", 223 səh.
6. Niftullayev V. (2015). "Sahibkarlığın əsasları". Bakı, "Elm", 534 səh.
7. Piroqov K.M., Temnova N.K., Quskova İ.V. (2012). "Biznesin təşkilinin əsasları". Bakı, "Elm", 123 səh.
8. Səfərəliyeva R. (2012). "İşgüzar etika" Bakı, "Elm", 345 səh.
9. Şahbazov K.A. (2014). "Menecment". Bakı, "Azər nəşr", 423 səh.
10. Антонова В.Г. (2015) «Корпоративный менеджмент». Москва, 210 стр.
11. Бочарова И.Ю. (2014) «Корпоративный управление». Москва. 456 стр.
12. Венсин В.Р. (2015) «Управление персоналом». Москва, 156 стр.
13. Грибов Б.Д. (2017) «Основы бизнеса». Москва, 567 стр.
14. Дементьев В., Авдатьяева С. Тенденции эволюции официальных финансово-промышленных групп в 2000-2001 годах // РЭЖ, 2013, № 3. стр.23-39.
15. Дементьев В.Е., Львов Д.С. (2015) Финансово-промышленные группы в российской экономике. М. 120 стр.
16. Карлоф Б. (2014) «Деловая старегия». Москва, 378 стр.
17. Колодко Г. «Глобализация и сближения

уровней экономического развития». // *Вопросы экономики*. 2015, №10, стр.39 -50.

18. Мазур И.И., Шапиро В.Д. (2016) «Корпоративный менеджмент». Москва, 377 стр.

19. Пиз. А., Гарнер А. (2015) «Язык разговора». Москва, 231 стр.

20. Соколов М.И., Деметьева А.Г. (2014) «Управление человеческими ресурсами». Москва, 112 стр.

21. Соломанидина Т.О. (2015) «Организационная культура компании». Москва, 411 стр.

22. Спивак В.А. (2013) «Организационное поведение и управление персоналом». Москва, 321 стр.

23. Спивак В.А. (2016) «Корпоративная культура». Москва, 366 стр.

24. Таранов Г. (2016) «Этика делового общения». Москва, 56 стр.

25. Уткин Э.А. (2015) «Этика бизнеса». Москва, 281 стр.

26. Частер (2015) «Деловой этикет». Москва, 335 стр.

27. Шимилов С. (2015) *Стратегия современного предпринимательства и социального развития корпораций*. М.: Дашков и К*, 246 стр.

28. <http://www.ataholding.az>

29. <http://www.kayzen.az/işgüzar-etika/>

ECONOMIC SIGNIFICANCE AND DEVELOPMENT DIRECTIONS OF MANAGEMENT ETHICS FORMATION

Summary

The article examines the formation of management ethics, the role of ethics in management, the formation and development of national cultural values, organizational culture and the factors that determine it in detail. In modern times, business ethics is a key factor in characterizing the degree of management culture of any government agency. Business etiquette, which is a key element of internal culture, helps to reduce risks in all situations, when the risks of internal or external conflicts of decisions made at different levels of management and executive bodies are accompanied by a decline in the authority of decision makers, reduced efficiency of the system.

Theoretical and methodological shortcomings

that hinder the implementation of the research, lack of sufficient information base, etc. Provisions of modern management theory and practice on business etiquette in our country and other countries, the main ideas arising from the trend of socio-institutionalism, human relations, classical, empirical, social systems of management, as well as scientific generalizations and systematizations carried out by strategic schools.

Keywords: *ethical norms, business communication, social groups, work etiquette, competitiveness.*

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

Резюме

В статье подробно рассматривается формирование управленческой этики, роль этики в управлении, формирование и развитие национальных культурных ценностей, организационной культуры и факторы, ее определяющие. В наше время деловая этика является ключевым фактором, характеризующим степень управленческой культуры любого государственного учреждения. Деловой этикет, являющийся ключевым элементом внутренней культуры, помогает снизить риски во всех ситуациях, когда риски внутренних или внешних конфликтов решений, принимаемых на разных уровнях управления и исполнительных органов, сопровождаются падением авторитета лиц, принимающих решения, снижением эффективности системы.

Теоретические и методические недостатки, затрудняющие выполнение исследования, отсутствие достаточной информационной базы и т. Д. Положения современной теории и практики менеджмента, касающиеся делового этикета в нашей стране и других странах, основные идеи, вытекающие из тенденции социо-институционализма, человеческих отношений, классических, эмпирических, социальных систем управления, а также научные обобщения и систематизации, проводимые стратегическими школами.

Ключевые слова: *этические нормы, деловое общение, социальные группы, рабочий этикет, конкурентоспособность.*

TİKİNTİ SEKTORUNDA SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİ İLƏ BAĞLI ATILAN ADDIMLAR ÖLKƏ İQTİSADİYYATININ ƏSAS TƏRKİB HISSƏSİ KİMİ

İZMİR FƏTAHOV

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
magistr

E-mail: izmirfataxov@gmail.com

Giriş

Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın (bundan sonra – KOS) inkişafı iqtisadiyyatın diversifikasiyası, rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması, məşğulluğun təmin edilməsi, istehlak mallarına olan tələbatın yerli resurslar hesabına ödənilməsi və iqtisadi inkişafın təmin edilməsi baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrdə KOS-un ÜDM və məşğulluqdakı xüsusi çəkisinə nəzər saldıqda belə qənaətə gəlmək olur ki, Azərbaycanda da davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsində KOS-un əsas hərəkətverici amilə çevrilməsi qarşıda duran əsas çağırışlardandır.

“Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi” (bundan sonra – Strateji Yol Xəritəsi) ölkə iqtisadiyyatında rəqabətqabiliyyətliliyin, inklüzivliyin və dayanıqlılığın təmin olunması istiqamətində bütün ölkə üzrə həyata keçirilən tədbirlərin bir hissəsi olaraq hazırlanmışdır. Bu tədbirlər ölkə iqtisadiyyatının on bir müxtəlif sektorunu, eləcə də hər bir sektor üzrə ümumi mövzuları əhatə edən Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivləri üzrə strateji yol xəritələrini özündə ehtiva edir. Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın 11 sektoru üzrə, ümumilikdə, 12 strateji yol xəritəsi Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətləri”nin təsdiqi və bundan irəli gələn məsələlər haqqında” 2016-cı il 16 mart tarixli 1897 nömrəli Sərəncamının icrası məqsədilə hazırlanmışdır [11].

Əsas hissə

Tədqiqatın əsas məqsədi müasir dövrdə regionlarda sahibkarlığın inkişafının mövcud vəziyyətinin təhlil edilməsi, regionlarda sahibkarlıq infrastrukturunun və özünütənzimləmə sisteminin təşəkkülü, bu sahəyə dövlət dəstəyi və bu dəstəyin hüquqi təminatının müəyyən edilməsi, sahibkarlıq fəaliyyəti sahəsində problemlərin müəyyən edilməsi üsullarının araşdırılması və daha səmərəli formaların müəyyən edilməsi üçün təklif və tövsiyələrin hazırlanması, problemlərin aradan qaldırılması sahəsində hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı və problemlərin aşkarlanmasında dünya təcrübəsinin müəyyən edilməsi və yerli şəraitə uyğunlaşdırılmasından ibarətdir.

Sahibkarlıq fəaliyyəti iqtisad elminin əsas tədqiqat obyektlərindən biri olub, bazar təsərrüfatının mühüm aparıcı qüvvəsi hesab edilir. Dünya təsərrüfatçılıq təcrübəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin qərarlaşması əsasən orta əsrlərə təsadüf etmiş, kapitalizmin yaranması ilə daha da inkişaf etməyə başlamış və hal-hazırda özünün yüksək bir mərhələsinə gəlib çatmışdır. Eyni zamanda sahibkarlıq bir çox elmlərin öyrənmə obyektidir. Buradan isə onun şərtləri və tərifləri çoxluğu əmələ gəlir.

Bir çox iqtisadi ədəbiyyatlarda sahibkarlıq fəaliyyətinin məzmununun öyrənilməsi ilk əvvəl onu həyata keçirən sahibkar anlayışı ilə başlayır. Bu gün sahibkar dedikdə, iqtisadi yaradıcı, təşkilati qabiliyyətlərə, mürəkkəb bazar konyukturası şəraitində düzgün qərar qəbul etməyə, ağıllı risk etməyə qadir olub iqtisadi fəaliyyəti həyata keçirən

təşəbbüskar insanlar başa düşülür [6].

Sahibkarlıq iqtisadi münasibətlərin konkret təzahür forması olub, cəmiyyətin maddi və mənəvi potensialının artmasına zəmin yaradır. Sahibkarlıq fəaliyyəti daha çox iqtisadi azadlıqla-sahibkar azadlığı və qarşılıqlı təsərrüfat əlaqələri ilə birbaşa bağlıdır. Bu azadlıqlar sahibkarlara iqtisadi resurslara malik olmaq və bu əsasda müəyyən məhsul istehsalını və xidmət göstərilməsini təşkil etmək, kommersiya fəaliyyəti göstərmək, öz tərəf müqabillərini tapmaq və müqavilələr bağlamaq, maliyyə, kredit, investisiya əməliyyatlarını aparmaq, azad rəqabətə qoşulmaq imkanı verir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas subyekti kimi sahibkar çıxış edir və aşağıdakılarla əlaqədardır: istehlakçı ilə əsas əks agent kimi; dövlətlə hansı ki, bəzən onun köməkçisi və ya rəqibi kimi çıxış edir; maddi işçilərlə və biznes üzrə tərəfdaş ilə. Sahibkarların və onların əməkdaşlarının xarici müəssisələrin, rəqiblərin, tərəfdaşların, istehlakçıların ayrı-ayrı qruplarının, təchizatçıların, yerli və mərkəzi hakimiyyət orqanları, vergi orqanları, gömrük və sahibkarlıq fəaliyyətinin digər iştirakçıları ilə əməkdaşlığı müəyyənləşdirilmiş norma, forma və əməkdaşlıq qaydalarına əməl olunmasını tələb edir. Əməkdaşlığın əsas istiqamətləri kimi istehsal, əmtəə mübadiləsi, maliyyə əməkdaşlığı sferaları çıxış edə bilər. Sahibkarlıq fəaliyyətində sahibkar və istehlakçı qarşı-qarşıya dayanır. Sahibkar iki üsul ilə istehlakçıya təsir edə bilər [5]:

Sənayenin inkişafı ölkədə həyata keçirilən sosial-iqtisadi siyasətin prioritet istiqamətidir. Bildiyiniz kimi, Dövlət Başçısının Fərmanı əsasında 2014-cü il Azərbaycanda Sənaye İli elan edildi.

Azərbaycanı güclü sənaye mərkəzinə çevirmək üçün mövcud potensialdan daha rəşional istifadə etmək, ölkədə sənayenin inkişafı üçün görülən tədbirlərin koordinasiyası, sənayeləşməni sürətləndirmək məqsədi ilə “Sənaye ili” ilə əlaqədar Tədbirlər Planı təsdiq edildi.

Ölkədə il ərzində 40-dan çox orta və iri sənaye müəssisəsinin açılışı, mövcud istehsal gücünün artırılması Fəaliyyət Planına uyğun olaraq aparılan işlərin nəticəsidir. Açıq və fəaliyyət göstərən və müasir texnologiyalardan və avadanlıqlardan istifadə edən müəssisələr arasında bir sement zavodu, bir kağız və karton fabriki, bir neft fabriki, bir mis istehsalı zavodu, tekstil fabrikləri, günəş

və su elektrik stansiyaları, bir qida şəhəri, istehsal müəssisələr, alüminium, kərpic, asfalt, metal emal fabrikləri və s. Bundan əlavə, dövlət tərəfindən verilən güzəştli kreditlərin istifadəsi ilə özəl sektor təxminən 30 sənaye müəssisəsi yaradır və genişləndirir.

Düşünölmüş siyasət, müasir texnologiyalara əsaslanan rəqabətədavamlı müəssisələrin yaradılması ixracın genişlənməsi üçün imkanlar yaradır. Bu gün bəzi sənaye müəssisələrinin məhsulları xarici bazarlara ixrac olunur və oxşar məhsullarla uğurla rəqabət aparır.

İlk dəfə 2010 cu ildə bu il oktyabrın 20-dən 23-dək yeni Bakı Ekspo Mərkəzində təşkil olunan 16-cı Azərbaycan Beynəlxalq İnşaat Sərgisi BakuBuild-2010 sərgisində mütəxəssislərin fikrincə, sərgi inşaat sektorunun potensialını və dünyanın bir çox ölkələrindən inşaat materialları, avadanlıqlar, müasir texnologiyalar istehsal edən milli istehsalçıların imkanlarını nümayiş etdirən, cəlbediciliyini göstərən Azərbaycanın iqtisadi inkişaf tarixində daha bir parlaq səhifə yazdı [3].

BakuBuild-2010, Caspian MebelExpo və Aqua-Therm Bakı sərgisində bir araya gələn bu geniş miqyaslı sərgi tədbirinin təşkilatçıları ənənəvi olaraq İngiltərənin ITE Group şirkəti və Qafqazdakı tərəfdaşı Iteca Caspian idi. Tikinti sənayesi mütəxəssislərinin fikrincə, 16 ildir sərgi Azərbaycan sənayesinin və sosial sahəsinin inkişafında əsas mövqələrdən birini tutmuşdur və bu gün iqtisadiyyatın bu sektorunun dünya səviyyəsində investisiya cəlbediciliyinin artmasına mühüm töhfə verir. Sərginin uğurlu keçirilməsinin səlahiyyətləri, səmərəli təşkilatçıları Prezident İlham Əliyevin rəhbərliyi və daimi şəxsi nəzarəti altında Azərbaycanda həyata keçirilən möhtəşəm kompleks tikinti layihələrinin həyata keçirilməsidir. Qısa müddətdə Bakıda, iri şəhərlərdə və turizm bölgələrində bir çox mədəniyyət obyektı, yaşayış və inzibati binalar, ticarət, əyləncə və ticarət mərkəzləri, sənaye müəssisələri, otellər və məktəblər, magistral yollar və körpülər, nəqliyyat qovşaqları və qovşaqlar yenidən qurularaq inşa edildi.

Beləliklə, Dövlət Başçısının Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “2008-2013-cü illərdə Bakıda Nəqliyyat Sisteminin Təkmilləşdirilməsi üzrə Əlavə Tədbirlər Planı” sayəsində Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanı - Bilgəh qəsəbəsi

avtomobil yolunun yenidən qurulması, yol qovşaqlarının tikintisi və piyada keçidləri, Bilgəh kəndi - Sumqayıt şəhəri istiqamətində yolların genişləndirilməsi və tikintisi bu sahədə atılan ən mühüm addımlardan biri idi.

Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolunun tikintisi isə Asiya ilə Avropanı birləşdirən ən ciddi dəmir yolu layihələrindən birinə çevriləcəkdir.

Turizm sektorunda da böyük həcmdə tikinti işləri aparılır. Azərbaycanda beynəlxalq standartlara uyğun tikilmiş otel və otel komplekslərinin sayı ildən-ilə artır. 2002-ci ildə ölkədə cəmi 94 fəaliyyət göstərən otel və otel kompleksi mövcud idisə, son zamanlar onların sayı dörd dəfə artaraq 370-a çatdı.

Azərbaycanda aparılan tikinti işlərinin həcmi qeyd etmək yerinə düşər.

Onların bir çoxu qlobal layihələrdə, o cümlədən Azərbaycanın ən böyük qış turizm kompleksi “Şahdağ” ın yaradılması bunun bariz nümunəsidir.

BakuBuild-2010 sərgisi dövlətimizin tikinti sahəsində qazandığı uğurları, habelə memarlıq və dizayn layihələrinin inkişafında əməkdaşlığı gücləndirmək üçün yeni fəaliyyət sahələrini açıq şəkildə göstərən Azərbaycan infrastrukturunun yenidən qurulmasının xüsusiyyətlərini əks etdirir.

İnşaat sənayesindəki böyük dəyişikliklər, artan mənzil istismarı göstəriciləri, artan sahə kapital qoyuluşları fonunda, Xəzər İnşaat Həftəsini açan BakuBuild 2010, 25 bölgədən 250-dən çox şirkətin iştirak etdiyi Xəzər bölgəsinin əsas peşəkar hadisəsi oldu.

Mütəxəssislərin vurğuladıqları kimi, iş sahəsinin genişlənməsi həmişə iqtisadi mənfəətlə təmin olunmur; cəmiyyətin inkişafında peşəkar savadlılıq seqmenti iş münasibətlərində bir mədəniyyət forması kimi getdikcə daha çox nəzərə alınır. Bazarın əsas tərəfdarları arasında əməkdaşlıq üçün ideoloji platforma keyfiyyət zəmanətini, qarşılıqlı hesablaşmalarda dürüstlüyü və fəaliyyətlərinin nəticələrindən qürur duymağı təmin edir. Bu komponentlər olmadan ikitərəfli ticarət və iqtisadi əlaqələrin gələcək inkişafı üçün heç bir perspektiv ola bilməz. Sərgidə iştirak edən azərbaycanlı iştirakçıların peşəkar böyüməsinin əsas əsası açıqlıq, şəffafıq və biznesdə zəruri olan istehsal olunan məhsulların müstəqil ekspertizasını aparmağa hazır olmasıdır.

Aparılan araşdırmalara əsasən, bu plan “Koronavirus pandemiyasının (COVID) mənfə

təsirini azaltmaq üçün bir sıra tədbirlər haqqında” Azərbaycan Prezidentinin 19 mart 2020-ci il tarixli 1950 nömrəli Sərəncamının həyata keçirilməsi üzrə Tədbirlər Planı "nda əksini tapıb. Bu hadisə bunun qlobal enerji bazarlarında və fond bazarlarında, Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatı, makroiqtisadi sabitlik, ölkədəki məşğulluq və sahibkarlıq subyektlərində yaratdığı kəskin dalğalanmalarla müşayət olundu.

Bazar iqtisadiyyatını keçid şəraitində tikinti sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin makroiqtisadi tənzimlənməsi bütövlükdə iqtisadi sistemin yeni prinsiplər əsasında inkişafının, ölkədə iqtisadi və siyasi sabitliyi təmin etməyin vacib şərti olmaqla yanaşı, həm də bu dövrdə ölkədə həyata keçirilən radikal iqtisadi islahatların bütün tərəfləri ilə qarşılıqlı əlaqədardır və onlar müəyyən mənada bir-birlərini şərtləndirir və tamamlayırlar.

Dövlət milli iqtisadi inkişaf strategiyasını məyyələndirməklə, fiskal və monetar siyasət yeritməklə, habelə birbaşa təsiretmə alətləri və mexanizmlərindən istifadə etməklə sahibkarlıq fəaliyyətinin makroiqtisadi tənzimlənməsini təmin edə bilər. Bu ilk növbədə, ölkədə maliyyə sabitliyini yaradan, inflyasiya tempini normal həddə salan, iqtisadiyyatda pul “acliğı” yaranmasının qarşısını alan, ÜDM-un fiziki komponentlərinin hərəkəti və dövrəni üçün zəruri olan pul kütləsinin dövriyyədə olmasını təmin edən siyasət yeritməklə tənzimləyə bilər.

Tikinti sektorunda əsl canlanma Azərbaycana neft pulları daxil olduqdan sonra başladı. İlk növbədə vacib infrastruktur layihələrinin və quruculuq-abadlıq işlərinin həyata keçirilməsinə start verildi. Ardınca sosial xarakterli tikinti layihələrinin icrasına başlandı. Öncə qaçqın və məcburi köçkünlər üçün hər cür şəraiti olan abad qəsəbələr salındı. Sonra müharibə əlillərinə və veteranlarına dövlət tərəfindən əvəzsiz olaraq evlər tikilib verildi.

Bu gün Azərbaycanın inşaat sektorunda dövlət müəssisələri ilə yanaşı, özəl sektora məxsus tikinti şirkətləri də yaxından iştirak edir. Digər sahələrdə sahibkarlığın inkişafına verilən dəstək tikinti sektorunda çalışan sahibkarlıq subyektlərinə də verilir. Nəticədə onlar imkanlı şirkətlərə çevrilmişlər. Təkcə cari ilin yanvar-may aylarında tikinti sektoruna qoyulan ümumi sərmayənin 69,8 faizinin qeyri-dövlət müəssisələrinin payına düşməsi məhz

bunun göstəricisidir.

Hazırda Azərbaycanda mükəmməl tikinti sənayesi formalaşmışdır. Əvvəllər xaricdən idxal edilən bir çox tikinti materialları indi yerli müəssisələrdə istehsal olunur. Hətta onların bir hissəsi xaricə də ixrac edilir. Ölkə əhalisinin xeyli hissəsi isə bu sektorda çalışmaqla öz güzəranını qurur.

Ölkədə tikinti sektorunun dinamik inkişafını qoruyub saxlamaq üçün dövlət tərəfindən bir sıra layihələr həyata keçirilir. Bunlardan biri köhnə, yararsız yaşayış binalarının sökülərək yerində müasir evlərin tikilməsidir. Bu pilot layihə geniş şəkildə ilk olaraq paytaxtın 1-ci mikrorayonunda reallaşdırılacaq. Həmin ərazidəki ötən əsrin 50-60-cı illərində tikilmiş beşmərtəbəli panel evlər söküləcək, əvəzində çoxmərtəbəli yeni binalar inşa olunacaq. Bununla həmin binalarda yaşayan sakinlər müasir yaşayış binalarında mənzillə təmin olunacaqlar. Bu layihədə əsas diqqət çəkən məqamlardan biri də odur ki, onun icrasına özəl şirkətlər cəlb edilir.

Prezident İlham Əliyev Nazirlər Kabinetinin 2017-ci ilin birinci rübünün sosial-iqtisadi inkişafının yekunlarına və qarşıda duran vəzifələrə həsr olunan iclasında bu layihə barədə demişdir: “Birinci belə pilot layihə Sabunçu rayonunda icra edilmişdir. Yeni tikilmiş o binanın açılışında mən şəxsən iştirak etdim. Gördüm ki, vətəndaşlar da buna çox sevinirlər. Çünki onlar həm yeni mənzillərə köçürülür, onların qəzalı binalardan canı qurtarılır. Eyni zamanda, mən xüsusi tapşırıq vermişdim ki, yeni binalarda mənzillərin sahəsi daha da böyük olsun. Vətəndaşlara əvvəlkindən təxminən 10, bəzi hallarda 20, yaxud 30 faiz daha böyük ölçüdə təmirli mənzillər verilir. Əlbəttə ki, vətəndaşlar buna çox sevinirlər. Bu, sahibkarlar üçün də əlverişlidir. Çünki onlar üç-dörd mərtəbəli binaların yerinə çoxmərtəbəli bina tikirlər. Onlar da gəlir götürürlər, inşaat sektoru da inkişaf edir, inşaat materiallarının istehsalı artır, iş yerləri yaradılır”. Əhalinin mənzillə təmin edilməsinin digər yolu sosial mənzillərin tikilməsidir. Bu məqsədlə Mənzil İnşaatı Dövlət Agentliyi yaradılıb. Agentlik əsasən gənc ailələri uzunmüddətli kredit hesabına əlverişli qiymətlə mənzillə təmin edir. Onu da qeyd edək ki, belə mənzillərin tikilməsi az və orta təminatlı ailələr üçün xüsusilə vacibdir. Çünki bu cür ailələrin qısamüddətli və yüksək məbləğli ödənişlə mənzil almaq imkanları yoxdur. Dövlət də bu kate-

qoriyadan olan insanların mənzil problemlərini həll etmək üçün qeyd edilən agentliyi yaradıb. Hazırda həmin agentliyin xətti ilə şəhərin müxtəlif yerlərində çoxmənzilli binaların inşası davam edir. Sosial mənzillərin tikintisi inşaat sektorunda sahibkarlığın inkişafına stimül verməklə yanaşı, yeni iş yerlərinin də açılmasına şərait yaradır. Belə vəziyyət həm də yerli xammaldan istifadə etməyə imkan yaradır, tikinti materialları sənayesinin inkişafını təmin edir.

Məlum olduğu kimi, tikinti sektorunun inkişafı kapital qoyuluşu ilə sıx bağlıdır. Çünki məhz kapital qoyuluşu tikinti sektoruna dinamika verir. Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumatlara görə, cari ilin yanvar-may aylarında ölkənin iqtisadi və sosial sahələrinin inkişafı üçün bütün maliyyə mənbələrindən əsas kapitalla 5 milyard 671,7 milyon manat vəsait yönəldilib. İstifadə olunan vəsaitin 82,9 faizi məhsul istehsalının, 11,9 faizi xidmət sahələri obyektlərinin, 5,2 faizi isə ümumi sahəsi 629,7 min kvadratmetr olan yaşayış evlərinin tikintisinə sərf edilib. Bundan əlavə, yanvar-may aylarında ümumi inşaat işlərinin 87,6 faizini qeyri-dövlət tikinti müəssisələri yerinə yetirib ki, bu da adıçəkilən sektorda sahibkarlığın üstünlük təşkil etməsini göstərir.

Tikintidə sahibkarlıq fərqli strateji hadisələri əhatə edir. Sərgilənən bu hadisələr insanın inancına, qətiyyətinə və üstünlüklərinə əsaslanır. Sahibkarlıq əvvəlcə yenilikçi bir ideyaya yüklənsə də, orijinallıq ön plana çıxır. Tikinti sektorunda rəqabətçi, yeniliklərə açıq olmalı və risk etməlidir. Xidmətlərini texnologiya ilə sürətləndirməli və prosesləri yaxşılaşdırmalıdır. Sahibkarın mütləq yeni bir fikir ortaya qoyması lazım deyil; mövcud məlumatları da inkişaf etdirə bilər. Yeni məlumatlara fərqli bir ölçü verə bilər.

Açar sözlər: *iqtisadiyyat, tikinti sektoru, sahibkarlıq fəaliyyəti, maddi təməl.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Ə.Ş.İmanov. *Kiçik sahibkarlıq*. Bakı 2009
2. İ.H.İbrahimov, E.R.İbrahimov “*Sahibkarlıq fəaliyyətinin iqtisadi, hüquqi mexanizmi*”, Bakı, 2004
3. Q.N.Manafov. *Sahibkarlıq fəaliyyətinin sosial-iqtisadi aspektləri*, Bakı, 2000
4. M.Əhmədov, A.Hüseyn, *İqtisadiyyatın dövlət*

- tənzimlənməsinin əsasları, Bakı 2011*
5. S.Z.İsayev, S.M.Tanrıverdiyev, *İqtisadi hüquq, Bakı, 2013*
 6. S.X.Aslanov, *Sahibkarlıq hüququ, Bakı, 2005*
 7. R.Həsənov. *İqtisadi siyasət: metodologiya və praktika. Bakı, 2009*
 8. R.Həsənov. *İqtisadi siyasət: metodologiya və praktika. Bakı, 2009*
 9. V.M.Niftullayev. *Sahibkarlığın əsasları. Bakı, 2004*
 10. V.Yaroçkin, Y.Buzanova. *Biznesin və sahibkarlığın təhlükəsizliyinin əsasları 2008*
 11. Н.К.Сирополс. *Управление малым бизнесом. Москва. 2002*
 12. С.И.Воробов, К.В.Балдин. *Управление рынками в предпринимательстве Москва. 2005*

**МЕРЫ, ПРИНИМАЕМЫЕ
В СООТВЕТСТВИИ С
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВОМ В
СТРОИТЕЛЬСТВЕ, КАК ОСНОВНОЙ
КОМПОНЕНТ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ**

Резюме

Во время рыночных изменений была создана экономическая модель, включающая взаимодействие рынка и государственного регулирования. Степень влияния каждого зависит от многих факторов, в первую очередь от объекта управления, его места и роли в экономическом развитии страны. Связанные формы и методы государственного воздействия, политика, относящаяся к тому или иному сектору национальной экономики. Такой подход в полной мере относится к строительству и промышленности, которые являются материальной базой экономики и благосостояния населения страны.

Одним из основных направлений выхода экономики из кризиса является решение задач модернизации и формирования оптимальной производственной структуры. Экономическое развитие - основа стабилизации роста уровня жизни и обеспечения экономической безопасности страны. Оптимизация форм и методов государственного регулирования предполагает экономию и улучшение распределения бюджетных средств, увеличение положительного социально-экономического эффекта.

Ключевые слова: экономика, строительный сектор, предпринимательство, материальная база.

**STEPS TAKEN IN ACCORDANCE WITH
ENTREPRENEURSHIP IN THE CONSTRUCTION
SECTOR AS A MAJOR COMPONENT
OF THE COUNTRY'S ECONOMY**

Summary

During market changes, an economic model was established that incorporated the interaction of market and government regulation. The degree of influence of each depends on many factors, primarily the object of governance, its place and role in the economic development of the country. Related forms and methods of state influence, policy related to this or that sector of the national economy. This approach fully applies to construction and industry, which are the material basis of the economy and the well-being of the country's population.

One of the main directions of the economy out of the crisis is to solve the problems of modernization and the formation of an optimal industrial structure. Economic development is the basis for stabilizing the growth of living standards and ensuring the country's economic security. Optimization of forms and methods of state regulation implies saving and improving the distribution of budget funds, increasing the positive socio-economic effect.

Keywords: economy, construction sector, entrepreneurship, material base.

İQTİSADİYYATIN DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİ MODELƏRİ

FUAD HÜSEYNOV

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
magistr*

E-mail: fuad_huseynli@bk.ru

Giriş

İnsanların bir topluluq, cəmiyyət halında yaşaması dövlətçilik ənənələrindən daha qədimdir. Dövlət və tənzimləmə anlayışları tarixi inkişafın mərhələlərində ehtiyaca əsasən formalaşmışdır. Əgər kollektiv bir yaşam varsa, orada fərdlərarası münasibətlərin və fəaliyyətin müəyyən vasitələrlə nizamlanması mütləqdir.

Dünya ölkələrinin təcrübələrinə iqtisadi fikir tarixi kontekstində nəzər saldıqda aydın olur ki, bütün sistemlərdə iqtisadi gedişatı nizamlamaq üçün müvafiq struktura ehtiyac vardır. İqtisadi fikir tarixinin məşhur simaları olan klassik siyasi iqtisadın nümayəndələri nə qədər bunun əksini iddia etsələr də, nə qədər iqtisadiyyatın tələb- təklif mexanizmi hesabına özünü nizamladığını söyləsələr də, iqtisadi hadisələrin gedişatı bunun əksini sübut etdi. Bazar boşluqlarının və çatışmazlıqlarının aradan qaldırılması, bazar subyektləri arasında ictimai-sosial və iqtisadi münasibətləri nizamlamaq üçün dövlətin müdaxiləsi labüddür. Hazırkı dövrdə dünya ölkələrinin əksəriyyəti iqtisadiyyatın idarəsi və tənzimləməsində C.M. Keynsin modelinə əsaslanır, Azərbaycan da onların arasındadır.

Dövlətin iqtisadi bazar daxilindəki fəaliyyəti bir sıra problemlərin və çatışmazlıqların həllinə yönəlikdir:

- ✓ Bazarda sosial ədalətlik və səmərəlilik prinsiplərinə əməl edilməməsi
- ✓ Ölkənin regionları arasında disbalansın olması
- ✓ Xarici effektlərin düzgün qiymətləndirilməməsi
- ✓ Makroiqtisadi sabitliyin pozulması
- ✓ Məşğulluq və işsizlik arasında kəskin nisbətənin olması
- ✓ Elmi-texniki tərəqqi, texnika və texnologiya məhsullarının istehsalı kimi elmtutumlu sahələrə lazımınca diqqət yetirilməməsi

✓ Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin tənzimləməsi üçün müvafiq strukturun olmaması və sair (1).

Ölkə iqtisadiyyatının inkişafı dövlətin müdaxiləsi ilə birgə mümkün olur. Bazar iqtisadiyyatında dövlətin rolunu təkcə nəzarətedici və tənzimləyici funksiyalarla məhdudlaşdırmaq doğru olmazdı. O həm də bazar subyektlərindən biri kimi, mülkiyyət sahibi kimi də çıxış edir.

Bu tənzimləmə müvafiq iqtisadi hadisələrə görə məhdudlaşdırıcı, dəstəkləyici, genişləndirici və sair ola bilər. Məsələn, ölkə ərazisində istehsalı mümkün olan məhsulun alternativinin idxal hesabına bazara çıxarılması zamanı idxal məhsulları bazarda böyük pay sahibi olarsa, dövlət yerli sahibkarları qorumaq və onların fəaliyyətini dəstəkləmək məqsədilə proteksionist siyasət həyata keçirir. Bunu həmin idxal məhsulları üçün tətbiq edilən gömrük rüsumlarını artırmaqla, yerli bazara giriş proseduralarını çətinləşdirməklə və sair tənzimləmə vasitələri hesabına edir. Göstərilən misallar dövlətin məhdudlaşdırıcı tənzimləmə tədbirlərinə adekvat nümunədir.

İstər sosial, istərsə də iqtisadi tənzimləmənin nə qədər effektiv olması bir sıra amillərdən asılıdır. Onları aşağıdakı kimi sıralaya bilərik:

- ✓ Tənzimləmə prosesinin strukturu
- ✓ Tənzimləmə alətlərinin təbiəti
- ✓ Ölkədəki siyasi və hüquqi mühit
- ✓ Sənayenin iqtisadi xarakteristik xüsusiyyətləri və sair

Bu amillər sənayenin institusional xüsusiyyətləri və zaman nəzərə alınmaqla tənzimləmədən gözlənilən nəticələrin əldə olunmasında mühüm rola sahibdirlər. Dövlət tənzimləməsinə dair normativ tədqiqatları iki qrupa ayırmaq olar:

1. Bazar çatışmazlıqlarının təyin edilməsinə yönələn tədqiqatlar- bazarın nisbətən subopti-

mal fəaliyyətinə səbəb olan qüsurların ortaya çıxarılması.

2. Təbii inhisarçılıq, xarici təsirlərin azaldılması, informasiya əlçatanlığının təmini və sair məsələlərdə hökumətin iqtisadiyyata müdaxiləsi üçün standart normativ əsaslar (4).

Səmərəli iqtisadi idarəetmə bütün zamanlarda inteqrasiyanın əsas yaradıcı faktoru kimi çıxış etmişdir. İqtisadi inkişafın sənaye inqilabından sonrakı dövründə dövlətin funksionallığı belə iqtisadiyyata müdaxiləsinin olub-olmaması ilə ölçülməyə başlamışdır. Sosializm və kapitalizm kimi iqtisadi cərəyanlar dövlətin rolunu həyata keçirdiyi iqtisadi siyasət kontekstində qiymətləndirməyə başladılar. İqtisadi qərarların qəbulunu tamamilə özəl sektora həvalə etmək yerinə, ictimai maraqların qorunması fikri əsas gətirilərək dövlətin müdaxiləsi məsələsi aktuallaşdırıldı. Tədricən idarəetmə tiplərinə müvafiq tənzimləmə modelləri formalaşmağa başladı. İnkişaf etmiş və etməkdə olan ölkələrdə tənzimləmə istiqamətləri hökumətin iqtisadi siyasətindən asılı olaraq fərqlənir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin qarşısında iki mühüm hədəf durur: adambaşına düşən gəlirin artırılması və əhali sayının sürətlə artımına müvafiq məşğulluğun təmin edilməsi. Bu iki hədəfə çatmaq üçün sənayeləşmənin sürətləndirilməsi, gəlirlərin səmərəli bölgüsünün həyata keçirilməsi, ölkə daxilində istehsal edilməyən məhsulların, maşın-avadanlıqların idxalını həyata keçirməyə imkan verəcək yığımların formalaşması üçün ixracın stimullaşdırılması, rəqabətqabiliyyətliliyin artırılması, xarici valyutanın ölkə iqtisadiyyatına axınını təmin edəcək ixracatın təşviqinə nail olunmalıdır. Bu iki ölkə qruplarının tənzimləmə modelləri arasındakı əsas fərq onda ibarətdir ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə başlıca məqsəd iqtisadi inkişafın təmin olunmasıdır, inkişaf etmiş sənaye ölkələrində isə tənzimləmənin əsas məqsədi bazaradakı mövcud tarazlıq vəziyyətinin qorunub saxlanmasıdır. Hər iki model tsiklik dəyişikliklərin, iqtisadi böhranların, xarici təsirlərin ölkə iqtisadiyyatına vuracağı ziyanın qarşısının alınması və mövcud nəticələrinin aradan qaldırılmasını hədəfləyir (4).

Klassik nəzəriyyənin inkişafı A.Smitin (1723-1790) adə ilə bağlıdır. A.Smitin konsepsiyası merkantilist U.Petti (1623-1687) və fiziokrat P.Buaqilber (1646-1714) tərəfindən irəli sürülmüş

əmək-dəyər nəzəriyyəsinə əsaslanmışdır. Fiziokratlardan fərqli olaraq A.Smit sərvətin maddi istehsalda yaradıldığını və onun mənbəyinin əmək olduğunu təsdiq edir. Sərvətin artırılması şərti isə əmək məhsuldarlığıdır. A.Simit iqtisadi qanunlarında, təbiət qanunları kimi cəmiyyətin inkişafında rolu olduğunu qeyd edirdi. Onunbu fikri "Təbii harmoniya" ideyasına uyğun gəlirdi. Bu isə iqtisadi proseslərin "görünməz əl" vasitəsilə idarə olunması anlamına gətirib çıxarırdı, dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsindən imtina edilərək, onun ancaq qayda-qanunu qoruyan bir qrup olduğunu qeyd edilirdi. A.Smitin davamçısı kimi D.Rikardo (1772-1823) pula tədavül vasitəsi kimi baxırdı. Onun fikrincə insanların şəxsi marağı cəmiyyətin inkişafının təkanvericisidir. D.Rikardo da iqtisadiyyata dövlətin müdaxiləsini qəbul etmirdi. O, qeyd edirdi ki, iqtisadiyyatda dərk olunan iqtisadi və təbiət qanunları fəaliyyət göstərirlər. Bununla belə D.Rikardo dövlətin iqtisadi siyasəti işləyib hazırlanmasını lazım bilirdi ki, bu da cəmiyyətin məhsuldar qüvvələrinin işkişafına şərait yaratmış olardı. Smit və Rikardo azad ticarətin tərəfdarları olaraq (friderçilik) qeyd etmişlər ki, merkantil ticarət məhsulların qiymətinin yüksəlməsinə səbəb olur. Buna görə də onlar "müqayisəli xərc" prinsipini irəli sürürdülər. A.Smitin ardıcılı fransız J.B.Sey (1766-1832) olmuşdur. O, Fransa Vulqar siyasi iqtisadının banilərindəndir. J.Seyin əsas müddəası məhsulun dəyərinin onun faydalılığı ilə yəni, istehlak dəyərində olmasını göstərməkdir. J.B.Sey, A.Smitin dəyərin yaranması mənbəyi kimi əmək, kapital, torpağın götürülməsini bir az da inkişaf etdirmişdir. A.Smitin davamçısı və şagirdi olan T.R.Maltus (1766-1834) yoxsulluğun əsasını pis idarəetmədə yox, özünün elan etdiyi "əhali artımı qanunu"nda görürdü. Onun fikrincə əhali həndəsi silsilə ilə istehlak məhsulları isə ədədi silsilə ilə artır. Buna görə də o, dövrü olaraq müharibələrin olmasını zəruri hesab edirdi.

İqtisadi inkişafa nail olunmasının Tükiyə modeli – davamlı inkişafı bazar iqtisadi qanunları daxilində sahibkarlığın, xüsusilə də kiçik və orta sahibkarlığın genişlənməsinə imkan verilməsində görür. Bu modelin nəzəri əsasları monetarizm iqtisadi məktəbinin fikirlərinə əsaslanarsa da, iqtisadi səmərəliliyi ədalətlik prinsipindən üstün tutur. Bu səbəbdən bəzi qruplar tərəfindən humanist model olmamaqda günahlandırılır. Xarakteristik xüsusiyyətlərinə

azad bazar münasibətlərinin genişləndirilməsi, tənzimləyici tədbirlərin məhdudlaşdırılması, iqtisadi və bazar münasibətlərinə dövlət müdaxiləsinin azaldılması, hətta minimuma endirilməsi, özəl sektorun inkişafının genişləndirilməsi, ölkə iqtisadiyyatı üçün xüsusi stratejik hesab edilən sahələrin dövlət mülkiyyətində saxlanması və təkmilləşdirilməsi, regionlar arası inkişafın uyğun tendensiyalarla inkişafının təmin edilməsi, disbalansın minimuma endirilməsi və sair aid edilə bilər.

Türkiyə Cumhuriyyətinin dövlət tənzimləməsi modelinə görə dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsinə labüd edən üç əsas səbəb vardır:

1. Dövlətin bazarları və bazar münasibətlərini tənzimləməsi ilə məhdud resurslardan səmərəsiz istifadənin və israfçılığın, inhisarçı fəaliyyətin qarşısı alınır.

2. Dövlət rifah proqramları, mütərəqqi vergi sistemləri ilə gəlirlərin yenidən bölgüsünü təmin edir. Bununla, cəmiyyətin yükü və bazar uğursuzluqlarının nəticələrinin əhali arasında bərabər hiss edilməsi təmin edilir. Dövlət əhali qrupları arasında iqtisadi səmərəlilik və ədalətlik baxımından məsuliyyət daşıyır.

3. Dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsinə haqq qazandıran üçüncü səbəb isə iqtisadiyyatda zaman-zaman müşahidə edilən işsizlik və infilyasiyadır. Bazar iqtisadiyyatlarında inkişaf bir istiqamətli və sabit olmadığından ümumi tələbin həcmində dəyişmələrdən qaynaqlanan ressesist və infilyasionist fərqliliklər dövlətin monetar-fiskal alətlərlə müdaxiləyə şərait yaradır (5).

Tənzimləmənin Yapon modeli.

Davamlı iqtisadi inkişafa nail olmanın yolunu bütün iqtisadi sahələr üzrə keyfiyyət göstəricilərinin artırılmasında görünən bu model keyfiyyətin artırılmasını səhvlərin və yalnışların təkrar edilməməsi kimi ifadə edir. Modelin başlıca məqsədi əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması, insanların təhsil və səhiyyə əlçatanlığının təmin edilməsi, insan resurslarının inkişafı, əmək münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi, əmək məhsuldarlığının artırılması və sairidir. Məqsədlərə müvafiq olaraq modelin tərkibində alt qruplar fərqləndirilir. Bunlara “Layihələrin idarə edilməsi”, “Heyətin idarə edilməsi”, “Yapon Sənaye Sistemi”, “Keyfiyyətin idarə edilməsi”, “İstehsal münasibətlərinin idarə edilməsi” və sair alt

modelləri misal göstərmək olar.

Amerika modeli iqtisadi inkişaf kiçik və orta biznesin genişləndirilməsinə, sahibkarlıq münasibətlərinin inkişaf etdirilməsinə, biznes sektorunun stimullaşdırılmasına əsaslanır. Bu model əhali qrupları arasındakı bərabərsizliyin aradan qaldırılması və təbəqələşmənin azaldılması üçün gəlirlərin yenidən bölgüsünə xüsusi önəm verir. Buna baxmayaraq, Türkiyə modelində olduğu kimi burada da tam sosial bərabərliyə nail olunması düşünülmür.

İqtisadi inkişafın Çin modeli- ötən əsrdən başlayaraq plan və bazar məhfumlarını birləşdirməyə və iqtisadiyyatın idarə edilməsində tətbiq etməyə çalışan Çin hökumətinin buna nə qədər müvəffəq olduğunu demək çətindir. Bazar və plan əlaqələndirilməsində dövlətin məqsədi məhsuldarlığı artırmaq, istehsal sahələrinin spesifik inkişafını təmin etmək idi.

İnzibati amirlik sistemindən və planlı iqtisadiyyatdan tədricən uzaqlaşan Çin qloballaşma dövründə yeni iqtisadi tənzimləmə metodlarından istifadəyə başladı. Qloballaşma Çindəki iqtisadi tənzimləmə normalarına, onların tətbiq dairəsinə, mülkiyyət islahatlarına, korporativ idarəetmə məsələlərinə əsaslı təsir etdi. Çin hökumətinin əmlak sistemindəki tənzimləyici tədbirləri tədricən ictimai və xüsusi mülkiyyətə yanaşmalarda beynəlxalq sistemin idealarını qəbul etdirdi. Mövcud boşluqların və çatışmazlıqların olmasına rəğmən inzibati və hüquqi sahədə yürüdülmən tənzimləmə siyasəti və aparılan islahatlar Çin hökumətinin iqtisadiyyata müdaxilənin labüdlüyünü qəbul etdiyini və zamanla kommunist ideyalarından sıyrıldığını sübut edir. Burada dövlətin tənzimləyici müdaxiləsinin yönəldiyi əsas məsələlər yerli sahibkarların fəaliyyətinin qorunması üçün proteksionizm siyasətinin aparılması, yerli istehsalın inkişaf prioritetlərinin müəyyən edilməsi, Ümumdünya Ticarət Təşkilatının mövcud standartların müvafiq ticari əməliyyatlarının aparılmasına nail olunması və sair idi (6).

Dövlətin iqtisadiyyatdakı rolunu anlamaq üçün Pareto optimallığı anlayışına diqqət çəkmək istərdik. Pareto optimallığı iqtisadi səmərəliliyin gözlənilməsi ilə gəlirlərin əhali qrupları arasında bölgüsündəki optimallıq/ədalətlik arasındakı seçim nəticəsində optimal sosial rifaha nail olunmasını nəzərdə tutur. Pareto optimallığı

resursların səmərəli bölgüsünü nəzərdə tutsa da, sosial optimallıq gəlirlərin ədalətli və bərabər bölgüsünə əsaslanır. Mahiyyət etibarilə, Pareto prinsipi bir fərdin rifahını pisləşdirmədən, digər bir fərdin rifah halının yaxşılaşdırılmasının mümkün olmadığını, habelə bir sahədə istehsalın artımının başqa bir sahədə istehsalın məhdudlaşdırılması hesabına mümkünlüyünü qəbul edir və belə bir vəziyyətdə səmərəliliyin əldə olunmasını hədəfləyir.

İqtisadiyyatın tənzimləməsinin Yapon və Cənubi Koreya modelləri, demək olar ki, oxşardır. Hər ikisi tənzimləmədə keyfiyyət göstəricilərinin artırılmasını hədəfləyir. Bu modellər arasında əsas fərq prinsiplial məsələlərdədir. Cənubi Koreya modeli Yapon modelinə nisbətə dövlətin müdaxiləsini daha geniş spektrdə olmasını tələb edir (2).

Uzun müddət Yapon modelinə qarşı ən güclü modellərdən biri kimi çıxış edən İsveç tənzimləmə modeli son zamanlarda effektivliyini itirməyə başlamışdır. Belə ki, Yapon modelindən kəskin sosialyönümlülüyü ilə fərqlənən İsveç modeli əhalinin zəif təmin olunmuş və sosial cəhətdən zəif qruplarının himayəsini və gəlirlərin yenidən bölgüsü mexanizmi hesabına onların təminatını dövlətin başlıca fəaliyyət istiqaməti qəbul etmişdir. Bundan məqsəd əhalinin gəlirlərinin və yaşayış səviyyəsinin mümkün qədər bərabərləşdirilməsi idi. Lakin zamanla bu yanaşmanın və modelin zəif cəhətləri üzə çıxmağa başladı. Belə ki, sosial siyasət bir qrup əhalidə arxayınlıq yaradaraq, onların istehsal prosesindən soyuması və dövlət hesabına yaşayışının təmin edilməsi ilə nəticələndi. Nəticədə, istehsalın məhsuldarlığının inkişaf tempi aşağı düşməyə başladı. Ümumilikdə, bu model xarici rəqabətə davamlı məhsul istehsalını, təkrar istehsalın genişləndirilməsini, yüksək ixtisaslı kadrların təkrar istehsalını və sair nəzərdə tutur (7).

2008-ci ildən başlayaraq dünya bazarında və iqtisadiyyatında müşahidə edilən böhranlar dövlətin rolunun nə qədər mühüm olduğunu təkrar sübut etdi. Xüsusilə də Avropanın yüksək inkişaf etmiş ölkələri böhrandan çıxış yollarını dövlətin makroiqtisadi siyasətində, aparılan islahatlarda, fiskal və monetar siyasətdə, maliyyə bazarları ilə bağlı aparılan islahatlarda gördü. Məsələn, fəaliyyətini dayandırmış bankların birləşdirilməsi, böhrandan sonra bankların təkrar kapitallaşdırılması şəklindəki addımlar yaxın zamanda ABŞ, Dani-marka və İsveç kimi ölkələrdə müsbət effekt verdi.

Ölkədə işsizliyin normal səviyyəyə qayıtmasına, hər üç ölkənin hökumətlərinin maliyyə sektoruna edilən yatırımlardan böyük qazanc əldə edilməsinə müvəffəq olundu.

Dünya bazarında neftin qiymətinin kəskin ucuzlaşması, milli valyutanın devalvasiyası, pandemiya ilə əlaqədar olaraq istehsal sektorları və sahibkarlıq fəaliyyətindəki geriləmələr ölkəmizin iqtisadiyyatını zəiflətməmişdir. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, Qarabağın işğaldan azad olunması ilə bu ərazilərin yenidən qurulması məsələsi aktuallaşmışdır. Bütün bunlar güclü iqtisadi planlama, dövlət tənzimləməsi, strateji layihələrin qurulması, böyük həcmdə investisiya resurslarının cəlb edilməsi hesabına mümkün ola bilər. Dünya ölkələrinin təcrübələrinin öyrənilməsi ilə müvafiq tənzimləmə modeli qurula bilər. Qeyd edim ki, Azərbaycan iqtisadiyyatında tənzimləmə modelinin hansı modelə uyğun gəldiyini demək çətindir. Hazırda ölkəmiz sosial əsaslı bazar iqtisadiyyatı qurmağa çalışır.

Açar sözlər: *dövlət tənzimləməsi, iqtisadi tarazlıq, dövlət müdaxiləsi, tənzimləmə modelləri, İsveç modeli.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əhmədov M. A., Hüseyin A. C. (2011). "İqtisadiyyatın dövlət tənzimləməsinin əsasları", Bakı, İqtisad Universiteti nəşriyyatı.
2. Paul Joskow, Nancy Rose (2010). "The effect of economic regulation", Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology Press.
3. Sigurd Nass-Schmidt, Jonas Bjarke Jensen, Palle Sorensen, Christian Heeboll (2016). "Cumulative impact of financial regulation in Sweden", Swedish Bankers' Association.
4. Gürsel Ozer (2015). "Ekonomik kamu düzeni ve devletin ekonomiye müdahalesi", İstanbul, "Der-gipark", ss. 363-393.
5. Prof. Dr. F. Nuray Altuğ (2015). "Ekonomide devletin yeri", İstanbul, Marmara Üniversitesi.
6. Pitman B. Potter (2003). "Globalization and Economic Regulation in China: Selective Adaptation of Globalized Norms and Practices", Washington, University of British Columbia.

Модели государственного регулирования экономики

РЕЗЮМЕ

В статье исследуются модели практического применения и альтернативные подходы экономического регулирования и государственного вмешательства. После принятия государственного регулирующего вмешательства мы сталкиваемся с новыми проблемами: в каких пределах должно быть это вмешательство, как его негативные последствия могут быть устранены и возможность улучшения. В нашей стране, как и в других странах, которые принимают рыночную экономику, государство вмешивается в экономику, чтобы регулировать экономические отношения. Изучение моделей, применяемых в практике развитых стран и оказывающих положительное влияние, изучение положительных и отрицательных сторон результатов, позволит выдвинуть идеи и предложения по применению соответствующей модели в экономике нашей страны. страна.

Ключевые слова: *государственное регулирование, экономический баланс, государственное вмешательство, модели регулирования, шведская модель.*

Models of state regulation of the economy

SUMMARY

The article examines the practical application models and alternative approaches of economic regulation and government intervention. After the adoption of the state's regulatory intervention, we face new challenges: within what limits this intervention should be, how its negative effects can be eliminated and the possibility of improvement. In our country, as in other countries that adopt a market economy, the state interferes in the economy in order to regulate economic relations. The study of models applied in the practice of developed countries and which have a positive effect, the study of the positive and negative aspects of the results, will allow to put forward ideas and proposals on the application of the relevant model to the economy of our country.

More about this source textSource text required for additional translation information.

Keywords: *government regulation, economic balance, government intervention, regulatory models, Swedish model*

MALİYYƏ DAYANIQLIĞININ TƏMİN OLUNMASINDA DAXİLİ AUDİTİN ROLU VƏ VƏZİFƏLƏRİ

ELÇİN CAHANGİRZADƏ

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
magistr*

E-mail: cahangirzadelcin1999@gmail.com

Giriş

Audit, məqsədi təsərrüfat subyektlərinin mühasibat (maliyyə) hesabatlarının etibarlılığını və maliyyə (iş) əməliyyatlarının mövcud qanunvericiliyə uyğunluğunu müəyyənləşdirmək olan müstəqil maliyyə nəzarətidir. Qeyd etmək lazımdır ki, audit yalnız şirkətin hesabatlarının etibarlılığının yoxlanılmasını deyil, həm də balansların, maliyyə hesabatlarının yoxlanılmasını və auditorlar tərəfindən həyata keçirilən iqtisadi fəaliyyətin yaxşılaşdırılması üçün təkliflərin hazırlanmasını da əhatə edir.

Hər hansı bir təsərrüfat subyektinin fəaliyyət növündən və miqyasından asılı olmayaraq ümumi məqsəd onun sabit, etibarlı və səmərəli fəaliyyətini təmin etmək, gələcəkdə inkişaf və böyümək üçün yüksək potensial yaratmaq və nəticədə maliyyə sabitliyini təmin etməkdir.

Əsas hissə

İqtisadi bir kateqoriya olaraq, maliyyə davamlılığı idarə olunandır. Effektiv və sabit inkişafa yönəlmiş bir müəssisənin mövcudluğu kontekstində onun idarəetmə funksiyalarına aşağıdakılar daxildir:

1. Maliyyə sabitliyi və müstəqilliyinin vəziyyətinin təhlili;

2. Müəssisənin idarəetmə qərarları üçün alternativ variantları qiymətləndirmək və əsaslandırmaq imkanını verən effektiv informasiya sistemlərinin formalaşdırılması;

3. Müəssisənin maliyyə sabitliyini planlaşdırmaq üçün bir sistemin inkişafı.

Göstəricilərin təhlili auditin tədricən inkişafını əks etdirir. Beləliklə, təhlil olunan dövrdə həm audit təşkilatlarının sayında, həm də fərdi sahibkarların - auditorların sayında artım olmuşdur. Bu, sahib-

karlıq fəaliyyətinin bu seqmentinin davamlı böyüməsindən, eyni zamanda əsas yeri qanuni auditin tutduğu ölkədə audit xidmətlərinə davamlı tələbin formalaşmasından danışmağa imkan verir [2].

Audit xidmətlərinin strukturu təhlil edilərkən, daxili audit payında artım olduğu aşkar edilmişdir. Bu, əsasən qanuni yoxlamalara müraciət edən təşkilatlar, auditin ümumiyyətlə hər hansı bir müəssisənin maliyyə və təsərrüfat fəaliyyətində hansı rol oynadığını anlamadıqlarını göstərir. Bundan əlavə, əksər hallarda audit bir çox rəhbər və mühasib tərəfindən gələcək vergi yoxlanışına hazırlıq, səhv hesablamaları müəyyənləşdirmək və düzəltmək və sanksiyaları minimuma endirmək üçün bir fürsət kimi qəbul edilir.

Müasir iqtisadi şəraitdə müəssisənin maliyyə müstəqilliyi üçün bir çox təhlükə var.

Bəziləri təşkilatın təsir zonasından kənar, məsələn:

- qeyri-sabit inkişaf edən, rəqabət üzərində qurulmuş və hələ başlanğıc mərhələsində olan, zəif tənzimlənmiş, daim dəyişən iqtisadiyyat;

- sahibkarların maraqlarının hüquqi qorunması sistemi yetərincə inkişaf etdirilməsi;

Bu vaxt, təşkilatın maliyyə müstəqilliyi daxildən ciddi şəkildə pozula bilər.

Araşdırmalara görə, şirkətlər işçilərinin sui-istifadə, diqqətsizlik və ya səriştəsizliyi səbəbindən hər il yüz minlərlə azn itirirlər, böyük müəssisələrdə isə milyonlarla zərər gedir.

- Bunu belə ifadə etmək olar:

- hesabların manipulyasiyası, saxtalaşdırılması və ya dəyişdirilməsi;

- aktivlərin mənimsənilməsi;

- əməliyyatlar və ya aktivlər haqqında məlumatların gizlədilməsi və ya buraxılması;

- mühasibat siyasətinin qəsdən səhv tətbiqi.

İş adamlarına investisiyaların ayrılması da daxil olmaqla, iş sahiblərinin pula qənaət etmək istəyi bu gün rəhbərlərə ənənəvi olaraq müəyyən idarəetmə səviyyələri üçün xarakterik olmayan funksiyaların həvalə olunmasına gətirib çıxarır. Bu, birbaşa vəzifələrinin yerinə yetirilməsini keyfiyyətə təmin etməyin mümkünsüzlüyünə gətirib çıxarır və səhv hərəkətlər, qərarlar ehtimalının ortaya çıxmasına və nəticədə daha ciddi mənfi hadisələrə səbəb olur. Çox vaxt onların nəticələri vergi, inzibati və hətta cinayət məsuliyyətidir [5].

Eyni zamanda, mövcud idarəetmə və mühasibat sistemləri çox vaxt yuxarıda göstərilən hərəkətlərin nəticələrindən qaynaqlanan planlaşdırılmamış xərcləri, əsasən fəaliyyətlərinin səmərəsizliyi və onlar üzərində adekvat nəzarət tədbirlərinin olmaması səbəbindən müəyyənəlməyə imkan vermir.

Yuxarıda göstərilənlərə əsasən, hər hansı bir müəssisənin, istər kiçik, istər orta, istərsə də böyük bir sahibkarlıq subyektinin həll etməli olduğu təcili bir vəzifə, riskləri qiymətləndirmək və öz xüsusiyyətlərini yerinə yetirmək baxımından vəziyyətini proqnozlaşdırmaq, onları müxtəlif daxili və xarici amillərin təsirlərindən qorumaq üçün tədbirlər görməkdir. Eyni zamanda, müasir şəraitdə, bir təşəbbüskar üçün yalnız riskin qarşısını almaq üçün cəhdlər etmək deyil, onu gözləməsi vacibdir, eyni zamanda onu məqbul dərəcədə aşağı salmağa çalışır. Bu, bütövlükdə şirkətin, bölmələrinin və işçilərinin fəaliyyətinə, mühasibat və hesabatların düzgün qurulmuş iqtisadi və hüquqi komponentləri vasitəsilə daimi, effektiv və vaxtında nəzarət tələb edir.

Mövcud şəraitdə, bir tərəfdən mənfi fəaliyyət riskini azaltmaq və bir işin səmərəliliyini artırmaq, nəticədə maliyyə sabitliyini təmin etmək imkanlarını müəyyənəlməyə üçün ən təsirli vasitələrdən biri daxili audit ola bilər [8, s. 74].

Sahibkarlıq subyektlərinin maliyyə nəzarəti sistemindəki daxili audit yeni bir konsepsiya deyil, lakin müstəqil bir sistem olaraq bu yaxınlarda xüsusi diqqət cəkdi və hazırda mövcud olan və eyni zamanda az qiymətləndirilən mənbələrdən biridir.

Birləşmiş Ştatlar və AB ölkələrini əhatə edən bir sıra yüksək səviyyəli korporativ qalmaqallar, xarici audit institutunun ciddi uğursuzluqlara səbəb ola biləcəyini və bunun nəticəsində çox böyük biznes qurumlarının belə iflas etdiyini göstərir.

Bundan əlavə, audit fəaliyyətinin qanunvericiliklə tənzimlənməsi sahəsində son dəyişikliklər və auditorların attestasiyası prosedurunun çətinləşməsi qaçılmaz olaraq kiçik sahibkarlıq subyektləri üçün proaktiv bir auditin “zövq” almasına səbəb olacaqdır. bizim fikrimizcə, çox yaxın gələcəkdə yalnız daxili audit mövqeyini gücləndirə bilər.

Artıq bu gün hər hansı bir şirkətdə şirkətin fəaliyyətinin bütün istiqamətlərini əhatə edən daxili audit sisteminin olması yaxşı bir korporativ idarəetmənin əlamətidir; üstəlik potensial investorlar və kreditorlar üçün müsbət bir siqnaldır və bu da şirkətin investisiya cəlbəediciliyini artırır və onun maliyyə sabitliyi təmin edir [9].

Beləliklə, daxili audit, bir tərəfdən, bir təşkilatın maliyyə dayanıqlığının idarə edilməsinin son mərhələsidir, digər tərəfdən bunun üçün bir şərtidir. Təəssüf ki, fəaliyyətlərini şaxələndirməyə yönəlmiş çox böyük, fəal inkişaf edən şirkətlər belə, tez-tez daxili maliyyə nəzarətini itirirlər.

Təcrübə göstərir ki, şirkətin maliyyə fəaliyyətlərinə nəzarət olmaması səbəbindən itkiləri 25% -ə qədər ola bilər ki, bu da maliyyə rəhbərliyinə çox vaxt məlum deyil.

Beləliklə, daxili audit dedikdə, bir təşkilatın fəaliyyətinin müxtəlif aspektlərini qiymətləndirmək, istehsal və satış fəaliyyətini əhatə edən sistem, mühəsibət uçotu, təhlil və nəzarət bu fəaliyyətlərdən yaranan risklərin və onların maliyyə nəticələrinin qarşısını almağa kömək edən ayrılmaz bir funksiya kimi nəzərdə tutulur.

Əsas məqsədi bütün fəaliyyət sahələrində idarəetmə sisteminin müxtəlif əlaqələri üzərində nəzarəti təmin etməkdir və daxili auditin risk qiymətləndirmə vasitəsinə çevrilməsi, fərdi əməliyyatların qiymətləndirilməsindən təşkilatın fəaliyyətindəki risklərin qiymətləndirilməsinə vurğuların dəyişməsinə əvvəlcədən müəyyənəlməyə [3].

Eyni zamanda, risklərin idarəedilməsi məncementi sahəsində daxili audit mütəxəssisləri aşağıdakı vəzifələri həll edirlər:

- riskin qarşısını almaq və ya məqbul səviyyəyə endirmək üçün audit tövsiyələrini vermək;
- risk idarəetmə sisteminin etibarlılığını və səmərəliliyini qiymətləndirmək;
- şirkətin idarəetmə sisteminin inkişaf etdirilməsində və tətbiq olunmasında şirkət rəhbərliyinə kömək etmək.

Yuxarıda göstərilənlərə əsasən daxili audit

sistemi qarşısında duran əsas vəzifələr müəyyən-
ləşdirilməlidir:

- təşkilatın şöbə müdirlərinə və maliyyə rəhbərliyinə maliyyə sabitliyinin və sabitliyinin təmin edilməsində, taktiki və strateji hədəflərə çatmaq üçün mənbələrin toplanmasında kömək;
- funksional bölmələrin fəaliyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi, təhlil və tövsiyələrin nəticələri ilə menecerləri təmin etmək;
- maliyyə idarəetmə sisteminin fəaliyyətini və onun ayrı-ayrı əlaqələrini təhlil etmək, bölmələrin və bütövlükdə şirkətin işindəki çatışmazlıqları müəyyənləşdirmək və aradan qaldırmaqla pozuntuların və sui-istifadələrin qarşısının alınması (maliyyə ilə işləmək üçün sistemli bir yanaşma olmadığı təqdirdə qaçılmazdır).

Daxili sabitliyin maliyyə dayanıqlığının idarə edilməsi funksiyası kimi təşkili, fəaliyyətin tənzimlənməsini, mütəxəssislərin hüquqlarının, vəzifələrinin və məsuliyyətlərinin, ixtisas tələblərinin, universitetin bölmələri və işçiləri ilə münasibətlərinin müəyyənləşdirilməsini nəzərdə tutur.

Daxili auditin effektivliyi birbaşa təşkilatda daxili nəzarətin təşkili üçün aşağıdakı əsas tələblərin formalaşdırılması və yerinə yetirilməsindən asılıdır [11].

1. Daxili auditorların fəaliyyətini tənzimləyən məqsədlərin, vəzifələrin və sənədlərin müəyyənləşdirilməsi.

Şirkət daxili auditin idarəetmə sistemindəki yerini, məqsədlərini, məqsədlərini və funksiyalarını, nəzarət qrupunun tərkibini, vəzifə və məsuliyyətlərini, habelə əlaqələrini müəyyənləşdirən "Daxili audit haqqında" Əsasnamə yaratmalı və həyata keçirməlidir. Şöbələr arasında.

2. Təşkilatda şöbə və ya xüsusi daxili nəzarət şöbəsinin yaradılması.

Nəzarət prosesinin səriştəli təşkili və iştirakçılarının hərəkətlərinin aydın şəkildə koordinasiyası təməl prinsiplərə uyğun olaraq yüksək səviyyədə yoxlamalar aparmağa imkan verir, məsələn, müstəqillik, obyektivlik, dürüstlük və səriştəlilik.

Birinci mərhələdə bölmələrin gəlir və xərc səviyyəsinin göstəriciləri, onların maliyyə resurslarının idarə edilməsi sistemini xarakterizə edən funksionallıq və meyarların həyata keçirilməsi çərçivəsində müəyyən edilir. Planlaşdırılmış və

hesabatlı məlumatlar əsasında yoxlamanın məqsəd və vəzifələri müəyyənləşdirilir.

İkinci mərhələdə yoxlama tapşırıqları üçün nəzarət prosedurlarının vaxtını göstərən cədvəl tərtib olunur, vəzifələr işçilər arasında bölüşdürülür.

Üçüncü və dördüncü mərhələlər doğrulama prosesinin özüdür, yəni nəzarət prosedurlarının icrası mərhələsidir. Onların icrası zamanı metodoloji metodların köməyi ilə daxili audit obyektləri haqqında məlumatlar toplanır və sistemləşdirilir və ilkin nəticələr formalaşdırılır. Bundan əlavə, şirkətin rəhbərləri və rəhbərliyi və funksional struktur bölmələri ilə daxili nəzarətin ilkin nəticələrinin və təkliflərinin müzakirəsi aparılır. Bu mərhələdə auditorlar nəticələrini təsdiqləmək üçün əlavə məlumat əldə edə bilirlər.

Daxili nəzarətin beşinci mərhələsində yekun bir hesabat hazırlanır və cavabdehlik mərkəzlərinin rəhbərlərinə və şirkət rəhbərliyinə hazırlanmış qiymətləndirmələr, nəticələr və təkliflər təqdim olunur.

Daxili auditin vəzifələri onun məqsədlərindən, təşkilatın növündən və yoxlanılan bölmənin fəaliyyətinin xüsusiyyətlərindən asılıdır.

Hansı hədəflər qoyulmasından asılı olmayaraq, təşkilati-hüquqi formasından, fəaliyyət növlərindən və sahələrindən və sahə mənsubiyyətindən asılı olmayaraq, hər hansı bir təsərrüfat subyektində daxili auditin təşkili müəyyən prinsiplərə əsaslanmalıdır [12]:

1. Rasionallıq prinsipi daxili audit sistemi yaratmaq və həyata keçirmə xərclərinin tətbiqindən əldə olunan iqtisadi effekti aşmaması deməkdir.

2. Daxili auditə adekvat münasibət prinsipi, təşkilat sahibləri və rəhbərliyinin, funksional bölmələrin rəhbərləri və işçilərinin sorğularda iştirak etmək və lazımi məlumatları verməklə daxili auditin səmərəliliyinin artırılmasına töhfə verməsi deməkdir. Daxili nəzarət şirkətin işçiləri tərəfindən yalnız fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması yollarından biri kimi qiymətləndirilməlidir.

3. Daxili audit işçilərinin səriştəlilik prinsipi daxili audit funksiyalarının icrası ilə məşğul olan işçilərin vəzifələrini səmərəli yerinə yetirmək üçün kifayət qədər peşəkar hazırlığa və biliklərə sahib olmalarını nəzərdə tutur.

4. Nəzarət obyektlərinin, məqsədlərinin və metodlarının müqayisəsi daxili audit obyektlərinin yoxlanılan bölmənin fəaliyyətinin xüsusiyyətlərinə, onların tutarlılığına, praktik etibarlılığına və

ağlabatan hədlərə uyğunluğu deməkdir. Hər bir obyekt üçün aydın nəzarət məqsədləri qoyulmalı və metodlar düzgün seçilməlidir - hədəflərə çatmağa kömək edən və yoxlama etibarlılığını və effektivliyini yüksək səviyyədə təmin edən nəzarət prosedurları.

Beləliklə, daxili audit təşkilatın fəaliyyətinin bütün sahələrində və sahələrində nəzarəti təmin edir: istehsal, satış, marketinq, maliyyə, kadr idarəetməsi və s. Özündə ehtiva edir və şirkət rəhbərlərinə və menecerlərə, təşkilatın iqtisadi böyüməsini və maliyyə sabitliyini təmin edə bilən işi səmərəli və effektiv şəkildə idarə etmək üçün qərar qəbul etmək üçün məlumat əldə etməyə imkan verən bir "vasitə" qismində kimi çıxış edir.

Hal-hazırda bir müəssisənin fəaliyyəti barədə etibarlı məlumat bazar iqtisadiyyatı üçün mühüm rol oynayır. Bir təsərrüfat subyektinin mühasibat (maliyyə) hesabatları və maliyyə vəziyyəti barədə etibarlı məlumatlara ehtiyac yalnız idarəetmə və strateji qərarlar qəbul etmək üçün sahibkarlıq subyektinin sahibi və rəhbərliyi üçün deyil, üçüncü tərəflər üçün də vacibdir: investolar, kreditorlar, banklar, potensial iş ortaqları və s. məlumatları yoxlamaları təsdiqləmək üçün nəzərdə tutulur.

Daxili auditin məqsədi sahibkarlıq subyektlərinin (yoxlanılan şəxslərin) maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətidir və audit fəaliyyətinin əsas məqsədi müştərinin mühasibat (maliyyə) hesabatlarının etibarlılığını və maliyyə (biznes) uyğunluğunu müəyyən etməkdir.) mövcud qanunvericiliklə onun həyata keçirdiyi əməliyyatlar. Hal-hazırda auditin təsnifatına hansı atributun əsasını təşkil etdiyinə (auditin mövzusu, təyin etmə qaydası, yoxlama istiqaməti və s.) Müxtəlif yanaşmalar mövcuddur.

Maliyyə sabitliyinin yoxlanılması (böhran əleyhinə audit) auditin inkişafı üçün perspektiv kimi qəbul edilə bilər. Belə bir yoxlamaların məqsədi hesabat tarixində şirkətin maliyyə vəziyyəti barədə ixtisaslı rəy bildirmək, həmçinin maliyyə göstəricilərini şərh etmək və inkişaf tendensiyalarını müəyyən etməkdir. Böhran əleyhinə auditin əsas vəzifələri müştərinin və investora riskini müəyyənləşdirmək, müəssisənin iflas meylinin səviyyəsini müəyyənləşdirmək olmalıdır.

Maliyyə sabitliyi auditinin (böhran əleyhinə audit) formalaşması və inkişafı, auditorların ən çox ictimai maraqlar naminə işləyən müstəqil nəzarətçilər və mühasibat (maliyyə) hesabatlarının

kənar istifadəçiləri kimi deyil, öz mühasibat uçotu kimi qəbul edildiyi Azərbaycan üçün vacibdir. Lakin maliyyə sabitliyi auditinin (böhran əleyhinə audit) sahibkarlıq subyektləri tərəfindən praktikada istifadə edilməsi üçün ilk növbədə bu yoxlama növü üçün qanunvericilik bazası yaradılmalı, eyni zamanda auditin təşkilatı və hüquqi mexanizmi dəyişdirilməlidir.

Açar sözlər: *audit, istehsal müəssisələri, maliyyə, iqtisadiyyat, inkişaf.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. *Azərbaycanın Milli audit standartları, Bakı, "Nağıl evi". 2004*
2. *Novruzov V.Q. və başqaları. Audit. (dərs vəsaiti). Bakı – 2011.*
3. *Hacıyev R.S. Səbzəliyev S.M. Auditin əsasları. Ali məktəblər üçün dərslik. Bakı, ADİU nəşriyyatı, 2013.*
4. *İqtisadi təhlil, dərslik. Dos. Cəfəri H.A. "Elm və Təhsil" nəşriyyatı, 2009.*
5. *İqtisadi təhlil, dərslik. Mahmudov İ.M., İsmayilov N.M., Zeynalov T.S. ADİU-nun nəşriyyatı, 2016.*
6. *Audit, dərs vəsaiti. Hacıyev F.S, Əliyev S.H. ADİU-nun nəşriyyatı, 2011.*
7. *Abbasov İ.M. Audit (dərslik). Bakı, 2013.*
8. *Андронов В. Д. Практический аудит. Москва Экономика 2014*
9. *Артеменко В.Г., Беллендер М.В. Финансовый анализ. М., «Финансы и статистика», 2016.*
10. *Аудит. Учебник для вузов (Подольский В.И., Поляк Г.Б., Савин А.А., Сошникова Л.В.). Под редакцией проф. Подольского В.И. Москва, «Аудит», ЮНИТИ, 2003.*
11. *Бавдеи А.Л., Белей И.Н., Добрышевский Н.П., Пупка Г.М., Филиппенко С.И. Аудит и ревизия. Минск, «Минсанта», 2014.*
12. *.Ришар Ж. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия. Пер. с франц. Под ред. Белых Л.П. – М., «Аудит», ЮНИТИ, 2017.*

РОЛЬ И ЗАДАЧИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Резюме

С обретением суверенитета в Азербайджанской Республике был успешно осуществлен переход к рыночной экономике, и был принят ряд важных законодательных актов и новых форм финансового контроля.

Среди всех видов финансового контроля аудит занимает особое место, так как помогает выявлять различные нарушения финансовой дисциплины, выявлять кражи, создавать законодательную базу для создания финансовой стабильности для эффективного использования бюджетных средств и финансовых ресурсов.

Основными задачами исследования являются организация системы внутреннего аудита в Азербайджане и развитие перспективных направлений в соответствии с международными требованиями путем раскрытия сущности внутреннего аудита.

Ключевые слова: *аудит, производство, финансы, экономика, развитие.*

THE ROLE AND TASKS OF THE INTERNAL AUDIT IN ENSURING FINANCIAL SUSTAINABILITY

Summary

With the acquisition of sovereignty in the Republic of Azerbaijan, the transition to a market economy has been successfully implemented and a number of important legislative acts and new forms of financial control have been adopted.

Audit has a special place among all types of financial control, as it helps to identify various violations of financial discipline, to identify thefts, to create a legislative framework to create financial stability for the efficient use of budget funds and financial resources.

The main objectives of the study are the organization of the internal audit system in Azerbaijan and the development of promising areas in accordance with international requirements by disclosing the essence of internal audit.

Keywords: *audit, manufacturing, finance, economics, development.*

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA AUDİTİN İNKİŞAFININ ÜMUMİ TENDENSİYALARINI ƏKS ETDİRƏN GÖSTƏRİCİLƏRİN TƏHLİLİ

ORXAN BAYRAMLI

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
magistr*

E-mail: orxan.bayramli458@gmail.com

Giriş

Azərbaycan Respublikasında auditin yaranması bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqələndirilir. Xüsusi mülkiyyətin iqtisadiyyatda payının artması ilə əlaqədar olaraq, sahibkarlıq subyektlərinin maliyyə vəziyyətinin etibarlı qiymətləndirilməsinə ehtiyac da artır, bu da nəzarət formalarının, xüsusən də auditin inkişaf etdirilməsini və təkmilləşdirilməsini zəruri edir. Buna görə də Azərbaycanda auditin inkişafı, müasir mərhələdəki müasir iqtisadiyyatda əhəmiyyəti, audit fəaliyyətinin inkişaf yolları və inkişaf perspektivləri ilə əlaqəli məsələlər böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Audit, bütün mühüm cəhətlərdən etibarlılığı və qanunların, mühasibat qaydalarının (standartlarının) və ya digər qaydaların (daxili) tələblərinə uyğunluğu barədə auditorlardan müstəqil rəy almaq üçün bir təsərrüfat subyektinin mühasibat məlumatlarının və maliyyə hesabatlarının yoxlanılmasıdır.

Toplanmış materialları öyrənmək və təhlil etmək üçün bu iqtisadi təhlil metodları istifadə olunur: müqayisə, qruplaşdırma, cədvəl, qrafik, statistik, iqtisadi analiz, induksiya və s.

Tədqiqatın məqsədi audit nəzarətinin nəzəri əsaslarını öyrənmək, indiki mərhələdə Azərbaycandakı audit fəaliyyətini təhlil etmək, ölkədə auditin inkişaf problemləri və perspektivlərini müəyyən etməkdir.

Məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələrin həlli planlaşdırılır:

- “audit fəaliyyəti” konsepsiyasının mahiyyətinin açılması;
- Azərbaycan Respublikasında auditin növlərini və onun təşkilini nəzərdən keçirmək;
- Azərbaycan Respublikasında audit fəaliyyətinin

inkişafını xarakterizə edən göstəriciləri təhlil etmək;

- problemləri və audit nəzarətinin yaxşılaşdırılması yollarını müəyyən etməkdir.

Tədqiqatda bir sıra metodlardan istifadə olunmuşdur. İlk növbədə, aparılan analiz, sintez metodları və eyni zamanda, məntiqi araşdırma metodu ilə məlumatlar əldə edilib tədqiqat üçün lazımı qaydada sistemləşdirilmişdir.

PEST təhlili bir müəssisənin makro mühitinin (xarici mühitin) təhlili üçün sadə və rahat bir üsuldur. Bir sənayedə əsas bazar tendensiyyalarını qiymətləndirmək üçün PEST analiz texnikasından tez-tez istifadə olunur və PEST analizinin nəticələrindən şirkət SWOT analizini tərtib edərkən təhlil və fərsətlərin siyahısını müəyyən etmək üçün istifadə edilə bilər.

Şirkətin siyasi və hüquqi mühitinin amilləri. Bir sənayenin, bazarın və ya ölkənin siyasi və hüquqi mühiti təhlil edilərkən, siyasi sabitlik və hüquqi tənzimləmə sahəsindəki əsas dəyişikliklərlə bağlı sualları cavablandırmaq tövsiyə olunur.

Bazarın iqtisadi vəziyyətinin amilləri. Bu qrup amillərin təhlili zamanı şirkətin fəaliyyət göstərdiyi ölkənin, bazarın iqtisadiyyatının vəziyyətini xarakterizə edən 6 əsas parametrlə müəyyən etmək lazımdır.

Yoxlamanın metodologiyası onun həyata keçirilməsi üçün optimal xərc və vaxtla yüksək keyfiyyətli bir audit təşkil etməyə imkan verir. Bu texnika bir audit təşkilatının kommersiya sirlidir, buna görə də bu məsələ xarici ədəbiyyatda açıqlanmır. Audit metodologiyasının inkişafına dörd əsas yanaşma mövcuddur:

- Mühasibat yanaşması müxtəlif mühasibat bölmələri üçün yoxlama metodlarının işlənilməsindən ibarətdir.

• Hüquqi yanaşma, müxtəlif məsələlərin hüquqi baxımdan yoxlanılması üçün metodların yaradılmasını təmin edir, yəni normativ hüquqi aktların tələblərinə uyğunluq və onların təsərrüfat əməliyyatının məzmununa təsiri, mühasibat və maliyyə hesabatlarında əks olunması baxımından.

• Sektor yanaşması audit təşkilatının müştərilərinin sektor xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla bir audit metodologiyasının hazırlanmasını əhatə edir

• Xüsusi yanaşma ümumi xüsusi xüsusiyyətlərə malik olan təsərrüfat subyektlərinin qruplarının yoxlanılması üçün metodologiyanın hazırlanmasını (idarəetmə strukturu, kapitalın strukturu, işçilərin sayı, təşkilati-hüquqi forması, vergi rejimi və s) əhatə edir.

Audit fəaliyyəti aşağıdakıları əhatə edir [4]:

- auditin təşkilati dəstəyi;
- auditin metodiki dəstəyi;
- yoxlamaların praktik həyata keçirilməsini əhatə edən həqiqi audit;

• digər audit xidmətlərinin göstərilməsi.

Audit xidmətinin formaları:

- yoxlamalar;
- müvafiq təcrübə;
- mühasibat, hesabat, vergi, maliyyə və təsərrüfat fəaliyyətinin təhlili məsələləri üzrə məsləhətləşmələr;

• fiziki və hüquqi şəxslərin sahibkarlıq fəaliyyətinə digər iqtisadi və hüquqi dəstək növləri.

Audit xidmətləri özündə aşağıdakıları ehtiva edir [12]:

Sorğu (təcili) çəklər - maliyyə hesabatlarının təcili yoxlanmasının vəzifəsi auditora qəbul edilmiş mühasibat siyasəti əsasında əldə edilmiş məlumatların saxta təqdim olunduğu qənaətinə gətirən mənfi faktları aşkar etmək imkanı verməkdir.

Əməliyyat yoxlaması - əməliyyat yoxlamasının vəzifəsi müştərinin maraqlarına cavab vermək üçün konkret məsələlərə dair məlumatları öyrənməkdir. Belə bir hesabat alanlar, auditor tərəfindən həyata keçirilmiş audit prosedurlarına əsasən ayrı-ayrı məsələlərə dair öz nəticələrini əlavə etməlidirlər.

Tərtib (maliyyə hesabatlarının çevrilməsi) - maliyyə hesabatlarının digər mühasibat standartlarına uyğun çevrilmə qaydasını təyin edərək, istifadəsi asan başa düşülən cədvəllər və maliyyə hesabatlarının yaradılmasından ibarətdir.

Əslində Azərbaycanda audit bazarı üç

müstəqil hissədən ibarətdir: məcburi audit bazarı, “beynəlxalq” audit bazarı və vergi yoxlaması bazarı.

Məcburi yoxlama. Qanuni audit aşağıdakılar üçün məcburidir [11]:

- mülkiyyət formasından və fəaliyyət növündən asılı olmayaraq kommersiya banklarının, fondlarının, fond birjalarının, şirkətlərin, müəssisələrin, kooperativlərin, cəmiyyətlərin və digər təsərrüfat subyektlərinin illik balansının və hesabatlarının etibarlılığının və tamlığının təsdiqi üçün. Dövlət büdcəsi tərəfindən tam dəstəklənən müəssisə və təşkilatlar və sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmayanlar istisna olmaqla digər sahələr;

- kommersiya banklarının, xarici investisiyalı müəssisələrin, səhmdar cəmiyyətlərinin, holdinq şirkətlərinin, investisiya fondlarının, etibar şirkətlərinin və digər maliyyə vasitəçilərinin maliyyə vəziyyətinin yoxlanılması;

- qiymətli kağızlar emitentləri;

- mülkiyyət formasında ayrılmaz əmlak kompleksləri, özəlləşdirmə, akkordlaşdırma və digər dəyişikliklər icarəyə verilərkən dövlət müəssisələri.

Qanunvericiliklə nəzərdə tutulmuş digər hallarda yoxlama da məcburidir.

Əslində, bu, auditorların daha çox konsolidasiya məqsədi ilə əsas şirkətlər və ya beynəlxalq maliyyə qurumları üçün və ya bəzi hallarda Qərb səhmləri üçün tez-tez BMHS-yə uyğun olaraq hazırlanan şəffaf maliyyə hesabatlarını təsdiqlədikləri zaman klassik bir audit bazarıdır. bazarlar. Bu bazarda “böyük dördlük” üstünlük təşkil edir və “beynəlxalq” audit bazarının əhəmiyyətsiz bir hissəsini beynəlxalq audit şəbəkələrinin üzvləri olan auditor firmaları tutur. Milli audit firmaları bu bazarda zəif təmsil olunur [4].

Mədəni investorlar və birja olmadığı təqdirdə, müştəri şirkətlərini maraqlandıran tək məsələ vergilərdir.

Nəzəri olaraq “vergi” yoxlaması heç bir yoxlama deyildir; əksər peşəkar audit firmaları vergi nəzarəti xidmətlərini daxili audit, uyğunlaşdırılmış prosedurlar və ya konsaltinq xidmətləri üçün xarici mənbədən əldə etmə və ya orta qaynaq kimi qiymətləndirirlər. Qərbdə “Vergi icmalı” əksər hallarda hüquq firmaları tərəfindən aparılır, “böyük dördlükdə” vergi və hüquq şöbələri var [1].

Bazarın bu hissəsi “Ukrayna audit” anlayışına

düşür. Əlbətdə ki, tapşırıqların qəbulu zamanı müştəri tez-tez auditora əlavə suallar verir, məsələn, maliyyə hesabatlarının RAS ilə uyğunluğu və qanunvericiliyə uyğunluq, “kadr” auditori, lakin bir qayda olaraq bu məsələlər ikinci dərəcəli məsələdir.

Lakin “vergi” yoxlamasının bir Azərbaycan ixtirası olduğu düşünüləməlidir. İsrail və ya Kipr kimi ölkələrdə “vergi” yoxlaması mütləqdir, nəticələr vergi orqanlarına təqdim olunur və əksəriyyət təşkil edən audit firmaları məhz bu cür audit xidmətlərində ixtisaslaşır [3].

Müəssisələr üçün hesabatın müstəqil audit rəyi ilə təsdiqlənməsi, bazarda daha sərfəli mövqə tutmağınıza, vergi orqanları, gömrük, banklar, dövlət qurumları ilə münasibətləri sadələşdirməyinizə imkan verəcək və yoxlamanın nəticələrinə əsasən auditorların tövsiyələri işinizi daha təhlükəsiz və səmərəli idarə etməyə kömək edin, mühasibat və vergini optimallaşdırın.

Azərbaycanda vəziyyətin vacib bir xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, gəlirlərin 60% -dən çoxu Böyük Dörd şirkətləri arasında bölüşdürülür (Ernst & Young, Deloitte, PricewaterhouseCoopers, KPMG), milli auditorların payı azlıqda qalır. Bu vəziyyət bir tərəfdən Azərbaycanın beynəlxalq firmalarla münasibətdə əlverişli mövqeyini təsdiqləyir. Digər tərəfdən, həm yerli, həm də qonşu bazarların milli auditorlar tərəfindən fəth edilməsini təmin edən bir siyasət mövcuddur.

Avropa qanunvericiliyi xidmətlərin keyfiyyətinə Avropa nəzarət sisteminin tətbiq olunmasını tələb edir və Azərbaycanda inkişaf etməkdə olan audit xidmətləri bazarının hər gün buna ehtiyacı var. İndi dünyanın və Avropanın inkişaf etmiş ölkələrinin təcrübələrini öyrənmək və bərc götürmək öz səhvləri üzərində tamamilə təsirsiz iş aparmaqdan daha vacibdir. Təəssüf ki, bu, Azərbaycan Audit Palatasının (APA) təklif etdiyi şeydir. Dünya, auditorlar auditorları yoxladıqda, həmyaşlı baxış keyfiyyətinə nəzarət təcrübəsindən imtina etdi. Üstəlik, bu yanaşmanın audit sənayesindəki Avropa təlimatı ilə uyğun olmadığı aşkar edildi. Azərbaycanda APA üzvləri çox vaxt öz auditor şirkətləri olan müvəqqəti auditorlardır [2].

Avropa keyfiyyətinə nəzarət sisteminin tətbiqi milli auditorların beynəlxalq audit şirkətləri ilə ləyaqətlə rəqabət etməsinə və daha yüksək keyfiyyətli peşəkar xidmətlər göstərməsinə imkan verəcəkdir.

Audit bazarının vacib bir problemi mövcud sertifikatlaşdırma sisteminin mükəmməl olmaması və özü-özlüyündə auditor hazırlığının keyfiyyətini lazımi dərəcədə təmin edə bilməməsidir, bu səbəbdən auditor seçiminə yalnız sertifikatına diqqət yetirərək rəsmi şəkildə yaxınlaşmaq olmaz. Auditorların qeyri-şəffaf sertifikatlaşdırma sistemi müəyyən dərəcədə audit işinə kadr axınına mane olur.

Birinci problem, Azərbaycanda auditorların fəaliyyətini tənzimləyən audit nəzarəti üzrə metodoloji işlənmələrin kifayət qədər olmamasıdır. Texnika və metodların olmaması beynəlxalq səviyyədə auditor hesabatının düzgün olmamasına səbəb olur.

Digər bir problem, kifayət qədər ixtisaslı audit heyəti sayının olmamasıdır. Yetərli ixtisaslı kadr sayının olmaması, audit xidmətləri bazarının mənimsənilməməsinə səbəb olur.

Auditin kompüterləşdirilməsinə dair metodiki tövsiyələrin olmaması auditorun sürətinə və müştəri məlumatlarının sistemləşdirilməsinə çox mənfi təsir göstərir. Audit sənədləri ilə işləmək üçün proqramların hazırlanması, auditorun iş axınındakı iş yükünün azaldılmasına kömək edəcək və lazım olduqda müəyyən bir müştərinin məlumatlarını verə biləcək kompüterləşdirilmiş bir müştəri bazasının inkişafına imkan verəcəkdir [11].

Əksər yerli audit şirkətlərinin iş keyfiyyəti də ciddi narahatlıq doğurur. Bu məsələ təkcə audit xidmətlərinin istifadəçiləri və dövlət qurumları tərəfindən deyil, həm də auditor peşəsi nüfuzunun artırılması, audit xidmətləri bazarının sabit inkişafı ilə maraqlanan auditorların özləri tərəfindən qaldırılır. Auditorların ixtisasının olmaması, auditor sertifikatları alınarkən nəzarəti artırmaq və yoxlama zamanı dövlət nəzarətini artırmaqla sürətli bir həll tələb edən çox ciddi bir problemdir. Vergi təzyiqinin artırılması məqsədəuyğun deyil, çünki auditorlar sertifikat aldıqdan sonra xeyli məbləğ ödəyirlər və vergi yükləri olduqca ağırdır.

Tədqiq etdiyimiz problemləri həll etmək üçün auditor firmaları işçilərinin idarəetmə strukturları tərəfindən təmin edilmiş vəzifələr üçün ixtisas tələbləri şəkildə peşə səriştələrinin səviyyəsini nəzərə almağa çalışırlar. Buna görə, audit xidmətləri bazarında yüksək tələbat olan firmalar arasında işçi heyəti və bu sahədə təcrübəsi olmayan işçilər yoxdur.

Bununla yanaşı, yüksək keyfiyyətli auditin aparılması üçün ilkin şərt bu prosesi planlaşdırmaq və sənədləşdirməkdir. Auditorlar Palatası audit prosesinin təşkilinin bu cür elementləri üçün məcburi tələbləri təsdiqlədi, işi həyata keçirmək üçün sertifikatlı qalmamaq üçün audit firmaları fərqsiz riayət etməlidirlər. Bu çatışmazlıqlar ilə yanaşı, auditorların illər ərzində təkmilləşdirilmiş və hər bir auditor firması və auditor-təşəbbüskar üçün normaya çevrilmiş öz üstünlükləri vardır:

- nəzarət və təftiş aparatlarının saxlanması xərclənən dövlət fondlarında əhəmiyyətli dərəcədə qənaət. Audit xidmətləri üçün ödəniş müştərinin hesabınadır və dövlətdən xərc tələb etmir;
- Audit firmaları (vergi müəllifləri-təşəbbüskarlar) tərəfindən vergilərin ödənilməsi səbəbindən büdcəyə əlavə vəsait qəbulu. Audit firmaları hüquqi şəxs olduqları üçün dövlətə vergi ödəyirlər və bununla da dövlət büdcəsinin gəlirlərini artırır;
- müstəqillik, rəqabət, yoxlamaların keyfiyyətinin yüksəlməsinə kömək edən auditorların peşəkarlığı. Audit xidmətləri bazarında rəqabət qabiliyyəti kifayət qədər yüksəkdir və bu səbəbdən müştərilərin ehtiyac və şərtlərini ödəmək üçün yüksək ixtisaslı mütəxəssis olmalısınız;
- müştəri tərəfindən auditor seçmə imkanı. Bu kifayət qədər müsbət bir inkişafdır, çünki auditor dövlət tərəfindən qoyulmur. Müştəri müəssisəsi bir audit şirkəti seçərkən başqalarının tövsiyələrinə etibar edə bilər və ya müəssisədə işləyən və müştərinin tələblərini tam təmin edən bir auditorla əlaqə qura bilər, yəni öz təcrübəsinə etibar edə bilər.

Azərbaycanda audit xidmətləri tətbiq edilməsində problem yaşasa da sürətlə inkişaf edir. Problemlərin həllinə audit xidmətləri bazarında rəqiblərin artması təsir edir, yəni auditorların sayı artmaqdadır və bu səbəbdən daimi müştərilərə sahib olmaq üçün bu sahədə yüksək məlumatlılığınız olmalıdır. Beləliklə, yoxlamada dəyişikliklərin edilməsinə ehtiyac məsələsi son dərəcə müsbətdir.

Açar sözlər: *audit, tendensiya, iqtisadi inkişaf, təsərrüfat subyektləri.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Пупко, Г.М. *Аудит и ревизия: Учеб. пособие. - 2-е изд., стереотип. - Мн.: Книжный Дом; Мисанта, 2014. - 429 с.*

2. *Теория финансов: Учеб. пособие / Н.Е. Заяц, М.К. Фисенко, Т.В. Сорокина и др.; Под ред. проф. Н.Е. Заяц, М.К. Фисенко. - Мн.: БГЭУ, 2005. - 351 с.*

3. *Хмельницкий, В.А. Ревизия и аудит: Учеб. комплекс / В.А. Хмельницкий. - Мн.: Книжный Дом, 2015. - 480 с*

4. *Лемеш, В.Н. «Ревизия и аудит»: пособ. для студентов экон. специальностей высш. и сред. спец. учеб. Заведений, 2017. - 288 с.*

5. *Закон Азербайджанской Республики «О бухгалтерском учете». Баку, 2014*

6. *Л.В. Сотникова «Внутренний контроль и аудит», 2000 год*

7. *Кусков, А. «Аудит как инструмент антикризисного управления» / А. Кусков // Финансы, учет, аудит. - 2015. - № 6. - с. 40-42.*

8. *Ю.Ю. Кочинев "Аудит. Теория и практика", 2016 год, с-45-65*

9. *Берлин С.И. Теория финансов: Учебное пособие. «Издательство Приф», 2010. - 256 с*

10. *Большой экономический словарь 3-е изд. М.: Институт Новой экономики, 1998, - 864 с.*

11. *Терехов А.А. «Аудит», 2002 г.*

12. *Правило (Стандарт) аудиторской деятельности «Проведение аудита с помощью компьютеров»*

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ЗАМЕНЯЮЩИХ ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АУДИТА В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Резюме

Аудит - это независимый финансовый контроль, направленный на определение достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности хозяйствующих субъектов и соответствия финансовых (хозяйственных) операций действующему законодательству. Следует отметить, что аудит включает в себя не только проверку достоверности отчетов компании, но также проверку балансов, финансовой отчетности и подготовку предложений аудиторов по улучшению экономических показателей.

Аудит в рамках экономического контроля выявляет и выявляет новые возможности предпринимательской деятельности, определяет ее эффективность, организацию производства, планирование, защиту финансовых

источников, соблюдение технологической и трудовой дисциплины, качество продукции, достоверность бухгалтерского учета и отчетности на отдельных предприятиях. Отчет включает экономические и финансовые операции.

Ключевые слова: *аудит, тренд, экономическое развитие, хозяйствующие субъекты.*

**ANALYSIS OF INDICATORS
REFLECTING GENERAL TENDENCIES
OF AUDIT DEVELOPMENT IN
THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

Summary

An audit is an independent financial control aimed at determining the reliability of the accounting (financial) statements of economic entities and the compliance of financial (business) operations with existing legislation. It should be noted that the audit includes not only the verification of the reliability of the company's reports, but also the verification of balance sheets, financial statements and the preparation of proposals by auditors to improve economic performance.

Audit as part of economic control reveals and reveals new opportunities for entrepreneurial activity, determines its effectiveness, organization of production, planning, protection of financial sources, compliance with technological and labor discipline, quality of products, reliability of accounting and accounting within individual enterprises. The report includes economic and financial transactions.

Keywords: *audit, trend, economic development, economic entities.*

SOSIAL SAHİBKARLIĞIN İNKİŞAFI: BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏ VƏ ONUN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ

SƏNAN İMANOV

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
magistr*

E-mail: senan_imanov90@mail.ru

Giriş

Sosial sahibkarlıq nəzəriyyəsi, tərifinə fərqli şərtlərdə və yanaşmalarda uzun bir tarixi yol keçmişdir. Riçard Kantillon ilk dəfə bu fenomenə XVIII əsrin ortalarında diqqət çəkdi. Fransız iqtisadçısından sonra bir çox digər alimlər bu nəzəriyyə haqqında fikirlərini təqdim etdilər və bu müddət bu günə qədər davam edir. İqtisadçılar və alimlər sahibkarlığın fəaliyyətinin öyrənilməsinə fərqli yanaşmalar təklif etdilər. Lakin sahibkarlıq nəzəriyyəsi heç vaxt müstəqil bir tədqiqat obyektı olmamışdır. “İqtisadi doktrinalar tarixi” dərslisinin müəllifləri V. Avtonomov, O. Ananin, N. Makaşeva bu vəziyyəti bununla izah edirlər: “İqtisadi düşüncə tarixində sahibkarlıq və mənfəət nəzəriyyəsi bir qədər periferik yer tuturdu. Bu qismən iqtisadiyyatda uzun müddət lider olan bir ölkədə İngiltərədə yayılmamaları ilə əlaqədardır. [4]”

Hazırda sosial sahibkarlığının formalaşması və inkişafı məsələləri gündəmə gəlmişdir və yalnız iqtisadi deyil, həm də siyasi çalarlar qazanmışdır. “Sosial Sahibkarlıq” konsepsiyasına qoyulan terminoloji mahiyyət və məzmun iqtisadi nəzəriyyənin inkişafında dəyişdi və asanlaşdırıldı.

İqtisadi bir fenomen kimi sosial sahibkarlıq bir-birini tamamlayan iki vəziyyətin mövcud olduğu şəraitdə yaranır: təşkilati və iqtisadi yenilik və xarici mühitin və subyektin qarşılıqlı əlaqəsi nəticəsində müəyyən məhdudiyyətlər olan iqtisadi azadlıq. Risk daşıyıcılığı, mənbəyə sahiblik, liderlik və digərləri kimi xüsusiyyətlər ya törəmə, istəyə bağlı və ya tamamlayıcıdır. Sosial sahibkarlıq bazarla sıx əlaqə, iş birliyi və əmək bölgüsü, özünütəmin etmə, məcburiyyət olmaması, fəaliyyət metodu seçmək azadlığı, qərar qəbul etmə müstəqilliyi, riskə meyl, şəxsi iştirakla yanaşı maddəli əməyin istifadəsi, mənfəət əldə etməyə yönəlmə ilə xarakterizə olunur.

Əsas hissə

Sosial sahibkarlıq hal-hazırda bu konsepsiyanın mahiyyətini müəyyən edən qanuni xüsusiyyətlərə malik olan bazar iqtisadiyyatı subyektləri tərəfindən həyata keçirilən bir fəaliyyət kimi tanınır. Müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı müəssisələrin (təşkilatların) kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri kimi təsnifləşdirilməsinin əsas meyarı müəssisədə (təşkilatda) hesabat dövründə işləyən işçilərin orta sayıdır.

Sosial sahibkarlığın ən vacib iqtisadi və sosial əhəmiyyəti əhalinin məşğulluq təminatı ilə əlaqədardır. Bölgədəki işsizlik səviyyəsi ilə burada kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf dərəcəsi, dövlət qurumları və ictimai təşkilatlar tərəfindən dəstəklənməsi üçün bir sistemin olması ilə birbaşa əlaqə mövcuddur.

Sosial sahibkarlıq təzahürlərinə görə çox müxtəlifdir. Təsnifat üçün əsas kimi fərqli xüsusiyyətlər seçilə bilər - fəaliyyət növü, mülkiyyət forması, sahibkarların sayı, maddəli əməyin istifadəsi dərəcəsi və s.

Ötən dövr ərzində Azərbaycanda sosial sahibkarlığın inkişafına dəstək məqsədilə bir sıra tədbirlər həyata keçirilmişdir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 24 iyun 1997-ci il tarixli 610 nömrəli və 17 avqust 2002-ci il tarixli 733 nömrəli Fərmanlarına əsasən “Azərbaycan Respublikasında sosial sahibkarlığın təşəbbüsünə dair Dövlət Proqramı (1997-) 2000) Azərbaycan Respublikasında sosial sahibkarlığın inkişafına dair Dövlət Proqramı (2002 -2005)” qəbul edildi və həyata keçirildi. 90-cı illərdə isə “Müəssisələr haqqında,” “Sosial sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında”, “Xarici investisiyaların qorunması haqqında”, “Sosial sahibkarlığa dövlət dəstəyi haqqında”, “Antiinhisar fəaliyyəti haqqında” qa-

nunlar qəbul edildi [5].

25 aprel 2016-cı il tarixində Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 21 aprel 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə məşğulluq, qeyri-neft ixracı, işgüzar mühitin inkişafı, yardım kimi strateji məsələlərdə sosial sahibkarların rolunun təşviq edilməsinə yönəlmiş və cəmiyyətdə sosial sahibkarlığa dəstək məqsədi ilə Azərbaycanda “Sosial Sahibkarlar Günü” təsis edildi.

Dövlətdə sosial sahibkarlığın genişləndirilməsi üçün yeni bir istiqamət “Azərbaycan-2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında əks olunan tapşırıqlarla verilmişdir. Dövlətdə sahibkarlığın böyüməsi, gələcəkdə biznes sahəsinin yaxşılaşdırılması, yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi, innovativ texnologiyaların tətbiqi, yüksək keyfiyyətli və rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalının inkişafı Azərbaycan iqtisadiyyatının üstünlüklərindən biridir. Bunun üçün əsas məqsəd dövlətdə sosial sahibkarlığın artması üçün sisteməlik və ardıcıl tədbirlər davam etdirilir [6, s. 45].

Sosial sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların 2 il müddətinə dayandırılması, Sosial sahibkarlıq fəaliyyəti üçün lisenziya və icazələrin sayı və bu sahədə elektron portalın yaradılması da daxil olmaqla icazə prosedurlarının sadələşdirilməsi, Sosial sahibkarların hüquqlarının qorunması üçün müraciət şuralarının yaradılması, bütün ölkəyə malların tranziti üçün “vahid pəncərə” prinsipinin tətbiqi, ölkəyə investisiyaların artırılması məqsədilə 7 il müddətinə vergi və gömrük güzəştlərinin verilməsi, sadələşdirmək məqsədilə elektron gömrük xidmətlərinin genişləndirilməsi idxal və ixrac əməliyyatları üçün gömrük prosedurlarının minimuma endirilməsi, nəqliyyat vasitələrinin daşınması üçün “Yaşıl Dəhliz” və beynəlxalq təcrübəyə çıxış sistemləri, dövlət satınalmalarının yaxşılaşdırılması, birbaşa cavab verilməsi üçün məlumat və məsləhət vermək üçün çağrı mərkəzlərinin yaradılması dövlət orqanlarında sosial sahibkarların müraciətləri və s. kimi işlər aparıldı [1].

Azərbaycan Prezidentinin 15 mart 2012-ci il tarixli tapşırığına uyğun olaraq elektron icazə portalı istifadəyə verilmişdir. İcazəli sənədlər barədə sosial sahibkarlar üçün kifayət qədər məlumata paralel olaraq portal fərdi iş qurmaq və ya bu işi inkişaf etdirmək istəyən şəxslər üçün icazələr, bunların alınması prosedurları, məcburi

sənədlər, verilmə şərtləri və etibarlılığı barədə vahid məlumat mənbəyidir. Bundan əlavə, portal sosial sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyən normativ sənədlərin hazırlanması kursuna sosial sahibkarları cəlb etmək üçün şərait yaradır.

Bölgədəki və dünyadakı proseslər əməkdaşlığın dərinləşməsinə və sosial sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət dəstəyinin gücləndirilməsini həyata keçirilən tədbirlərin önəmli bir daha vurğulanır. Beləliklə, iqtisadiyyatı şaxələndirmək üçün sahibkarlıq fəaliyyətinin potensialını tam reallaşdırmaq üçün bu sahədə bir sıra dəyişikliklərə ehtiyac var. Qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsində müəyyən irəliləyiş əldə olunsa da, bəzi irəliləyişlərin edilməsi lazımdır. Beləliklə, özəl kredit bürosu, daşınar əmlakın reyestri və girov əməliyyatlarının həyata keçirilməsi proseduru kimi məsələlər üçün qanunvericilik bazası təkmilləşdirilməlidir [3].

Sosial sahibkarlıq- sosial inkişaf və sosial təminat sahəsindəki siyasət, müəyyən bir sosial qrupların keyfiyyətini və həyat səviyyəsini yaxşılaşdırmağa yönəlmiş bir ticarət subyekti, ümumiyyətlə dövlət tərəfindən həyata keçirilən tədbirlər sistemi, habelə tarixi, iqtisadi, siyasi, o cümlədən belə bir siyasətlə əlaqəli məsələlərin öyrənilməsinin həcmi sosial-hüquqi və sosioloji aspektlər, habelə sosial məsələlər sahəsində səbəb əlaqələrinin araşdırılmasını əhatə edir. Ancaq nəzərə alınmalıdır ki, “sosial sahibkarlıq” anlayışının köklü bir tərfi yoxdur [11]. Sosial sahibkarlıq sosial proseslər və münasibətlər sisteminin inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirir və dövlətin sosial-iqtisadi məsələləri tənzimləmək üçün istifadə etdiyi prinsiplər, metodlar normalarıdır. Sosial sahibkarlıq siyasəti həm geniş, həm də dar mənada nəzərdən keçirilir. Geniş mənada, insan həyatının bütün tərəflərini əhatə edən, normal həyat şəraiti yaratmağa və cəmiyyətin bütün üzvlərinin özünü dərk etməsinə yönəlmiş bir sahibkarlıq formasıdır. Dar mənada isə, əhəlinin xüsusilə həssas qruplarını dəstəkləmək üçün hökumət tədbirləri sistemidir.

Praktiki mənada sosial sahibkarlıq siyasəti əhəlinin dolanışığına yönəlmiş tədbirlər sistemi kimi başa düşülür. Bu tədbirlərin təşəbbüsçüsündən asılı olaraq, yəni kimdən gəldikləri üçün dövlət siyasətinin subyektləri ola bilər: dövlət, ayrı bir bölgə, bələdiyyə və s. Mövzudan asılı olaraq aşağıdakı sosial sahibkarlıq növləri ayrılır [2].

- dövlət,
- regional,
- bələdiyyə,
- korporativ və s.

Sosial sahibkarlığın obyektləri bunlardır: fərdi siniflər və sosial qruplar, fərdi ailələr, millətlər və insanların rifahının bütün aspektləri. Beləliklə, sosial sahibkarlıq təşəbbüsü əhalinin bütün təbəqələrini və həyatın bütün sahələrini əhatə edir:

- sosial müdafiə və təminatlar,
- məşğulluq,
- sosial nəzarət,
- yaşayış şəraitinin yaxşılaşdırılması,
- sosial yardım və müavinətlər, sığorta və s.

Bu vəziyyətdə sosial sahibkarlığın spesifik subyektləri dövlət qurumları, qeyri-dövlət fondları, yerli idarəetmə orqanları, kommersiya təşkilatları və s. ola bilər.

Ənənəvi olaraq sosial sahibkarlıq siyasətin sahələri aşağıdakılardır [5]:

- sosial müdafiə və sığorta,
- sosial xidmətlər,
- təhsil,
- səhiyyə və s.

Dövlət öz sosial siyasətini adətən yerli və regional hakimiyyət orqanları vasitəsilə həyata keçirir. Dövlət sosial siyasəti dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilir. Dövlətin sosial sahibkarlıq təşəbbüsünün məqsədi əhalinin sağlamlığını yaxşılaşdırmaq, müəyyən xoşagəlməz həyat şəraitində kifayət qədər gəlir və sosial dəstək təmin etmək və ümumiyyətlə cəmiyyətdə əhali üçün əlverişli sosial atmosfer yaratmaqdır.

Sosial sahibkarlıq dövlətin sosial sahə ilə bağlı ümumi strategiyasının ayrılmaz hissəsidir: şəxslə, onun cəmiyyətdəki mövqeyi ilə birbaşa əlaqəli qərarların hazırlanması və həyata keçirilməsi üçün məqsədyönlü fəaliyyətdir və hökumətin bütün icra və hakimiyyət orqanları tərəfindən həyata keçirilən ölkə əhalisinin müxtəlif qruplarının xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq ona sosial təminatlar vermək məqsədini özündə ehtiva edir. Sosial sahibkarlıq fəaliyyəti, ölkədəki vəziyyəti və cəmiyyətdəki vəziyyəti, sosial inkişafın ehtiyac və məqsədlərini əks etdirmək üçün hazırlanmışdır.

Dövlətin sosial sahibkarlıq siyasətinin mahiyyəti həm sosial qruplar arasında, həm də onların daxilində münasibətləri davam etdirmək, cəmiyyət üzvlərinin rifah halını, həyat səviyyəsini yüksəltmək

üçün şərait təmin etmək, ictimai istehsalda iştirak üçün iqtisadi stimulların formalaşmasında sosial təminatlar yaratmaqdır. Qeyd etmək lazımdır ki, bütövlükdə ictimai istehsal şərtlərini tənzimləmək üçün dövlət tərəfindən həyata keçirilən tədbirlərin tərkib hissəsi kimi çıxış edən sosial sahibkarlıq fəaliyyəti ölkədəki ümumi iqtisadi vəziyyətlə sıx bağlıdır. Dövlətin sosial siyasətindən danışarkən, ilk növbədə hökumətin cəmiyyətin müxtəlif üzvlərinin və qruplarının gəlirlərinin bölüşdürülməsinə və tənziminə yönəlmiş fəaliyyəti nəzərdə tutulur [11].

Sosial sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas funksiyaları aşağıdakıları ehtiva edə bilər:

- Sabitləşmə, əhalinin bütün qruplarının sosial münasibətlərinin və sosial statusunun sabitliyinə gətirilməsi;
- Əhalinin iqtisadi və sosial fəaliyyətinin qorunması və stimullaşdırılması;
- Əmanət funksiyası, yəni həyat üçün maddi imkanların aşağı həddini təmin etmək üçün zəmin yaratmaq;
- Qoruyucu funksiya isə sosial risk və böhran vəziyyətinin başlaması şəraitində vətəndaşlara kömək etmək deməkdir.

Bu funksiyaların qarşılıqlı əlaqəsi daima tarazlıqlarını qorumaq ehtiyacını nəzərdə tutur. Hər hansı bir funksiyanın pozulması bütün sistemdə dəyişikliklərə səbəb olur. Həvəsləndirici funksiyanın zəifləməsi sosial siyasətin resurs təminatının azalmasına, sosial proqramların maliyyələşdirilməsi imkanlarının azalmasına səbəb olur. Stabilləşdirmə funksiyasının pozulması cəmiyyətdə sosial fərqlilik və gərginliyin əsassız artmasına səbəb olur.

Qeyri-neft sektoru davamlı inkişaf etməsi ilə, dövlət qanunlarına və ölkəmizin bölgələrinin sosial-iqtisadi inkişafı üçün həyata keçirilən layihələrə cavab olaraq sosial sahibkarlıq müəssisələri yaradıldı və investisiya imkanları artırıldı. Bu tədbirlər Azərbaycanda yoxsulluğun və işsizliyin azaldılmasına kömək etdi. Azərbaycanda sosial sahibkarlığın formalaşması zaman keçdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Yeni təhsil mərkəzləri və sosial müəssisə institutları Azərbaycanda sosial sahibkarlığın yayılması və sosial məsuliyyətin qiymətləndirilməsi ilə bağlı araşdırmalar apardılar. Araşdırmanın nəticələrinə görə, ölkəmizdəki təşkilatların sosial sahədəki fəaliyyətləri İEÖ-lərdən daha aşağıdır. Digər postsövet ölkələrində

olduğu kimi, Azərbaycanda da dövlət qadağaları və özəl təşkilatların fəaliyyətinə maneələr sosial ticarətin inkişafına mənfi təsir göstərmişdir. Dövlət qurumlarının sosial müəssisələrin inkişafı üçün hazırkı dəstəyinə baxmayaraq, bu sahədə sosial sahənin inkişafına mane olan problemlər davam edir.

Sosial sahibkarlıq layihələrinin Azərbaycanda müəssisələr üçün faydaları aşağıdakı kimi sadalana bilər:

- Müəssisələr özləri üçün icma mühiti yarada-raq cəmiyyət tərəfindən qəbul edilir.
 - Əvvəlcə xərc kimi görünən xərclər gəlir kimi ödənilə bilər.
 - Bazar iqtisadiyyatı şəraitində yeni bazarlara çıxmaq və alıcını cəlb etməkdə üstünlüklər qazana bilər.
 - Problemlərə həll yollarını tapmaqda cəmiyyətin vacib bir hissəsi ola bilər.
 - Çox müxtəlif maliyyə mənbələri təmin edə bilər.
 - İş qrupları və müştərilər müəssisələrə güvənir və dəyər verirlər.
 - Özəl və dövlət sektoru arasındakı əlaqələr genişlənəcək və güclənəcəkdir.
- Azərbaycanda sosial sahibkarlığın əsas hədəflərindən biri cəmiyyətdə ictimai üstünlüklər yaratmaqdır.

Açar sözlər: *sosial sahibkarlıq, beynəlxalq təcrübə, kapitalizm, bazar iqtisadiyyatı.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abbasov A.B. (2015), "Sahibkarlıq fəaliyyəti: növləri, təşəkkülü və inkişaf problemləri", Bakı, "Elm" 218 səh.
2. Abdullayeva Z.H. (2015) "Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadiyyatın inkişafında rolu", Bakı, "İqtisad Universiteti" 243 səh.
3. Axundov M.Ə. (2015), "Strateji idarəetmə", Bakı, "Ağrıdağ" 343 səh.
4. Azərbaycan Gələcəyə baxış inkişaf konsepsiyası 2020.
5. Əliyev A.Ə., Quliyev A.S. *Sosial sferanın iqtisadi və metodoloji əsasları*. Bakı, 2005. S. 89
6. Musayev A. (2014), "İnnovasiya iqtisadiyyatı və vergi stimullaşdırılması", Bakı, "Adiloğlu" 631 səh.
7. Ashta A. (2018) *Realistic theory of social en-*

trepreneurship: Selling dreams as visions and mis-
sions. Cost Management (March/April): cnp.35-41.

8. Bain H. (2018) *Customer lifetime value for small business. Strategic Finance (August): 30, 32 cnp.*

9. Barlas S. (2019) *SBA primary loan program in jeopardy. Strategic Finance (June): 11 cnp.*

10. Davenport L.M. (2017) *Small business: When business is a family matter. Family businesses offer a unique set of challenges for the accounting profes-*
sional. Strategic Finance (August): cnp.27-28.

11. Golder R. (2019) *Small business summit of-*
fers tips for success. Strategic Finance (January):
cnp.23-24.

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме

В связи с переходом к рыночной экономике реализация реформ, основанных на соответствующем социально-экономическом развитии, создала условия, прежде всего, для обеспечения экономической и деловой активности населения в стране, а с другой стороны, возникновение предпринимательской активности. Одним из основных компонентов формирования рыночной экономики является обеспечение свободного предпринимательства. Таким образом, свободное предпринимательство создает условия для свободной, независимой деятельности населения. Возникновение различных отношений собственности в условиях рыночных отношений меняет отношение населения к этой собственности и способствует повышению в них предпринимательского духа. Предпринимательская деятельность, имеющая различные формы и содержание, также может быть отмечена как необходимый обуславливающий фактор социально-экономического развития.

История социального предпринимательства восходит к средневековью. В то время торговцы, ремесленники и миссионеры также были предпринимателями. Деятельность трейдеров была направлена на использование существующего несоответствия между спросом и предложением, а источником их

дохода была разница в ценах на товары, передаваемые с рынка на рынок. В течение этого периода функциональное содержание предпринимательства ограничивалось использованием дисбалансов развивающихся рынков, и преобладающим предложением было сочетание высокого риска. С приходом капитализма погоня за богатством ведет к стремлению к неограниченной выгоде. Действия предпринимателей приобретают профессиональный и культурный характер.

Ключевые слова: *социальное предпринимательство, международный опыт, капитализм, рыночная экономика.*

DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND ITS APPLICATION IN AZERBAIJAN

Summary

In connection with the transition to a market economy, the implementation of reforms based on appropriate socio-economic development has created conditions, first of all, to ensure the economic and business activities of the population in the country, and on the other hand, the emergence of entrepreneurial activity. One of the main components of the formation of a market economy is the provision of free enterprise. Thus, free enterprise creates conditions for the free, independent activity of the population. The emergence of various property relations in the conditions of market relations changes the attitude of the population to this property and helps to increase the entrepreneurial spirit in them. Entrepreneurial activity, which has different forms and content, can also be noted as a necessary conditioning factor of socio-economic development.

The history of social entrepreneurship dates back to the Middle Ages. At that time, merchants, traders, craftsmen, and missionaries were also entrepreneurs. The activities of traders were aimed at taking advantage of the existing mismatch between supply and demand, and the source of their income was the difference in the prices of goods transferred from market to market. During this period, the functional content of entrepreneurship was limited to the use of emerging market imbalances, and the dominant

pretext was a combination of high risk. With the advent of capitalism, the pursuit of wealth leads to the desire for unlimited gain. The actions of entrepreneurs take on a professional and cultural character.

Keywords: *social entrepreneurship, international experience, capitalism, market economy.*

PUL AXINI ANLAYIŞI VƏ PUL VƏSAİTLƏRİNİN HƏRƏKƏTİ HAQQINDA HESABATA NƏZƏRİ YANAŞMA

ŞÖVKƏT MİRZƏYEV
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
magistr

E-mail: sovketmirzeyev02@gmail.com

Giriş

Pul axını ailə-övlad münasibətləri kimi digər sistemlərlə birlikdə həyatımıza qurulmuş bir sistemdir. Pul sistemini başa düşməyi, pul qanunlarını mənimsəməyi və onlarla düzgün qarşılıqlı əlaqəni öyrənmək, maddi rifahınızı əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırmaq olar.

Pul axını təsərrüfat subyektlərinin gəlir və xərclərini əks etdirir. Pul axınlarını təhlil edərək, maliyyə sabitliyini, müəssisənin özünü maliyyələşdirməsini, maliyyə gücünü, maliyyə potensialını, gəlirliliyini öyrənmək mümkündür. Nağd pul axını idarəsi, müəssisənin bütün idarəetmə sistemini əhatə edən maliyyə siyasətinin ən vacib hissəsidir.

Məqalədə pul axınının təhlilinə nəzəri yanaşmalardan bəhs olunur, eyni zamanda məqalədə istifadə olunan metodların analizi araşdırılmaqdadır. Bu metodlar vasitəsilə pul axının müəssisə və ümumi iqtisadiyyat üçün əhəmiyyəti qeyd olunmaqdadır.

Əsas hissə

Bu gün bazar iqtisadiyyatının vəzifələrindən biri də təşkilatın yüksək gəlirlilik səviyyəsi ilə onun kifayət qədər ödəmə qabiliyyəti arasında tarazlığı qorumaqdır. Bu problemin həlli ilk növbədə nağd pul axınının məharətlə idarə edilməsinə əsaslanır. Nağd pul axınının idarə edilməsi, qeyri-sabit iqtisadi mühitdə, vəsaitin olmaması və ya düzgün idarə edilməməsi, hətta gəlirli bir təşkilat üçün də maliyyə çökməsinə səbəb ola biləcəyi iqtisadi formalaşma dövründə xüsusi əhəmiyyət qazanır. Təşkilatlarda yaranan maliyyə problemlərinin uğurlu həlli, əsas komponentləri köklü mühasibat sistemi, retrospektiv təhlilin həyata keçirilməsi və

pul vəsaitlərinin hərəkətinin perspektiv maliyyə planlaşdırılması olan xüsusi bir pul idarəetmə sisteminin yaradılmasından və istifadəsindən çox asılıdır.

Həm müasir iqtisadçılar, həm də klassik alimlərin çox sayda işi mühasibat uçotu nəzəriyyəsinin və praktikasının təkmilləşdirilməsi və pul vəsaitlərinin iqtisadi təhlili problemlərinin öyrənilməsinə həsr edilmişdir:

Tədqiqatın elmi yeniliyi tədqiqat mövzusunda nəzəri əsasların ümumiləşdirilməsindən və pul vəsaitlərinin hərəkəti mühasibatlığının, hesabatlarının və təhlilinin təkmilləşdirilməsi üçün praktik tövsiyələrin hazırlanmasından ibarətdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyini xarakterizə edən və müdafiəyə təqdim olunan əsas nəticələr aşağıdakılardır:

- müasir bazar şərtləri ilə əlaqəli nağd pul axınının mahiyyəti əsaslandırılmış, təsnifatı aydınlaşdırılmış, “elektron pul axını” anlayışının məzmunu açıqlanmış və ümumi pul axını sistemindəki yeri müəyyən edilmişdir;
 - ticarət əməliyyatlarının pul vəsaitlərinin hərəkəti üzrə mühasibat reyestrlərində əks olunmasının yaxşılaşdırılması üçün tövsiyələr təklif edilmişdir;
 - balansdankənar hesablarda plastik kartların uçotu üçün metodologiya işlənib hazırlanmış və İnternet vasitəsilə hesablaşmalardan istifadə zamanı vəsaitlərin uçotu qaydası aydınlaşdırılmışdır;
- Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, təklif olunan pul vəsaitləri axınının uçotu və təhlilinin təkmilləşdirilməsi üçün hazırlanmış tövsiyələr fondların mövcudluğu və hərəkəti barədə iqtisadi məlumatların keyfiyyətini artıracaq, bu növ dövriyyə kapitalının idarə edilməsinə dair

qərarların səmərəliliyini, etibarlılığını və iqtisadi məqsəduyğunluğunu artıracaqdır. Aktivlər və bazar şərtlərinə uyğunlaşma dövründə təşkilatların maliyyə sabitliyinin gücləndirilməsinə kömək edəcəkdir.

Daim dəyişən iqtisadi vəziyyətlə əlaqədar olaraq təşkilatın maliyyə vəziyyətinin təhlili bu dəyişikliklərə ən çox cavab verən göstəricilərdən biridir. Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabatın məlumatlarına əsaslanan təşkilatın pul axınlarının təhlili getdikcə aktuallaşır. Bu hesabatın informasiya əhəmiyyəti, təşkilatın potensial problemlərini müəyyən etməyə imkan verən ilk göstəricilərdən biri olan pul vəsaitlərinin hərəkəti olduğu üçün artır. Pul vəsaitlərinin hərəkəti hesabatına əlavə məlumat balansdan və maliyyə nəticələri haqqında hesabatdan əldə edilə bilər [1].

Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabatı, müəyyən müddət üçün şirkətin nağd pul girişi və çıxışı haqqında konsolid edilmiş hesabatdır. Bu

axınlar tətbiq sahələrinə görə üç əsas kateqoriyaya bölünür: əməliyyat, investisiya və maliyyə. Pul vəsaitlərinin hərəkəti hesabatı digər iki əsas maliyyə hesabatından, balansdan, mənfəət və digər açıqlayıcı sənədlərdən olan məlumatlarla birlikdə istifadəsi maliyyə menecerlərinə aşağıdakı xüsusiyyətləri qiymətləndirməyə imkan verir:

- şirkətin əməliyyat fəaliyyətindən gələcək xalis pul vəsaitləri axını yaratmaq, borclarını ödəmək, kreditlər üzrə faiz ödənişləri və dividendləri ödəmək bacarığı.

- şirkətin xarici maliyyələşdirilməsinə ehtiyac. Əməliyyat fəaliyyətindən xalis mənfəət və xalis pul vəsaitləri arasındakı fərqlərin səbəbləri;

Hər bir pul qəbzi ödəmə üçün nəzərdə tutulmuş ümumiləşdirmə kateqoriyasından biridir: əməliyyat, investisiya və ya maliyyələşdirmə fəaliyyətləri bu kateqoriyaya aiddir. Cədvəl 1 fəaliyyət kontekstində pul vəsaitlərinin hərəkəti hesabatında əks olunan ən çox yayılmış fəaliyyət növlərini göstərir [4].

Cədvəl 1. Əməliyyat, investisiya və maliyyələşdirmə fəaliyyətləri kontekstində pul vəsaitlərinin hərəkəti hesabatında əks olunan pul vəsaitlərinin hərəkəti növləri

Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabatda əks olunan fəaliyyət növləri	İzahat
Əməliyyat fəaliyyətləri daxilolmalar: mal və xidmət satışından; borc vermə faizləri və digər gəlirlər pul çıxışı: maddi dəyərlər və xidmətlər üçün təchizatçılarla hesablaşmalar; işçilərə ödənişlər; kreditlərə ödəniş (faizlər); vergilərin ödənilməsi; digər təchizatçılara ödənişlər; digər əməliyyat xərcləri	Nəticə, investisiya və ya maliyyələşdirmə fəaliyyətləri ilə əlaqəli olmayan əməliyyatların təsirini göstərir. Əsasən nağd şəkildə həyata keçirilən bu əməliyyatlar xalis mənfəətin formalaşmasını əks etdirir
İnvestisiya fəaliyyəti və daxilolmalar: əsas vəsaitlərin satışından; borc öhdəliklərinin və ya qiymətli kağızların (pul ekvivalenti xaricində) və digər oxşar maliyyə alətlərinin satışından ödəniş əsas vəsaitlərin alınması; borc, səhm, qiymətli kağız alınması	Təsərrüfat subyektlərinin əsas vəsaitlərinin, borclarının və digər əmlak öhdəliklərinin alınması və sərəncamını əks etdirir
Maliyyə fəaliyyətləri və daxilolmalar: alınan borclar; xəzinə səhmlərinin satışından kreditlərin nağd xaric ödənişi; buraxılmış səhmlərin geri alınması; dividendlərin ödənilməsi	Səhmdarlarla aparılan bütün nağd əməliyyatların və əməliyyatların kreditör və borc verənlərə olan təsirlərini göstərir

Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabat birbaşa metodla (daha anlaşıqlı və dəqiq olduğu üçün tövsiyə olunur) və dolay (sadəliyi səbəbindən əksər firmalarda istifadə olunur) tərtib edilə bilər.

Cədvəl 2. Birbaşa və dolay metodla tərtib edilmiş pul vəsaitlərinin hərəkəti hesabatının alternativ formasını göstərir.

Birbaşa metod	Dolay metod
Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabat	Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabat
Əməliyyat fəaliyyətindən yaranan pul vəsaitləri hərəkəti	Əməliyyat fəaliyyətindən yaranan pul vəsaitləri hərəkəti
Müştərilərdən alınan pul	Xalis gəlir
Təchizatçılara və işçilərə ödənişlər	Amortizasiya
Faiz ödənilir	Cari aktivlərdən və əməliyyat cari borclarından yaranan pul vəsaitləri hərəkəti
Ödənilmiş vergilər	Alicilərin azalması
Əməliyyat fəaliyyətindən xalis pul axını	İnventarlaşdırmada artım
İnvestisiya fəaliyyətindən yaranan pul vəsaitləri	Təxirə salınmış xərclərdə artım
Əsas vəsaitlərin satışından əldə olunan gəlirlər	Artım, əvvəlcədən vergi ödəmələri
Uzunmüddətli investisiya ödənişləri	Kredit borclarında artım
İnvestisiya fəaliyyətindən xalis pul axını	Vergi borclarının azaldılması
Maliyyələşdirmə fəaliyyətindən yaranan pul vəsaitləri hərəkəti	Digər öhdəliklərdə artım
Qısamüddətli kreditlərdə artım	Əməliyyat fəaliyyətindən xalis pul axını
Uzunmüddətli kreditlərin və borcların qaytarılması	
Dividendlər	
Maliyyə əməliyyatlarından xalis pul axını	
Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabat	Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabat

Cədvəl 2-də pul vəsaitlərinin hərəkəti hesablama metodu ilə araşdırılmış, alternativ tərtib edilmiş hesabat, birbaşa və dolay metodla hesabatın son versiyasında məlumatların mənşəyini anlamağa imkan verir. Məlumatların birbaşa və dolay şəkildə göstərilməsi metodu arasında fərq var, eyni zamanda investisiya və maliyyə fəaliyyəti ilə bağlı məlumatlar eyni olacaqdır. Birbaşa metodda əməliyyat pul vəsaitlərinin hərəkəti birbaşa pul vəsaitlərinin daxilolmaları və ödənişlərindən hesabatlandırılır. Xalis mənfəətdən əməliyyat fəaliyyətindən xalis pul axınlarına keçmək üçün müəssisənin maliyyə siyasətində xalis mənfəətin dəyərini tapmaq metodunu müəyyənləşdirmək lazımdır. Əməliyyat fəaliyyətindən əldə olunan pul vəsaitlərini müəyyən etmək üçün hesablama maliyyə nəticələri hesabatı ilə başlamalı, daha sonra maliyyə nəticələri haqqında hesabatın pul

olmayan maddələri və balans maddələri ilə əlaqəli dəyişikliklər edilməlidir.

Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabatın, xüsusən də birbaşa metodun əsas üstünlüyü, istifadəçinin pul axınına təsir göstərən əməliyyat, investisiya və maliyyə əməliyyatları barədə ətraflı məlumat əldə etməsidir. Əməliyyatları üç kateqoriyaya bölmək hesabat verən istifadəçiyə şirkətin mövcud və potensial güclü və zəif tərəflərini qiymətləndirməyə kömək edir [5]. Güclü daxili pul axını müsbət bir siqnaldir. Zəif əməliyyat pul axını analitiklərə debitor borclarında və ehtiyatlarında əsassız bir artım olduğuna dair bir ipucu verməlidir. Əməliyyat fəaliyyətlərindən güclü pul axını belə müvəffəq olmaq üçün kifayət deyil. Hesabatın istifadəçisi kifayət qədər sərbəst əməliyyat pul axınının olub-olmadığını, borc və dividendlərin ödənilməsinə ehtiyac olub-olmadığını görməlidir. Cari ehtiyacları ödəmək üçün xarici maliyyədən çox asılılıq mənfi bir siqnaldir. Hesabatın istifadəsindəki problem, daha dərinə başa düşülməsi üçün digər hesabatlarla birlikdə nəzərdən keçirilməsidir.

Nəticə etibarilə deyə bilərik ki, pul axını təhlili birbaşa və dolay metodlarla həyata keçirilə bilər. Birbaşa metodla təhlil üçün pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabatı fəaliyyət növünə görə nağd pul axını və xaricəlmə strukturunun nisbi göstəricilərinin hesablamaları ilə tamamlanmalıdır. Maliyyə göstəricilərini təhlil edərkən nəzərə almaq lazımdır ki, bir kommərasiya təşkilatının maliyyə rifahının əsas şərti vəsait axınıdır və vəsait xaricinin çox olması mənfi nəticəni göstərir. Maliyyə sabitliyi üçün zəruri şərt, cari fəaliyyətlər daxilində pul qoyuluşu və xaricəlmə nisbətidir ki, bu da investisiya qoyuluşu üçün kifayət edən maliyyə mənbələrində artım təmin edir.

Birbaşa metodla aparılan pul vəsaitlərinin hərəkəti təhlili mühasibat hesablardakı pul vəsaitlərinin hərəkəti barədə ətraflı məlumat verir, cari öhdəliklərin ödənilməsi və investisiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün vəsaitlərin yetərliliyi ilə bağlı nəticələr əldə etməyə imkan verir. Ancaq bu metod, əldə edilmiş maliyyə nəticəsi ilə təşkilatın hesablardakı vəsaitlərin həcmindəki dəyişikliklər arasındakı əlaqəni açıqlamır. Bu çatışmazlığı aradan qaldırmaq üçün dolay metoddan istifadə edərək vəsait axınının təhlili aparılır. Bu növ təhlillərlə maliyyə nəticəsi (xalis mənfəət) dövr üçün pul dəyişikliyi məbləğinə bir sıra

düzəlişlər edilərək istifadə edilir.

Açar sözlər: bazar, pul, vəsait, axın, hərəkət.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Аверина, О. И. Анализ эффективности бизнеса: критерии оценки / О. И. Аверина // *Международный бухгалтерский учет*. – 2013. – № 41. – С. 46–54.

2. Анализ финансовой отчетности : учеб. пособие / О. В. Ефимова, М. В. Мельник, В. В. Бердников [и др]. – М. : Омега-Л, 2013. – 388 с. – ISBN 978-5-370-02671-3.

3. Бодяко, А. В. Оценка порядка учета и контроля составных элементов системы формирования человеческо- го капитала и возможностей его совершенствования в организациях сферы образовательной деятельности / А. В. Бодяко // *Вестник университета*. – 2014. – № 3. – С. 192–196.

4. Бодяко, А. В. Разработка внутрифирменных документов по оплате труда и расчетам с работниками в соответствии с новыми требованиями законодательства / А. В. Бодяко // *Вестник университета*. – 2014. – № 4. – С. 153–157.

5. Бодяко, А. В. Формирование отчетности организации о вознаграждениях работникам в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности / А. В. Бодяко // *Микроэкономика*. – 2011. – № 6. – С. 174–179.

6. Бодяко, А. В. Формирование социальной отчетности организации о вознаграждениях работникам в соответствии с МСФО / А. В. Бодяко // *Вестник университета*. – 2011. – № 9. – С. 279–283.

7. Ворожейкина, Т. М. Эффективность системы внутреннего контроля в агрохолдингах: проблемы и решения / Т. М. Ворожейкина // *Экономика и предпринимательство*. – 2014. – № 6 (47). – С. 592–595.

8. Информационно-аналитические методы оценки и мониторинга эффективности инновационных проектов: монография / Под ред. проф. В. И.

The concept of cash flow and a theoretical approach to the statement of cash flows

SUMMARY

It is a system built into our lives, along with other systems such as cash flow, family, children and relationships. Understanding the monetary system, mastering the laws of money, and learning how to properly interact with them can significantly improve your financial well-being.

Cash flow reflects the income and expenses of economic entities. By analyzing cash flows, it is possible to study financial stability, self-financing of the enterprise, financial strength, financial potential, profitability. Cash flow management is the most important part of the financial policy of the enterprise, which covers the entire management system.

The article discusses theoretical approaches to cash flow analysis, as well as the analysis of the methods used in the article. The importance of cash flow through these methods for the enterprise and the economy as a whole is emphasized.

Keywords: market, money, funds, flow, movement.

Понятие о движении денежных средств и теоретический подход к отчету о движении денежных средств

РЕЗЮМЕ

Это система, встроенная в нашу жизнь, наряду с другими системами, такими как денежный поток, семья, дети и отношения. Понимание денежной системы, понимание законов денег и обучение правильному взаимодействию с ними может значительно улучшить ваше финансовое благополучие.

Денежный поток отражает доходы и расходы хозяйствующих субъектов. Анализируя денежные потоки, можно изучить финансовую устойчивость, самофинансирование предприятия, финансовую устойчивость, финансовый потенциал, прибыльность. Управление денежными потоками - важнейшая часть финансовой политики предприятия, которая охватывает всю систему управления.

В статье рассматриваются теоретические подходы к анализу денежных потоков, а также анализ методов, использованных в статье. Подчеркивается важность движения денежных средств с помощью этих методов для предприятия и экономики в целом.

Ключевые слова: рынок, деньги, средства, поток, движение.

“COVID-19” PANDEMİYASI İLƏ İNNOVATİV MÜBARİZƏ

LEYLA SÜLEYMANOVA
Azərbaycan Dövlər İqtisad Universiteti,
magistr

E-mail: leyla.suleymanovaa20@gmail.com

Əsas hissə

İnnovasiya latin dilində “innovare” sözündən götürülmüş, mənası “yenilik etmək” və ya “bir şeyi inkişaf etdirmək” mənalarındadır. Özlüyündə çox böyük bir mənanı ifadə edən innovasiya sözü təkcə heç görülməmiş yeni bir şeyin istehsalı olmaqla yanaşı, həmçinin köhnə olan hər hansı bir məhsulun texnika və texnologiyalardan istifadə etməklə ərsəyə yenisini gətirmək mənalarını da bildirir. (Eraslan, Bulu & Bakan, 2008)

İnnovasiya biznesdə yenilikliklərin edilməsi və onların idarə edilməsi ilə əlaqədar bir sistemli inkişaf yoludur. Bu inkişaf yolu hər zaman təşkilatın işlərinə pozitiv təsir edərək, yüksək gəlirin və müştəri məmuniyyətinin əldə edilməsində açar rolunu oynamışdır. Bir təşkilat yenilikçiliyi şirkətin şah damarı olaraq görə bilmirsə və innovasiyaya ayaq uydurmağı bacarmırsa şirkətin yenilik etməsi mümkün deyildir. İnnovasiya hər zaman özündə ən vacib faktor olan investisiyanı tələb edir. Bunun üçün müəyyən miqdarda mənbələrə ehtiyac vardır. Investisiya toplamaq üçün ilk növbədə dövlət, universitet və yaxud da hər hansı bir maliyyə şirkətlərini inandırmaq lazımdır. (Elçi, 2012)

İnnovasiya təşkilata hər hansı bir yeni bir metod, idarə forması, yeni bir fikir və yaxud yeni bir texnologiya gətirərək məhsuldarlığın əldə edilməsinə kömək göstərir. Bir təşkilatda işin hər zaman ilərləməsi üçün yenilik hər zaman ən vacib üsürlərdən biri olmuşdur. (Cassidy, 2018).

Bəzi biznes sahibkarları yenilikdən qaçmağa çalışırlar. Bu qaçışın təməlinə bir sıra faktorlar rol oynayır. Məsələn: Bəzən təşkilatda hər hansı bir yeniliyi etmək yüklü miqdarda investisiya tələb edə bilər. Bu zaman sahibkarlar yenilikdən qaçmağa, əllərindəkilər ilə kifayətlənməyə başlayırlar. Bizim

dilimiz ilə də desək “Az aşım, ağrısız başım” atalar məsəlindən istifadə edirlər.

Sahibkarlar yeniliklərə müxtəlif formada münasibət göstərirlər. Bəziləri yenilikçiliyə qəti qarışı gəlib ənənəvi üsullarıdan istifadə edərək inkişaf etməyə çalışsa da, bəziləri isə hər şeyi axışına buraxıb yeniliyin gətirə biləcəyi mənfə və ya müsbət təsirləri gözləyir. Bunlardan daha fərqli olan sahibkarlıqda vardır ki, bu sahibkarlar ağıllı sahibkarlar adlanır. Onlar yeniliyin gətirə biləcəyi müsbət təsirləri qəbul edərək şirkəti inkişaf etdirir. Yenilik hər zaman müsbət nəticə ilə gəlmiyə də bilər. Hər zaman gözlənilən nəticələr vermədiyində görə ağıllı sahibkarlar əvvəlcədən düşünərək yeniliyin gətirə biləcəyi həm müsbət, həm də mənfə təsirləri qabaqcadan analiz edib, ona gördə qərar verməyə çalışırlar.

İnnovativ fəaliyyətlərin təşkil olunması təkcə ölkəmiz üçün deyil, bütün dünya ölkələri üçün çox vacib rol oynaya biləcək proseslərdən biridir. İnnovativ inkişafın nə dərəcədə əhəmiyyətli və vacib olduğu “Covid-19” pandemiyasının sürətlə yayıldığı bu günlərdə ölkə iqtisadiyyatına vurduğu zərbələrə görə bir daha vurğulanmışdır. Dünya miqyasında yayılmış “Covid-19” adı ilə tanınan koronavirus pandemiyası çox təhlükəli viruslardan biridir. (UNDO, 2020) Hər gün minlərlə insan bu virusun təsirindən dünyasını dəyişir. Koronavirus təkcə insanların şəxsi həyatlarına deyil, həmçinin bütün iqtisadiyyata, sənayə sahələrinə təsir etmişdir. (Torero, 2020)

Pandemiyanın özü ilə birlikdə gətirdiyi və gətirəcəyi problemlərdə yenilikçi fikirlərin tapılması mütləqdir. Səhiyyə sahəsində koronavirus pandemiyası üçün bəzi texnologiyaların inkişafına xüsusi yer ayırılmalıdır. Pandemiyanın

yayıldığı ilk müddətlərdə iqtisadiyyata ciddi şəkildə təsirlər etmişdir. İqtisadi böhranın yaşandığı dövrdə cəmiyyətimizdə bəzi innovativ texnologiyalar iş və sosial fəaliyyətlərin qorunmasında mühüm rol oynamışdır. İnnovativ texnologiyalar koronavirus pandemiyasından qabaq mövcud olmasına baxmayaraq, özünün ən yaxşı fəaliyyət dövrünə pandemiya zamanlarında başlamışdır (Brema A, Viardotc E, Nylund P.A, 2020).

Virusun yayılmasının əsas səbəbi insanların sıx olduqları bölgələrdə bir-birləri ilə görüşmələri, yaxın təmasda olmalarından irəli gəlir. Pandemiyanın ilkin vaxtlarında virusun hava yolu ilə keçmədiyi həkimlər tərəfindən bildirilmiş, yalnızca bu xəsdəliyi daşıyan insanların maskalardan istifadə etmələri söylənilmişdir. Lakin bir müddət sonra bu virusun hava yolu ilə keçdiyi həkimlər tərəfindən aydınlaşdırılmış, hər bir şəxsin ictimai bölgələrdə maskalardan istifadə etmələri, əllərini mütəmadi olaraq yumaları, müxtəlif dezinfeksiya edici məhlullardan istifadə edilməsinə göstəriş verilmişdir.

Koronavirus hazırda hər bir şəraitdə öz funksiyalarını dəyişdirərək şəkildən-şəkilə girib, hər mühitə uyğunlaşmağa çalışır. Hazırda Azərbaycanda da digər dünya ölkələrində olduğu kimi karantin rejmi hökm sürməkdədir.

Virus ilk dəfə ölkəmizə daxil olduqda Səhiyyə Nazirliyi tərəfindən ciddi tədbirlər görüldü. İlk karantin tədbirləri mart aylarının əvvəllərindən başladı. Təhsil sistemi bir müddət dayandırıldı. İş saatlarında ixtisarlaşmalar edildi. Bu tədbirlərin vaxtında ciddi bir şəkildə həyata keçirilməsi ölkədə virusun yayılmasının qarşısının alınmasında yaxşı təsir göstərsə də, ara-ara yumuşaldılmaların edilməsi virus sayının artmasına gətirib çıxartmışdır.

Təhsildə pandemiya müddətində geriləmələrin aradan qaldırılması üçün onlayn (distant) təhsil formasına keçirildi. Dünyanın bir çox yerində pandemiya qabaq universitetlərdə, məktəblərdə elektron təhsil (e-təhsil) o qədər də inkişaf etməmişdir (Stoffregen and Pawlowski, 2018).

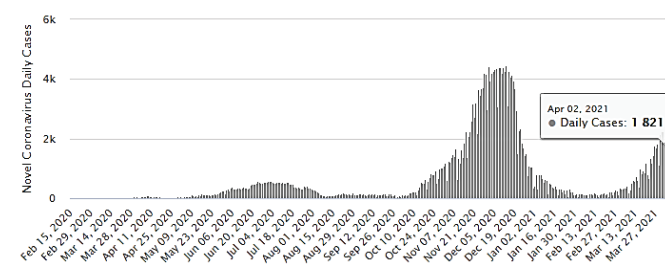
Onlayn sistem nəyinki təhsil sistemində, həmçinin işlərdə də həyata keçirildi. Bir çox özəl və ya dövlət müəssisələri ölkə üçün vacib olan müəssisələr (qaz, elektrik, su təhizatı ilə məşğul olanlar), ərzaq mağazaları, apteklər, xəsdəxanalar istisna olmaqla iş şəraitləri dayandırıldı, dövlət

icazələri fəaliyyət göstərməyə başladı.

Pandemiyanın ölkədə kiçik sahibkarlara mənfi təsir göstərməməsi üçün onlayn sistemdə işləmələrinə icazələr verildi. "Covid-19" pandemiyasının yayıldığı zamanlarda insanlar normal həyatdan digital həyata sürətli keçid yaşadılar ki, bu da onlar üçün biraz çətinliklər törətdi (Baig, Hall, Jenkins, Lamarre, and McCarthy, 2020)

Aşağıdakı şəkildə Azərbaycanda 2020-ci ilin ilk aylarından, 2021-ci il aprel ayına kimi gündəlik virusa yoluxma cədvəlini görə bilərsiniz.

Şəkil 1: Günlük "Covid-19" virusuna yoluxma göstəricisi, Azərbaycan.



Mənbə: <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/azerbaijan/>

Şəkil 1-dən gördüyümüz kimi pandemiyanın ilk vaxtlarından görülən innovativ tədbirlər virusun qarşısının alınmasında yardımcı olmuşdur. Lakin karantin rejminin yumuşaldılmasından sonra pandemiyanın ikinci güclü dalğasının başlaması noyabr-dekabr aylarında virusun pik həddə çatmasına şərait yaratdı. Belə ki, gündəlik yoluxma sayı 3000-4000 nəfər arası dəyişirdi. Hətta dekabr ayının sonlarına yaxın bu göstərici 4 mini də keçir. Görülən çoxsaylı tədbirlərdən sonra Şəkil 1-dəki qrafikdən də görmək olarkı virusa yoluxma sayı yanvar ayının əvvəllərindən başlayaraq azalmağa doğru getmişdir.

Bu yoluxmaların qarşısını almaq, onunla mübarizə apara bilmək üçün iqtisadiyyatın bir çox sahələrində innovativ tədbirlər görmək vacibdir.

Məqalənin tədqiqatındakı məqsəd "Covid-19" pandemiyası zamanı insanların vacib bildikləri sahələrdə innovativ yeniliklər edərək virusun yayılmasının qarşısının alınmasında alternativ fikirlər tapmaqdır. Araşdırma zamanı "Anket" sorğu üsulundan və "Müqayisə" metodundan istifadə edilmişdir. Alınan nəticələr müqayisə edilərək pandemiyanın yayılmasının azaldılmasında,

insanların karantin zamanı ev şəraitində daha səmərəli vaxt keçirmələrinin həyata keçirilməsində

alternativ fikir kimi təqdim ediləcəkdir. Anket “Google Forms” vasitəsi ilə həyata keçirilmişdir.

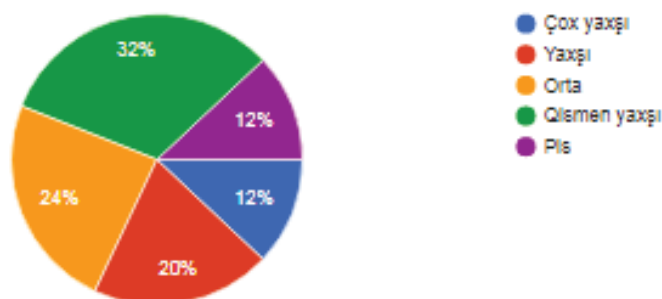
Cədvəl 1: Anket Sualları

1	Cinsiyyət
2	Cinsiyyət faktoru pandemiya ilə innovativ mübarizədə mühüm rol oynayırımı.
3	Yaş
4	Yaş faktoru pandemiya ilə innovativ mübarizədə vacib rol oynayırımı?
5	Azərbaycanda innovasiya sahəsi nə qədər inkişaf etmişdir
6	Pandemiyanın qarşısının alınması üçün innovativ fəaliyyətlərin görülməsi vacibdir.
7	Pandemiya müddətində yaradılmış elektronik sistem sizi qane edirmi?
8	E-təhsil sistemi pandemiya zamanı virusun qarşının alınmasında faydalıdır. (Cavabınızı 1-10 arası rəqəmlə qiymətləndirin.
9	Onlayn təhsil zamanı problemlərlə qarşılaşdım. (Cavabınız "bəli"dirsə aşağıdakı problemlərdən birini qeyd edin)
10	Onlayn təhsil sisteminde yenilikliklərin edilməsi vacibdir
11	Nağdsız ödəniş sistemi virusun yayılmasının qarşısında əhəmiyyətli rol oynayır
12	Pandemiya müddətində nağdsız ödənişlərdən istifadə edirəm
13	Nağdsız ödəniş sahələrində yenilikliklər etmək mütləqdir
14	Pandemiya müddətində iclaslar üçün videokonfransların təşkili virusu qarşısının alınmasında faydalıdır.
15	İnnovativ videooyunların təşkili, azyaşlıların açıq havada bir-birləri ilə oynadıqda virusa yoluxmaqlarının qarşısının alınmasında müsbət rol oynayır.
17	Səhiyyə sahəsində yenilikliklərin edilməsi çox vacibdir
18	Pandemiya zamanı yeni peyvəndlərin hazırlanmasında köməkçi olacaq Elm və Texnologiya sahəsində yenilikliklərin edilməsi vacibdir.
19	Sizcə pandemiya müddətində Azərbaycanda hansı sektor (sahələr) üzərindən yenilikliklərin edilməsi, virusun yayılmasının qarşısının alınmasında kəskin rol oynayacaqdır.

Pandemiya ilə mübarizədə innovativ yolların tapılması üçün aparılmış anket araşdırmasında 68% kişi və 32% qadın iştirakçımız olmuşdur. İştirakçılarımızın əksəriyyəti gəncdir. Anketdə 22-23 yaş gənclər üstünlük təşkil etmişdir. Sorğunun ilkin mərhələsindən aydın olmuşdur ki, yaş faktoru innovativ mübarizədə mühüm rol oynayır. 86.2 % iştirakçı “Bəli” cavabını vermişdir. 13.8% iştirakçı isə “Xeyr” cavabını bildirmişdir. Onların fikrincə yaş faktoru insanların pandemiya ilə mübarizədə innovativ düşüncələrində heç bir əngəl törətmir.

Anketin ilkin suallarının içində “Azərbaycanda innovasiya sahəsi nə dərəcədə inkişaf etmişdir” sualı olmuşdur. Respondentlərin 12%-i “çox yaxşı”, 20%-i “yaxşı”, 24%-i “orta”, 32%-i “qismən yaxşı”, 12%-i isə “pis” ilə qiymətləndirmişdir. Cavablardan görə bilirik ki, ölkəmizdə sektorlar üzrə innovasiya sahəsi çox da yaxşı inkişaf etməmişdir.

Şəkil 2: Azərbaycanda innovasiya sahəsi nə dərəcədə inkişaf etmişdir



Mənbə: Google Forms anket sorğu nəticəsinə əsasən

Anket sorğusunun nəticəsindən də göründüyü kimi əhali pandemiyanın aradan qaldırılmasında əsasən səhiyyə sahəsini önəmli hesab edir. Nəticə etibarlı ilə deyə bilirik ki, səhiyyə sahəsində elm və texnologiyaların innovasiyasına investisiyalar edilməlidir. Bu zaman yeni dərmanların və yaxud digər virus əleyhinə olan preparatların asanlıqla aşkar edilməsində əhəmiyyətli rol oynayacaqdır. Ölkədə innovasiyanın inkişaf dərəcəsini aşağı qiymətləndirən respondentlərin cavablarında yola çıxaraq ölkədə iqtisadiyyatın bir çox sahələrində innovasiya sahəsinə kapital qoyuluşunu artıqmağın faydalı olacağını və pandemiya ilə mübarizədə yaxşı təsir göstərəcəyini qeyd edə bilirik. Həmçinin, anketin nəticələrindən də görə bilirik ki, respondentlər pandemiya müddətində onlayn

təhsilin onlar üçün problem yaşatdığını, internet və ya zəif konsentrasiya kimi faktorlar nədənindən dərslərdə yaxşı iştirak etmədiklərini bildirdilər. Bu problemlərin də aradan qaldırılması üçün onlayn təhsil üzərindən yeniliklərin edilməsi vacibdir. Pandemiya müddətində əksərən nağd ödənişdən istifadə insanların nağdsız ödəniş cəmiyyətinə keçmələri üçün innovativ tədbirlərin görülməsinə çalışılmalıdır. Yalnızca bir sahənin deyil, nağd pulun keçdiyi bir çox yerlərin pandemiya şəraitinə görə nağdsızlaşdırılmasına çalışılmalıdır.

Brem.A(2020) “Covid-19” pandemiyasının qarşısının alınmasında hansı texnologiyaların inkişafının müsbət təsir edəcəyi barədə etdiyi araşdırmalarda səhiyyə, e-təhsil, nağdsız ödəniş sistemləri, evə çatdırma kimi faktorların rol oynayacağını bildirmişdir. Apardığımız anket araşdırması sorğusundan əldə etdiyimiz nəticələr Breminin araşdırma nəticələri ilə oxşar olduğu qənaətinə gələ bilirik.

Açar sözlər: Covid-19, İnnovasiya, Pandemiya, Virus, İqtisadiyyat, Texnologiya.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Türk dildində:

- 1) Elçi Ş., (2012), “İnnovasiya rehberi: Kararlılık ve Rekabetin Elkitabı”, Ege Genç İş Adamları Derneği, sayfa.25.
- 2) Sertaç Aktan., “Tarihteki en ölümcül salgın hastalıklar neden ortaya çıktı ve nasıl sona erdi?”, Euronews Haber, Mays 2020.

İngilis dilində:

- 3) Baig A., Hall B., Jenkins P., Lamarre E., and McCarthy B., “The Covid-19 Recovery Will Be Digital: A Plan for the First 90 Days”, McKinsey Digital journal, May 2020
- 4) Brem A, Viardotc E, Nylund P.A., “Implications of the coronavirus (COVID-19) outbreak for innovation: Which technologies will improve our lives?”, Technol Forecast Social Change, 2020.
- 5) Coronavirus: The Economic Impact 10 July 2020, (<https://www.unido.org/stories/coronavirus-economic-impact-10-july-2020>) ,
- 6) Eraslan, H., Bulu, M. & Bakan, İ. (2008), Kümelenmeler ve İnnovasyona Etkisi: Turizm Sektöründe Uygulamalar, SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 5(3), 9.
- 7) Francesca Cassidy, 2018, “What is the busi-

ness innovation?" (<https://www.raconteur.net/business-strategy/business-innovation-guide/>)

8) Torero, M. (2020). *Without food, there can be no exit from the pandemic*. *Nature* 580:588–589.

9) Stoffregen J and Pawlowski J.M., "Theorising about barriers to open e-learning systems in public administrations", *Technol Forecast Social Change*, volume-132, (2018), pp. 81-91.

Internet linkleri:

10) www.worldometers.info

**Иновационная борьба с пандемией Covid-19
РЕЗЮМЕ**

В статье мы поговорим о пандемии Covid-19, ставшей сегодня чумой, ее влиянии на экономику и отрасли страны, ее взаимодействии с инновациями и инновационной работе по ее предотвращению. С самого начала истории человечества люди сталкивались с голодом, голодом и различными смертельными заболеваниями.

2020 год прошел не так хорошо, как некоторые другие годы. Из-за вируса Covid-19 в китайской провинции Хуанг были приостановлены очные тренинги, покупки на месте и работа в секторах. Цель этой статьи - поддержать борьбу с пандемией Covid-19, одной из глобальных проблем, которая в настоящее время является активной темой во всем мире, а также способствовать инновационному мышлению и деятельности в секторах экономики по сокращению распространения вируса. вирус.

Ключевые слова: *Covid-19, инновации, пандемия, вирус, экономика, технологии.*

**Innovative Countering the Covid-19 Pandemic
SUMMARY**

In the article, we will talk about the Covid-19 pandemic, which has become the plague of today, its impact on the country's economy and industries, its interaction with innovation, and innovative work to prevent it. From the beginning of human history, people have faced famine, famine, and various deadly diseases.

2020 did not go as well as some other years. Due to the Covid-19 virus in the Chinese province

of Huang, the face-to-face training process, on-site shopping and sector work have been suspended. The purpose of this article is to support the fight against the Covid-19 pandemic, one of the global problems that is currently an active topic around the world, and to promote innovative thinking and activities in sectors of the economy to reduce the spread of the virus.

Keywords: *Covid-19, Innovation, Pandemic, Virus, Economics, Technology.*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

НАРМИН МАГЕРРАМОВА

*Азербайджанский Государственный
Экономический Университет,
магистрант*

E-mail: narmin.maharramova022@gmail.com

Введение

Нейромаркетинг начал свой путь как междисциплинарный интерфейс и относительно новая исследовательская дисциплина в 2002 году с растущим вниманием компаний, рекламодателей и маркетологов (Morrin 2011, Reimann et.al, 2011, Bercea, 2014, Lee et. Al., 2007). Это смена парадигмы в области маркетинговой науки. В нашу эпоху перегруженности информацией традиционные инструменты и методы маркетинговых исследований, такие как фокус-группа, метод интервью, опрос клиентов и метод анкетирования, не рассматриваются как надежный и научный источник информации для практики принятия решений (Моррин, 2012). На самом деле то, что говорят люди, и то, что говорит их мозг, совершенно разные. Нейромаркетинг имеет дело с бессознательной и скрытой информацией о мыслях, чувствах и эмоциях клиентов посредством изучения активности мозга. Он может генерировать более искренние и достоверные прогнозы о предпочтениях и предпочтениях клиентов. С точки зрения Азербайджана, эта концепция довольно незнакома и отчуждена из-за отсутствия осведомленности и инфраструктуры для практики. Но более чем 10-миллионное население Азербайджана с его завидным положением и экономической устойчивостью создало огромный рыночный потенциал для национальных и транснациональных компаний. Постоянно растущие темпы роста ВВП, значительное количество пользователей мобильных телефонов, распространение телеканалов и FM-радио, выгодное геополитическое положение, совпадающий язык, культура и удобство создали отличную мелодию на рынке Азербайджана. Даже

не только социально-экономические, но и религиозно-культурные факторы меняют устремления и привычки азербайджанских клиентов. Поскольку маркетинг может привести к покупке чего-либо, мириады национальных и транснациональных компаний применяют различные подходы маркетинговых практик для ведения своей коммерческой деятельности в контексте меняющейся макросреды в Азербайджане. Чтобы оставаться конкурентоспособными на азербайджанском рынке и получать выгоду, они постоянно оценивают окружающую среду и корректируют свои маркетинговые стратегии и тактику в ответ на постоянно меняющийся рынок. В этой острой необходимости нейромаркетинг может дать отличную информацию об азербайджанских клиентах, чтобы практиковать маркетинг эффективно и действенно. Мало того, все методы и инструменты нейромаркетинга могут составить карту мозговых структур и помочь понять мышление и реакцию клиентов на маркетинговые предложения и принятие решений с точки зрения Азербайджана.

Основная часть

В сегодняшней конкурентной маркетинговой среде компании теперь демонстрируют ценность использования маркетинговой науки для выявления скрытых требований человеческого поведения для их выживания. В этом случае нейромаркетинг как наука о понимании психологии потребителя может помочь в практике использования различных технологий для измерения активности мозга потребителя, чтобы узнать, как люди реагируют на маркетинговые предложения и сообщения

в различных обстоятельствах (Randall, 2009.). Он выявил тенденции и предпочтения клиентов путем извлечения полезной информации и понимания того, что им нужно и что они ценят. Используя передовые технологии, нейромаркетинг вторгается в обычные инструменты маркетинговых (количественных и качественных) исследований и претворяет их в жизнь (Romero et al., 2016; Falk et al. 2012). Сосредоточив внимание на реакциях мозга потребителя на маркетинговые стимулы и выбор бренда, исследователи могут легко определить их желание (Бакарджиева и Киммель, 2017; Фишер и др., 2010). Понимая подсознательные области человеческого мозга, маркетологи и рекламодатели могут делать прогнозы относительно того, чего хотят люди, и в конечном итоге маркетологи могут изменять продукты и сообщения, которые, скорее всего, привлекают и удерживают клиентов (Nobel, 2013; Randall & Kevin, 2009). Нейромаркетинг измеряет реакцию мозга потребителя на рекламные сообщения, а также помогает получить соответствующую информацию о внутреннем мышлении (Morin, 2011; Murphy et al., 2008; Burne, 2003; Shah, 2005). Нейромаркетинг - это использование методов нейровизуализации для понимания поведения человека (Lee, Broderick, & Chamberlain, 2007; Weinstein, Drozdenko, & Weinstein, 1984).

Метод

Нейромаркетинг - это не интервью с клиентом, а скорее с его мозгом. Методы нейромаркетинга широко используются для тестирования воздействия маркетинговых стимулов на мозг потребителя. Уильямс (2010) указывает, что нейромаркетинговые исследования обычно проводятся с использованием одного или нескольких из следующих клинических методов:

1. (Функциональная) магнитно-резонансная томография (фМРТ): с последнего десятилетия она стала популярным способом измерения психологии как когнитивной нейробиологии. ФМРТ помогает маркетологу, измеряя: сенсорное восприятие, кодирование памяти, запоминание бренда, предпочтение бренда, лояльность к бренду, тягу, доверие, понимание рекламы.

2. Электроэнцефалография (ЭЭГ): неврологическая наука использует ее для идентификации, записи (Voicu, SM, 2013) и измерения мозговых волн (Iorga MA & Pop Al. N. (2012), производимых корой головного мозга и отражающих положительные или отрицательные эмоции.

3. Магнитоэнцефалография (МЭГ): МЭГ измеряет площадь магнитных полей (Iorga MA & Pop AL.N., 2012). Магнитное поле помогает нам измерять восприятие, внимание, отношение (Caldas.C. Et al., 2009) и память, в основном это измерение чрезвычайно слабых магнитных полей (Hamal. and Hari, 2002).

4. Позитронно-эмиссионная томография (ПЭТ): ПЭТ измеряет сенсорное восприятие, валентность эмоций, различие энергии и улучшения в коррекции затухания для измерения потребительского спроса (Bercea DM (2014).

5. Транскраниальная магнитная стимуляция (ТМС): ТМС - это нейрофизиологический метод, который позволяет неинвазивно стимулировать человеческий мозг, что помогает в создании здорового режима участия (Horvath et al., 2011; Walsh and Cowey, 2000). ТМС все чаще используется для измерения изменений в поведении, привлечения внимания к познанию, узнаванию, вниманию и вовлеченности / скуке

6. Отслеживание взгляда. Отслеживание взгляда (ЕТ) давно используется в маркетинговых исследованиях (Santos, O.R. et al, 2015) и имеет множество применений в бизнесе (Zhao & Koch, 2013; Wedel and Pieters, 2008).

7. Измерение физиологической реакции: индикаторы МП - самый старый и простой метод, используемый в качестве средства измерения реакции потребителей (Camerer et al., 2005).

Модель исследования

Использование вышеперечисленных инструментов и методов нейромаркетинга может способствовать успешному запуску нового продукта, дизайну атмосферы магазина, эффективной практике интегрированных маркетинговых коммуникаций, а также прогнозированию спроса и маркетинговой отдачи от инвестиций за счет подходящего прогнозирования предпочтений и выбора клиентов. Вивиан Рот (2013) выявил влияние

нейромаркетинга на решение и выбор покупателя (Koc and Boz, 2018), рекламу и продвижение (Daugherty et al., 2018), ценообразование и выбор товаров со скидкой (Alvino, L. et al. al., 20018), распространение и каналы (Lewandowska, A et al., 2018), брендинг (Singh and Jain, 2018)

Мы утверждаем, что цель этого исследования - изучить проблемы и перспективы нейромаркетинга с точки зрения Азербайджана. Другие конкретные цели: выявить проблемы практики нейромаркетинга в Азербайджане с точки зрения потребителей и маркетологов; изучить возможности практики нейромаркетинга в Азербайджане с точки зрения потребителей и маркетологов; дать некоторые рекомендации относительно практики нейромаркетинга в Азербайджане.

Данное исследование носит ознакомительный характер. В качестве методологии исследования использовались как качественные, так и количественные подходы к исследованию. Данные были собраны из первичных и вторичных источников. Для выполнения требований цели была подготовлена и исследована анкета для сбора данных от клиентов и маркетологов соответственно. Вопросы были сгруппированы в четыре раздела на основе демографических профилей, чувств, интересов и осведомленности клиентов и маркетологов о нейромаркетинге. Таким образом, в общей сложности 25 респондентов были 13 от клиентов и 12 от маркетологов, и они были отобраны на основе удобной выборки. Анализ данных проводился посредством описательного анализа с последующим использованием программного обеспечения SPSS, выделяющего бинарный логистический регрессионный анализ.

Анализ

Опрос был проведен среди 25 потребителей в Азербайджане, чтобы измерить их уровень осведомленности о нейромаркетинге. Анкета состоит из двух частей. Первая часть содержит вопросы, отражающие демографические характеристики респондентов. Вторая часть посвящена общим вопросам нейромаркетинга.

Следующие ниже графики отражают пол, возраст и уровень образования респондентов.

График 1. Демографические характеристики респондентов.



Как видно из графиков, 48% респондентов - мужчины, 52% - женщины. По уровню образования доля респондентов со степенью бакалавра или магистра одинакова (48%). Лишь 4% респондентов имеют среднее образование. Респонденты преобладают в возрасте от 18-25 до 26-33 лет. В сумме это соотношение составляет 68%. 28% респондентов - люди в возрасте от 34 до 40 лет. Всего 4% респондентов от 40 лет и старше.

В следующих таблицах представлены мнения респондентов о нейромаркетинге.

Таблица 1. Общие виды

	Да	Частично	У меня нет информации
Я знаком с концепцией нейромаркетинга.	48%	12%	40%
У меня есть информация об исследованиях нейромаркетинга.	40%	16%	44%

48% респондентов знакомы с концепцией нейромаркетинга, 12% знают частично, а 40% не имеют представления о нейромаркетинге.

Точно так же большинство респондентов не осведомлены об исследованиях нейромаркетинга (44%). 40% респондентов знают об этих исследованиях.

Мнения респондентов об инструментах, используемых в нейромаркетинге, представлены в таблице ниже.

Таблица 2. Инструменты нейромаркетинга

	Да	Нет.
Электроэнцефалограмма (ЭЭГ)	64%	36%
Функциональный магнитный резонанс (fMRI)	48%	52%
Магнитоэнцефалография (МЭГ)	36%	64%
Позитронно-эмиссионная томография (ПЭТ)	56%	44%
Стабильная топография (SST)	60%	40%
Электрокардиограмма (ЭКГ)	48%	52%

Результаты показывают, что более половины респондентов знакомы с инструментами электроэнцефалограммы (ЭЭГ), позитронно-эмиссионной томографии (ПЭТ), топографии устойчивого состояния (SST), используемыми в нейромаркетинге. Однако более половины респондентов не знают о других упомянутых инструментах.

С другой стороны, нейромаркетинг интересует 76% респондентов. 24% респондентов заявили, что не интересуются нейромаркетингом.

Ответы на вопросы, связанные с использованием нейромаркетинга в нашей стране, приведены в таблице ниже.

Таблица 3. Нейромаркетинг в Азербайджане

	Я полностью согласен	Согласен	У меня нет идей	Я не согласен	Я совершенно не согласен
Уровень осведомленности о нейромаркетинге в нашей стране высок.	4%	28%	36%	28%	4%
В нашей стране следует уделять больше внимания нейромаркетинговым исследованиям.	52%	28%	20%	0%	0%

32% респондентов заявили, что мало знают о нейромаркетинге в нашей стране. 36% респондентов не имеют информации об этом.

Наконец, 80% респондентов считают, что исследованиям в области нейромаркетинга следует уделять больше внимания в нашей стране.

Ключевые слова: нейромаркетинг, маркетинг, маркетинговые исследования, потребительское восприятие.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Agarwal, S., & Dutta, T. (2015). *Neuromarketing and consumer neuroscience: current understanding and the way forward*. *Decision*, 457-462.
2. Alvino, L., Constantinides, E., & Franco, M. (2018). *Towards a Better Understanding of Consumer Behavior: Marginal Utility as a Parameter in Neuromarketing Research*. *International Journal of Marketing Studies*, 10(1), 90.
3. Ariely, D. & Berns, G. (2010). *Neuromarketing: the hope and hype of neuroimaging in business*. *Nature Reviews Neuroscience*, 11(4), 284-292.
4. Saad, G. (2015). *Neuromarketing*. *Wiley Encyclopedia of Man* 1-3
5. Santos, O.R. et al. (2015). "Eye Tracking in Neurom.: A Research Agenda for Marketing Studies", *Interna Journal of Psychological Studies*; Vol. 7, No. 1; 2015 Published by Canadian Center of Science and Education.
6. Sarigiannidou, C., & Vlachakis, S. (2017, June). *Neuromarketing: main approaches and future tendencies*. In *5 th International Conference on Contemp. Marketing Issues ICCMI June 21-23, 2017 Thess., Greece* (p. 476).
7. Sebastian, V. (2014). *Neuromarketing and evaluation of cognitive and emotional responses of consumers to marketing stimuli*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 127, 753-757.
8. Senior, C., Smyth, H., Cooke, R., Shaw, R. L., & Peel, E. (2007). *Mapping the mind for the modern market researcher. Qualitative Market Research: An International Journal*, 10(2), 153-167.
9. Shah, P. (2005) "Neuromarketing: Smart marketing or jedi mind control trick?" Retrieved November 14, 2007, from <http://www.webpronews.com/topnews/2005/06/01/neuromarketing-smart-marketing-or-jedi-mind-control-trick>
10. Singh, N., & Jain, S. (2018). *Neuromarket-*

ing in Action-Towards a New Model of Persuasion. AADYA-Journal of Management and Technology (JMT), 8(1), 101-110.

11. Smidts, A., Hsu, M., Sanfey, A. G., Boksem, M. A., Ebstein, R. B., Huettel, S. A., ... & Liberzon, I. (2014). *Advancing consumer neuroscience. Marketing Letters, 25(3), 257-267.*

12. Smith, C. T., & Nosek, B. A. (2010). *Implicit association test. Corsini's Encyclopedia of Psychology, 803-804.*

13. Solnais, C., Andreu-Perez, J., Sánchez-Fernández, J., & Andréu-Abela, J. (2013). *The contribution of neuroscience to consumer research: A conceptual framework and empirical review. Journal of Economic Psych., 36, 68-81.*

14. Stasi, A., Songa, G., Mauri, M., Ciceri, A., Diotallevi, F., Nardone, G., & Russo, V. (2018). *Neuromarketing empirical approaches and food choice: A systematic review. Food Research International, 108, 650-664*

15. Suomala, J. (2018). *Benefits of Neuromarketing in the Product/Service Innovation Process and Creative Marketing Campaign. In Innovative Research Methodologies in Management (pp. 159-177).*

İstehlak mallarının satışında neyromarketingdən istifadə problemləri və perspektivləri

XÜLASƏ

Marketing effektivliyini yaxşılaşdırmaq üçün istehsalçılar və sahibkarlar bu gün insan psixologiyası və duyğularının qərar verməyə necə təsir etdiyini anlamaq istəyirlər. Bu vəziyyətdə, neyromarketing konsepsiyası, hədəf bazarların alış vərdişlərinə dair dəqiq, faktiki məlumatlar əldə etməyə imkan verir. Bu iş müvafiq tövsiyələr vermək məqsədi ilə aparıcı marketing problemi kimi Azərbaycan kontekstində neyromarketing praktikasının problemlərini, perspektivlərini, məhdudiyətlərini və imkanlarını araşdırmağa yönəldilmişdir. Neyromarketingin vəziyyəti və proqnozları keyfiyyət və kəmiyyət təhlili yolu ilə müəyyən edilmişdir. Tədqiqatın nəticələri 12 müştəridən və respondent olaraq 13 marketoloqdan məlumat toplayaraq təsdiqləndi. Bu tədqiqatın əsas tapıntıları Azərbaycan kontekstində neyromarketing təcrübələri ilə bağlı məlumatlılıq, maraq, qəbul və inam baxımından çox təsir edici və perspektivlidir. Bu tədqiqatın töhvəsi bir kəşf ola bilər və Azərbaycanda neyromarketingə zəmin yaradır.

Bu tədqiqatın nəticələri Azərbaycanda marketing alətlərinin bu yeni metodunu tətbiq edərkən marketing siyasətçiləri və dövlət qurumları üçün faydalı olacaqdır. Nəhayət, nəticələrə və təhlillərə əsasən bəzi siyasət qaydaları təqdim edildi. Beləliklə, marketoloqlar neyromarketing cihazları ilə tanış olmaq üçün təşəbbüsləri təşviq etməli və marketing strategiyaları və planlarını hazırlayarkən təcrübələrini bölüşmək üçün savadlı müştəriləri cəlb etməlidirlər.

Açar sözlər: *neyromarketing, marketing, marketing araşdırması, istehlakçı qavrayışı.*

Problems and prospects of using neuromarketing in the sale of consumer goods

SUMMARY

To improve marketing effectiveness, manufacturers and entrepreneurs today want to understand how human psychology and emotions influence decision making. In this case, the concept of neuromarketing makes it possible to obtain accurate, factual data about the buying habits of the target markets. This study was aimed at examining the problems, prospects, limitations and opportunities of neuromarketing practice in the context of Azerbaijan as an advanced marketing problem with the aim of providing appropriate recommendations. The state and forecasts of neuromarketing have been identified through qualitative and quantitative analysis. The study's findings were validated by collecting data from 12 clients and 13 marketers as respondents. The key findings of this study are very impressive and promising in terms of awareness, interest, acceptance and conviction regarding neuromarketing practices in the Azerbaijan context. The contribution of this research could be a breakthrough and pave the way for neuromarketing in Azerbaijan. The findings of this study will be useful to marketing policy makers and government agencies when introducing this new method of marketing tools in Azerbaijan. Finally, based on the results and analysis, some policy guidelines were presented. Thus, marketers should promote initiatives to familiarize themselves with neuromarketing devices, should involve educated customers in sharing their experiences when developing marketing strategies and plans.

Key words: *neuromarketing, marketing, marketing research, consumer perception.*

TURİZM İQTİSADİYYATI VƏ İDARƏÇİLİYİNİN ƏSAS SOSIAL İQTİSADI MAHİYYƏTİ

NƏSİB YUSUBOV

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
Beynəlxalq Magistratura və
Doktorantura Mərkəzi,
magistr*

E-mail: yusubovnesib657@gmail.com

Turizm - insanların özlərinin daimi yaşayış yerlərini müvəqqəti olaraq tərk edərək digər ərazilərdə bir ildən çox olmamaq şərti ilə biznes, istirahət və ya qeyri-ödəməli mahiyyət daşıyan hər hansı digər bir məqsədlə qalmasıdır. Ümumiyyətlə turizm və səyahət anlayışlarını fərqləndirmək vacibdir, belə ki, səyahət, yalnız və yalnız müvəqqəti və könüllü xarakter daşıdığıda turizmin əsas komponentlərindən biri kimi hesab edilir. Səyahətin turizm məqsədi daşması üçün maksimal müddət bir il olaraq qeyd edilsə də, minimal müddət bir qədər mürəkkəbdir. Belə ki, ölkəyə gələn şəxsin turist olaraq qeyd alınması üçün o, həmin ölkədə ən azı bir gecə keçirməlidir, əks halda bu səyahət ekskursiya məqsədi daşımış hesab ediləcəkdir.

Başlıca olaraq onu qeyd etmək lazımdır ki, hava nəqliyyatının inkişafıyla əvvəllər günlərlə vaxt tələb edən daha uzaq məsafələrə edilən səfərlər artıq bugünkü dünyada çox daha əlçatan olmuşdur. Azərbaycan Respublikasında da bu sektorun inkişafı əsas prioritet istiqamətlərdən biri hesab edilir. Sahib olduğu böyük potensialı nəzərə alaraq növbəti illərdə Azərbaycanı qabaqcıl turizm ölkələrindən birinə çevirərək bu sektoru ölkəmiz üçün ən gəlirli sahələrdən birinə çevirmək hədəfi qoyulmuşdur. Bu baxımdan isə paytaxtın potensialından tam istifadə edilməsi və daha sonra regionlarda da bu sektorun inkişafının təmin edilməsi, lazımı infrastrukturun yaradılması və ya yenilənib inkişaf etdirilməsi, bu sahənin investisiya cəlbəediciliyinin artırılması istiqamətində dövlət siyasətinin təkmilləşdirilməsi olduqca mühüm məsələdir. Bütün bu qeyd edilən nüanslar aydın bir şəkildə buraxılış işinin mövzusunun aktuallığını təsdiq edir.

Azərbaycanda sözügedən iqtisadi sektorun müxtəlif aspektləri və onun inkişaf perspektivləri E. Məmmədov, A. Mirzəyev, A. Xəlilov, Ə.

Əlirzəyev, N. Cavadov, A. Salmanov, R. Qasımov, F. Rəhmanov, F. Qurbanov, Y. Zeynalı, V. Bayramov, B. Qılıncov, N. Əliyeva, H. Soltanova, R. Səfərov, S. Abbasova, V. Dərgahov, R. Cəbiyev, B. Bilalov və s. xarici ölkələrdə isə D. Buhalis, A. Liu, C. Lim, J. Connell, M. Gouthro, M. McAleer, M. Moital, I. Rihova, S. Page, J. G. Brida, O. Özçatalbaş, Z. Öter və s. kimi elm adamlarının müəllifi olduğu əsərlərdə öz əksini tapmışdır. Göründüyü kimi gələcək üçün böyük perspektiv vəd edən bu mövzuya kifayət qədər ciddi yanaşılması və onun daha da dərinləşdirilməsinin vacib olması buraxılış işinin mövzusunun seçilməsinə əsas olmuşdur.

Məqalənin əsas məqsədi Azərbaycan iqtisadiyyatının dayanıqlı inkişaf tempininə sahib olması üçün ölkənin mövcud turizm potensialının effektiv tənzimlənməsinə nail olunması, uyğun olaraq rekreasiya resurslarının turizm sektorunda iqtisadi dövriyyəyə daha geniş və səmərəli istifadəsinin təmin olunması, bu baxımdan müvafiq istiqamətlərin və görülməli işlərin müəyyənləşdirilməsidir.

Araşdırmanın metodoloji əsasını yerli və xarici ölkə alimlərinin bu istiqamətdə aparılmış tədqiqat işlərinin nəticələri, iqtisadi nəzəriyyə, SWOT analizi, TLGH hipotezi, bu sektorun müasir inkişafıyla əmələ gələn tələbata uyğun olaraq xidmətlərin göstərilməsi və məhsulların yaradılması ilə əlaqədar "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, turizm sektorunun inkişaf etdirilməsi istiqamətində qəbul edilmiş dövlət proqramları və digər bu qəbildən olan normativ aktlar, Respublika Prezidentinin müvafiq fərman və sərəncamları təşkil edir.

Tədqiqat işinin təhlili zamanı sistemli yanaşma və analiz metodlarından istifadə olunmuşdur. Beləliklə məqalədə sistemli analiz metodu tətbiq edilir, buna uyğun şəkildə, problem iqtisadi inkişafa

uyğun əlaqəli tarixi inkişaf yönündən təhlil olunur. Məqalənin, hər bir mərhələsində həm ümumi sintez metodları və elmi analiz, həmçinin məntiqi analiz, iqtisadi-statistik metod, müqayisə və təsnifat metodları, həm də ekspert qiymətləndirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

Turizmlə bağlı aşağıdakı idarəetmə konsepsiyası formalaşdırıla bilər: idarəetmə turizm sənayesində baş verən sosial-iqtisadi proseslərin idarə edilməsidir.

İdarəetmə istənilən sahə və fəaliyyət sahəsinə aiddir. Lakin onun mahiyyəti tətbiq obyektinin xüsusiyyətlərindən əhəmiyyətli dərəcədə təsirlənir. Turizm digər fəaliyyətlərdən fərqləndirən müəyyən xüsusiyyətlərə də malikdir:

1) turizm həmişə yerdəki dəyişiklikdir. Bu vəziyyətdə, bir insanın adi, ərazi mühitindən fərqli olaraq başqa birinə keçməsindən danışırıq. Bununla birlikdə, bir şəhər sakininin şəhərin bir sahəsindən digərinə hərəkəti turizm hesab edilə bilməz, çünki ümumiyyətlə yaşayış sahəsi dəyişmir, çünki aşağıdakılar qorunur:

- əvvəlki iqlim;
- ətraf coğrafi şərait;
- Gündəlik həyat;
- mədəniyyət;

2) başqa yerdə qalmaq. Köçmək yaşayış yerini dəyişdirmək və ya işgüzar səfərlə əlaqələndirilməməlidir. Ayrıca, səyyahlar ziyarət etdikləri yerdə 12 ay və ya daha çox olmamalıdır. Turizm baxımından eyni yerdə bu qədər uzun müddət qalma daimi yaşayış sayılır;

3) ziyarət edilən yerdəki mənbədən əmək ödənişi. Başqa bir yerə köçürülmə, ziyarət edilən yerdəki mənbədən gəlir əldə etməyi planlaşdırmağı əhatə etməməlidir. Beləliklə, bir insan pul qazanmaq üçün başqa bir ölkəyə köçürsə, bu turizm hesab edilmir.

Yuxarıdakı üç kateqoriya turizmi müəyyənləşdirmək üçün əsasdır. Lakin turistlər üçün bu meyarlar hələ də yetərli olmayan xüsusi meyarlar mövcuddur. Bunlar ölkəyə rəsmi daxil olmayan qaçqınlar, köçərilər, məhkumlar, tranzit sərnəşinlər və bu qrupları müşayiət edən və ya müşayiət edən şəxslərdir.

Yuxarıda göstərilən xüsusiyyətlərə əsasən, turizmin aşağıdakı tərifini formalaşdırıla bilər (Баранова, 2012).

Turizm, insanların daimi və ya uzun müddət yaşadıkları yerlərdə olmayan və iş fəaliyyətləri

ilə əlaqəli olmayan yerlərdə hərəkət etmələrini və qalmalarını müşayiət edən qarşılıqlı əlaqələr, əlaqələr və hadisələrin məcmusudur.

“Turizm” sözü əvvəlcə bir iş gəzintisi mənasını verən “Grand Tour” ifadəsindən gəlir. XVII-XVIII əsrlərdə ifadə edilmişdir. Zadəganların gənc nümayəndələri və 19-cu əsrdə. bu cür səyahətlər əhalinin digər təbəqələri arasında populyarlaşmışdır. İnsanlar xarici mədəniyyət və həyat tərzini ilə tanış olmaq, digər təbiəti, görməli yerləri görmək üçün səyahət etdilər. Turizmin hədəfləri zamanla dəyişməyib.

Turizm istirahət konsepsiyası ilə ayrılmaz şəkildə bağlıdır. Zəhmətdən yayındırmaq, dekorasiya dəyişikliyi, idmanla məşğul olmaq, əylənmək və sadəcə ətrafdan xoş bir sensasiya almaq imkanı turizm fəaliyyəti üçün həlledici motivlərdir.

Turizm fəaliyyət sahəsi olub, məqsədi xidmət göstərməklə gəlir əldə etmək sosial-iqtisadi inkişafa təsir etməklə bir sıra ərazi, sahə və regional inkişaf problemlərini həll etməkdir.

Turizmin inkişafı potensialı olan ölkələr üçün ümumi daxili məhsulun artırılmasına yönəldilir, yeni iş yerləri açılır və regionların sosial-iqtisadi inkişafı üçün şərait yaradılır. Turizmin mahiyyəti onun istehsal strukturu, təşkilati quruluşu və idarə edilməsi xüsusiyyətləri ilə formalaşır. Turizmin konseptual əsasları resurspotensial turizm məhsulu-gəlirlərin formalaşması məntiqinə əsaslanır.

Turizm inkişaf problemləri tarixi, iqtisadi və təcrübə ilə bağlı olan bir sıra problemlərlə bağlıdır. Onun yerləşməsi və inkişafı coğrafi, tarixi və reqresiya potensialına uyğun olaraq formalaşır. İqtisadi sistem, turizm sisteminin formalaşmasının adı və sosial əsasıdır. Turistlərin xarakteristikası, hər bir ölkədə turizmin təşkilinin əsas amilidir. Turizm müəssisələri turistlərin tələbinə uyğun olaraq təklif problemləri həll olunur. Turizm tələbi və təklifi turizm bazarını formalaşdırır. Turizm bazarı turizm məhsulunun reallaşması yolları və uyğun qiymətlərlə ölçülür (Səbzəliyev, Abbasov, 2015).

Turizmin sosial-iqtisadi mənası çoxşahəli və kompleks göstəricilərlə ifadə olunur. Onun əsas məqsədi kommersion gəlirləri gətirmək, yerli resurslardan istifadə etmək, əhalinin rifahı üçün infrastrukturunu genişləndirməkdən ibarətdir. Turizm fəaliyyət dairəsi olmaqla sahibkarlığa şərait yaradır. Turizm biznesin və korporativ idarəetmənin obyektinə olaraq genişlənir. Turizmin sosial mənası

iş yerlərinin açılması, ev təsərrüfatının inkişafı və kəndin sosial-iqtisadi inkişafını təşkil etmək vəzifəsi təşkil edir. İqtisadi və sosial inkişafın problemləri, həmin resurslardan istifadənin səmərəli təşkili və məşğulluğun artması məqsədlərinə uyğun olaraq təşkil olunur. Turizm fəaliyyəti xidmət sferası olmaqla turistlərin ehtiyacını ödəmək üçün fəaliyyət göstərir. Turizm fəaliyyətinin təşkilinin təşkilinin resurs potensialı, regionun resurs potensialı, əhalinin rifahının yüksəldilməsi problemlərinin həlli üçün aparıcı amil rolunu oynayır.

Turizmin dünya təcrübəsi hər bir ölkəni iqtisadi quruluşu və əhalinin sosialdemoqrafik tərkibi ilə ixtisaslaşır. İctimai əmək bölgüsündə turizm sferası iqtisadi rol oynamaqla ÜDM-in və əhalinin rifahının əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Turizm sferası ölkə iqtisadiyyatının sahə və ərazi strukturunun tərkibi olmaqla iqtisadi potensialın formalaşması və sosial inkişafın əsas istiqaməti olaraq müasir şəraitdə yeni bazar tipli xüsusiyyətlər kəsb edir. Turizmin tədqiqi və proqnozu müxtəlif yanaşma və məqsədli inkişaf strategiyası baxımından öyrənilir. Beynəlxalq turizm əlaqələrin inkişafına əhalinin tələbatının ödənilməsinə və ölkənin iqtisadi potensialının xaricilər üçün istifadəsi yolu ilə ixracat potensialının artırılmasına yönəldilir. Turizmin tədqiqi və proqnozu, onun təşkili və idarə edilməsi müasir iqtisadi inteqrasiyanın və inkişafın perspektiv istiqaməti olaraq öz əhəmiyyətini artırır. Turizmin inkişafı həyat tərzini və həyat şəraitinin inkişafı ilə zəruriləşən və yeni potensial mənbələrinə yönəldilən sahə kimi inkişaf edir. Ölkədə olan iqtisadi artımın mənbəyi və sosial problemlərin həlli üçün turizm sferası əlaqələndirici rol oynayır.

Aşağıdakı istiqamətlər turizmin yeri və rolunun nəzəri-metodoloji aspektlərini formalaşdırır:

- turizmin iqtisadi artımda rolu və ölkə iqtisadiyyatının inteqrasiya amili olaraq zəruriliyini formalaşdırır;
- turizmin ölkə əhalisinin məşğulluğu və yerli resursların istehsal və xidmət dövriyyəsinə cəlb edilməsinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir;
- turizmin inkişafı ixracatı yönlü siyasətin yeni və daha səmərəli forması olaraq turist tələbatına uyğun struktur transformasiyanın modelini yaradır;
- turizm ölkəsi daha çox səmərəli fəaliyyət, turizm sferasına baxış, onun məqsədi, vəzifələri və təşkili fəaliyyətində iştirak edən subyektlər və mexanizmlər, onun metodoloji əsaslarını təşkil edir.

İlkin növbədə təşkilati amil olaraq turizm ölkə iqtisadiyyatının struktur amili və onun digər sahələrə multiplikasiya effekti baxımından yanaşılır. Multiplikasiya səmərəsi hər bir sahənin birbaşa və dolayısı əlaqəsi yolu ilə son nəticənin formalaşmasında əldə olunan inteqral effekt nəzərdə tutulur. Çoxkriteriyalı sistem və sahələrarası təsirlərə məruz qalan turizm sferası özünün resurs potensialını formalaşdırır. Resurs yanaşma metodologiyası turizmin inkişafı ilə baş verən yan təsirləri, məskunlaşma və ərazi inkişaf modeli ilə təsvir olunur. Turizmin sahələrarası problemi, onun kənd təsərrüfatı, əhali və iqtisadi fəaliyyət mexanizmlərinin ölkədə formalaşma xüsusiyyətləri ilə reallaşır.

Müasir turizm sənayesi otel və ya digər yaşayış obyektləri, nəqliyyat vasitələri, iaşə obyektləri, obyektlər və əyləncə obyektləri, təhsil, iş, səhiyyə, idman və digər obyektlər, turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan təşkilatlar, bələdçi-tərcüməçi xidmətləri göstərən təşkilatlar toplusu kimi qəbul edilə bilər.

Bir sıra səbəblərə görə bir sənaye olaraq qəbul edilən turizm sənayesi, nadir hallarda iqtisadi fəaliyyətdəki roluna uyğun ictimai diqqət alır. Bunun səbəblərindən biri də turizmin iqtisadi göstəricilərinin milli iqtisadiyyatın digər sahələrinin məlumatlarında “həll olunduğu” turizm fəaliyyətinin düzgün təşkil olunmuş statistik uçotunun olmamasıdır.

“İdarəetmə” və “menecment” anlayışları arasındakı əlaqə onlardan ikincisinin mənşəyinin təhlili ilə izlənilə bilər. “İdarəetmə” sözü İngilis dilindəki “idarə etmək” - “idarə etmək” felindən gəlir. Müasir elm bu konsepsiyanın bir çox təfsirini təqdim edir, çünki təşkilatın fəaliyyət sahəsindən və inkişaf mərhələsindən asılı olaraq idarəetmə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Hər hansı bir idarəetmə sistemi və vəziyyət üçün tipik olan universal tərifləri təsəvvür edə bilərsiniz:

- 1) idarəetmə idarəetmə sənətidir;
- 2) idarəetmə qarşıya qoyulmuş hədəflərə çatmaq bacarığıdır;
- 3) idarəetmə sistemin elementlərinin sıralanması prosesidir;
- 4) idarəetmə, təşkilatın fəaliyyətinin məqsədlərinə çatmaq üçün onun maddi, texniki, insan, informasiya və digər resurslarını idarə etmək fəaliyyətidir.

Təriflərin hər biri çoxölçülü “idarəetmə” anlayışının tərkib hissələrindən birini əks etdirir.

Turizmin iqtisadi cəhəti, onu bir sənaye kimi qəbul etməyi əhatə edir.

Turizm sənayesinə bir sıra otel və digər yaşayış obyektləri, nəqliyyat vasitələri, iaşə obyektləri, obyektlər və əyləncə obyektləri, təhsil, iş, səhiyyə, idman və digər obyektlər, turoperator və turizm agentliyi fəaliyyəti ilə məşğul olan təşkilatlar, habelə ekskursiya edən təşkilatlar daxildir. bələdçi-tərcüməçilərin xidmətləri.

Bu gün turizm sahəsində idarəetmə sahəsində ikiqat problem var:

1) bazar münasibətlərini iş təcrübəsinə tam tətbiq etmək, yəni turizm menecmentini bazar məzmunu ilə doldurmaq;

2) turizm sahəsindəki yenilikləri yeni zaman şərtlərinə uyğunlaşdırmaq, yəni bu baxımdan dünya dəyişikliklərini mümkün qədər tam nəzərə almaq.

Yuxarıda göstərilən vəzifələrin həlli üçün ən vacib sahələrdən biri Rusiya dövlətində turizmi tənzimləyən qanunvericiliyin formalaşdırılması və həyata keçirilməsidir. Bu istiqamətin həyata keçirilməsinə tam şəkildə dövlət turizmi idarəsi demək olar, çünki söhbət dövlətin milli iqtisadiyyatın sahələrindən birində baş verən proseslərə inzibati təsirindən gedir (Василенько, 2011).

Turistik fəaliyyətlər otel fəaliyyəti ilə sıx əlaqəlidir, çünki başqa bir əraziyə gələn insanlar məqsədlərinə çatmaq üçün yalnız yaşayış yerinə deyil, müəyyən bir infraqurstruktura da ehtiyac duyurlar (idman kompleksləri, nəqliyyat, iaşə, əyləncə müəssisələri və s.). Başqa sözlə, turizm fəaliyyətləri həm də turoperator və turizm agentliyi fəaliyyətləri, həm də səyahətlərin təşkili və turistlər üçün əlverişli şərait yaradılması ilə bağlı digər fəaliyyətləri nəzərdə tutur.

Otel fəaliyyəti, müvəqqəti yaşayış (yerləşmə) və vətəndaşlara xidmət göstərilməsi üçün birbaşa sifariş və rəhbərliyi altında hər hansı bir kollektiv yaşayış obyektinə (ən azı 10 otaq tutumlu) müəyyən edilmiş mülkiyyət hüququna malik olan və ya verilmiş hüquqi və fiziki şəxslərin fəaliyyətidir.

Ekskursiya fəaliyyətləri, səyahət xidmətinin göstərilməsini təmin etməyən, müvəqqəti qalma yerində səyahət edənlərin turizm mənbələri ilə tanışlığının təşkili məqsədi daşıyan fəaliyyətlərdir.

Turizm məhsulu, turistin turistik səfəri (səfəri) dövründə yaranan və bu səyahət səbəb olduğu ehtiyaclarını ödəmək üçün lazım olan maddi (mallar) və qeyri-maddi (xidmətlər) istifadə dəyərlərinin

birlişməsidir.

Turizm məhsulunun növləri turizm malları və turizm xidmətləri ola bilər.

Turizm məhsulu satış üçün yaradılan və əsasən turistlər tərəfindən istifadə üçün nəzərdə tutulan sənaye fəaliyyət sahələrinin əməyinin məhsulu kimi başa düşülür. Turizm məhsullarına, məsələn, ərazinin xəritələri, sırt çantaları, çadırlar, suvenirilər və s.

Turizm xidməti müəssisələrin, təşkilatların, qurumların və ya vətəndaş-sahibkarların ziyarətçilərin səyahət, istirahət və ya ekskursiya ehtiyaclarını ödəmək üçün fəaliyyətidir. Bu, maddi ifadəsi olmayan, yəni görünməyən və toplana bilməyən spesifik bir əmtəədir. Bu xidmətlər yalnız turistdən tələb olduqda həyata keçirilə bilər. Onların istifadəsinin təsiri səyahət zamanı sağlamlığı yaxşılaşdırmaq, turist ehtiyaclarını ödəmək, istirahət, yaxşı əhval-ruhiyyə, təbii, mədəni və memarlıq cazibə yerləri ilə tanışlıq şəklində özünü göstərir. Buna əsasən deyə bilərik ki, turizm xidmətinin vahidi müəyyən bir müddət ərzində bir istehlakçıya verilən xidmətlər məcmusudur. Səyahət xidmətlərinə misal olaraq otel otağı təminatı, turlar, nəqliyyat və s.

Turizm bazarında turizm məhsulunun əsas satış nöqtəsi ümumiyyətlə tur olur, fərdi səyahət xidmətləri də tələb olunur.

Tur, turistlərin yerləşməsi, daşınması və yeməkləri, ekskursiya xidmətləri, bələdçi-tərcüməçilər və tur menecerləri (qrup rəhbərləri) xidmətləri ilə səyahətin məqsədindən asılı olaraq göstərilən digər xidmətlər kompleksidir. Praktikada turizm məhsulu bazarda mümkün üç əsas təklif növü kimi başa düşülür.

Birinci növ - firmalar, turoperatorlar (təşkilatçılar) tərəfindən təklif olunan bir tur (hərtərəfli səyahət xidməti) istehlakçıya fərdi istifadə üçün (pərakəndə) satıla bilər, həmçinin iqtisadi mənfəət əldə etmək üçün topdansatış alıcılara (vasitəçi firmalara, turizm agentliklərinə) satıla bilər.

İkinci növ nəqliyyat xidmətləri, yaşayış xidmətləri, xarici pasport almaq xidmətləri, sığorta, ekskursiya proqramları, avtomobil kirayəsi və daha çoxunu əhatə edən ayrı səyahət xidmətləridir.

Üçüncü növ - yerləşmə ölkəsində bir turist və səyyah üçün lazım olan müxtəlif növ məlumat materialları (kataloqlar, məlumat kitabları, xəritələr, lüğətlər, bələdçi kitabları və s.) Daxil olmaqla turizm

məqsədli mallar.

Turizmin inkişafına baxış iqtisadi artım və sosial tərəqqi regionların və potensialların səmərəli istifadəsi baxımından yanaşılması, onun əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Turizmin inkişafının nəzəri əsasları onun inteqral səmərəsi və kommersiya maraqları ilə ölçülür. Turizmin fəaliyyət dairəsi onun əsas kompleks resurslara, insan amilinə və onun son məhsulunun strukturuna uyğun təşkili ilə baş verir.

Turizmin iqtisadi mənası onun yaratdığı son məhsul, iş yerlərinin təşkili və ərazi iqtisadiyyatının təşkili forması kimi fəaliyyət dairəsi olmaqla özünü göstərməsidir. Turizm sferasının təşkili iqtisadi kateqoriya və proseslərin təbii-coğrafi, insan amilləri ilə sıx əlaqə olması ilə qiymətləndirilir.

Turizmin tədqiqi onun əsas formalaşma amillərinin dəyişmə dinamikası və nəticələrinin istifadəsi yolları və səmərəsi ilə ölçülür. Turizmdə səyahət və mənəvi dəyərlərin təkrar istehsalı baxımından tədqiq olunur.

Turizmin sahə kimi rolu və iqtisadi amil olaraq tənzimlənməsi müxtəlif kriteriyalardan və tarixi xüsusiyyətlərdən asılıdır. Turist anlayışı, turizm bazası və potensialı turizm ölkəsinin məkanını, onun coğrafiyasını formalaşdırır. Ölkənin coğrafi vəziyyəti, onun təbii şəraiti və iqtisadi durumu turistlərin mənbəyinə çevrilə bilər. Belə ki, təcrübə və münbit şərait turizmin inkişafına şərait yaradır. Onun potensialı, iqtisadi potensialın turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi yolu ilə turizm sferasını, onun dövryyəsinə və istehsal güclərini formalaşdırmaq olar. Onun coğrafiyası resursların yerləşməsi və onların istifadəsi yolları ilə ixtisaslaşır. Ona görə də turizmin sahə-ərazi və funksional məqsədləri baxımından tədqiq olunması, onun sosial-iqtisadi mahiyyətini və əsas istiqamətlərini özündə birləşdirir. Turizmin tarixi ölkə və ərazilərin resursları və onlardan istifadə üçün yararlı şərait ilə formalaşmış və inkişaf edib. Ona görə də turizm çox funksiyalı fəaliyyət dairəsi olmaqla xidmət göstərən və əhalinin (turistlərin) tələbatına uyğun olaraq peşəkar ixtisaslaşan fəaliyyət dairəsi kimi qiymətləndirilir. Turizm sferasının çoxfunksonallığı istehlakçı və region tələbatının müxtəlifliyi ilə formalaşır və inkişaf edir. Turizmin beynəlxalq əhəmiyyəti inteqrasiya və əməkdaşlıq funksiyası, istehsal və coğrafi potensialın dövryyəyə cəlb olunması üçün istehsal funksiyası və turizmin

özünün istehlak amili kimi xidmət funksiyası, onun çoxmeyarlı idarəetmə obyektı olmasını formalaşdırır.

Çoxfunksonallıq meyarları təbii ki, məqsədlərin aliliyinə və onların iqtisadi səmərəsinə görə ierarxik quruluşunu formalaşdırır. Nəzəri baxımından turizmə çoxfunksiyalı və həmçinin resursların əvəz edilməsi yolu ilə fəaliyyət göstərən sahələr kimi qiymətləndirilir.

Çoxkriteriyalı tənzimləmə obyektı olaraq turizmin inkişafı qlobal, beynəlxalq, yerli və ərazi maraqları üzərində tənzimlənən və uzlaşdırılan sistem kimi formalaşır. Turizmin qlobal maraqları insan inkişafı indeksini və potensialını artırmaq, dünya ekoloji sistemini qorumaq və dünya əhalisinin sağlamlığını təmin edən meyarlar üzərində qurulur. Qlobal maraqlar ölkələrin resurs potensialını nəzərə almaqla, dünyəvi dəyərlərə söykənən və tələbləri təmin edən maraqlar prizmasından həll olunur (Abadov, 2014).

Qlobal maraqlar beynəlxalq səviyyəli qrupların, beynəlxalq təşkilatların, assosiasiyaların və dövlət orqanlarının məcmuu və üzvü birləşməsi və kommersiya məqsədləri üzərində qurulur. Turizmin qlobal maraqları inteqrasiya amili olmaqla formalaşır və əməkdaşlığın növləri üzrə ixtisaslaşır. Ona görə də dövlətin iqtisadi və sosial siyasətinin əsas istiqaməti olaraq turizmin tənzimlənməsi problemləri inkişaf edir.

Turizmin mikroiqtisadi problemləri, onun sahə, ərazi və funksional vəzifələrinə uyğun olaraq təşkilati-iqtisadi və idarəetmə problemlərini əhatə edir. Belə ki, region daxili iqtisadi potensiala və xüsusi turizm potensialına söykənən siyasət regionların kompleks inkişafı məqsədi və əhalinin rifahının yüksəldilməsi fəaliyyəti kimi qəbul olunur. Turizmin fəaliyyəti həmin sahənin rəqabət qabiliyyətli sosialyönlü və səmərəli təşkili kimi meyarlar və idarəetmə mexanizmləri üzərində qurulur. Ona görə də turizmin idarəetmə sahələrarası və regional prinsipləri əhatə etməklə tədqiqat obyektı olaraq genişlənir.

Müxtəlif sahələrdə bir çox tədqiqatçılar iqtisadi inkişafın amili olaraq turizmə daha çox diqqət yetirmişlər. Bir çox inkişaf modellərinin hazırlanmasına, yenidən təşkilinə və ya dəyişdirilməsinə baxmayaraq inkişaf planı kimi istifadə olunan heç bir vahid yanaşma əldə olunmamışdır. Sınaq və nöqsanlar onilliklərlə

davam etmiş və alternativ inkişaf vasitələri irəli sürülmüş və həyata keçirilmişdir. Onların bəziləri iflasa uğrayarkən, bəziləri uzunmüddət işlək vəziyyətdə qalmışdır, lakin bu gün istinad edilən və inkişaf etməkdə olan dövlətlərin iqtisadiyyatlarını yaxşılaşdırmaq üçün heç bir inkişaf modeli mövcud deyil.

Dövlətin iqtisadiyyat ilə məşğul olarkən əsas diqqəti digər iqtisadiyyatların təcrübələrinə deyil, müəyyən fəaliyyətlərin hər hansı bir dövlətin iqtisadiyyatına necə təsir etdiyinə yönəltmək lazımdır. Bunun üçün müəyyən fəaliyyətlərin ümumi iqtisadi fəaliyyətə təsirini başa düşmək, araşdırmaq və dəyərləndirmək lazımdır ki, siyasətçilər öz strategiyalarından ən yaxşı şəkildə yararlanılsınlar. Başqa sözlə, mikroiqtisadi qərarların artırılması və stimullaşdırılmasından əvvəl, iqtisadiyyat ilk növbədə makroiqtisadi səviyyədə dəyərləndirilməlidir. Dövlətin iqtisadi rolu, onun sahə və ərazi funksiyası ilə reallaşır.

Turizmin iqtisadi, mənəvi və sosial-iqtisadi mənası onun tədqiqi və proqnozunun metodoloji aspektlərini formalaşdırır. Turizmin obyektı və subyektlərinin xüsusiyyətləri, onun tədqiqinin xüsusiyyətlərini yaradır. İnsan turizm obyektı olmaqla, onun tələbatı, iqtisadiyyatı və dövlət siyasəti, turizmin inkişafının insan faktorunu müəyyənləşdirir. Müasir şəraitdə ölkələrin geoiqtisadi vəziyyəti, onların coğrafiyası, məhsuldar qüvvələr kimi əsas resursları, onlardan istifadə turizmin sxemini, onun yerləşməsi və iqtisadi əlaqələrdə rolunu formalaşdırır. Turizm coğrafiya elmi kimi baxmaq, onun ölkələr üzrə və marşrutlar əhatəsində yerdəyişmə intensivliyi kimi baxılır (Vonq K.F., Wong, K. F. 2012)

Turizmin inkişafı perspektiv islahatlar və struktur transformasiya obyektı olaraq əhalinin dinamikası, onun maddi rifahı, üstünlüyü və özünün tələbatını ödəmək üçün istirahət tələbatı ilə genişlənir. Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti onun iqtisadi rolu, maddi və mənəvi dəyərlərin artırılması və inteqrasiya amili olaraq genişlənməklə xarakterizə olunur.

Turizmin mahiyyəti onun təsərrüfat, təbii ehtiyatlar və insan amili ilə ölçülür. Turizmin mahiyyəti təbii, coğrafi və ev təsərrüfatı ilə ölçülür. Turizmin maddi əsasını onun təkrar istehsal prosesində rolu və sahə kimi təşkilatı və idarə olunması mexanizmləri ilə formalaşır. Turizmin əsas əlamətlərinə müxtəlif məktəblərin baxışları ilə qiymətləndirmək olar.

Məqalədə əsas yenilik kimi turizm sektorunun iqtisadiyyatda olan əhəmiyyətinin tədqiq edilməsi və bu sahənin tənzimlənməsində dünya təcrübəsinə nəzər yetirilməsindən sonra Azərbaycan Respublikasında mövcud olan turizm infrastrukturunu və bu sahənin digər təşkilədiçi amillərinin tarixi inkişafı və müasir vəziyyətinin, həmçinin müvafiq dövlət siyasətinin kompleks bir şəkildə obyektiv qiymətləndirilərək bu istiqamətdə uyğun təkliflərin verilməsidir.

Məqalənin nəzəri vacibliyi ondadır ki, turizm sektorunun müasir tələblərə cavab verən, həmçinin mövcud və potensial təhdidləri nəzərə alan yanaşmaya əsaslanan inkişaf istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir. Araşdırmanın təcrübə əhəmiyyəti isə onun nəticələrinin Azərbaycanda turizm sektorunun tənzimlənmə istiqamətlərinin formalaşdırılmasında, o cümlədən bu sektorun inkişafıyla bağlı müxtəlif layihə və proqramların hazırlanmasında istifadə edilə bilməsi ilə əlaqədardır.

Açar sözlər: *iqtisadiyyat, müasirlik, idarəetmə, Turizm sənayesi, bazar münasibətləri, menecment.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. *Abadov M.K. (2014). "Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri", Bakı, "Elm", 159 səh.*
2. *Səbzəliyev S.M., Abbasov Q.Ə. (2015). "Xidmət sahələrində mühasibat (maliyyə) uçotu". Bakı, 255 səh.*
3. *Vonq K.F., Wong, K. F. (2012), Tourism Forecasting and Marketing / K. F. Wong, H. Song. - New York: Routledge, 303 p.*
4. *Баранова А.Ю. (2012), Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма: учеб. пособие. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 195 стр.*
5. *Василенко В.А. (2011). Основы теории и практики спортивно-событийного туризма: монография / В.А. Василенко, Вань Мяо. - Симферополь: КРП «Издательство «Крымучпедгиз», 242 стр.*

РЕЗЮМЕ

В статье исследуются основные критерии менеджмента туризма и детально исследуется социально-экономическая природа менеджмента в экономике туризма. Туризм давно существует

в нашей стране как социальное явление. В то же время вступление Азербайджанского государства в рыночную экономику внесло существенные изменения в туристическую отрасль, что потребовало формирования новой теоретической базы для анализа различных аспектов управления туризмом.

Туризм - явление всем известное. Безусловно, расслабление ассоциируется с приятным времяпрепровождением. Многие люди, которые говорят о туризме, вспоминают свои путешествия по миру. Туризм - один из наиболее динамично развивающихся секторов непродовольственной экономики, предприятия и организации удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах. Основная функция туризма - дать человеку полноценный и рациональный отдых. Более того, туризм является основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. Сейчас он стал международной отраслью, занимающей третье место по доходам среди крупнейших экспортных секторов экономики и второе место после нефтяной и автомобильной промышленности.

Значение туристического сектора в обеспечении экономического развития в современном мире и, следовательно, его надлежащее и устойчивое регулирование растет с каждым годом. По этой причине многие местные и зарубежные исследователи в своих научных исследованиях рассматривают туризм как одну из экономических категорий. В качестве ограничения статьи можно указать на отсутствие теоретического материала, который можно рассматривать как препятствие в исследовании, а также на отсутствие достаточной информационной базы и т. Д.

Ключевые слова: экономика, современность, менеджмент, туристическая отрасль, рыночные отношения, менеджмент.

SUMMARY

The article examines the main criteria of tourism management and studies in detail the socio-economic nature of management in the tourism economy. Tourism has long existed in our country as a social phenomenon. At the same time, the entry of the

Azerbaijani state into a market economy has made significant changes in the tourism industry, which has necessitated the formation of a new theoretical basis for the analysis of various aspects of tourism management.

Tourism is a well-known phenomenon for everyone. Of course, relaxation is associated with a pleasant pastime. Many people who talk about tourism remember their travels around the world. Tourism is one of the most dynamic sectors of the non-manufacturing economy, enterprises and organizations meet the needs of tourists for tangible and intangible services. The main function of tourism is to give a person a complete and rational rest. Moreover, tourism is the mainstay of the economies of many developed and developing countries around the world. It has now become an international industry, third in terms of revenue among the largest export sectors of the economy, and second only to the oil and automotive industries.

The importance of the tourism sector in ensuring economic development in the modern world, and thus its proper and sustainable regulation, is growing every year. For this reason, many local and foreign researchers in their scientific research analyze tourism as one of the economic categories. As a limitation of the article, we can point out that the lack of theoretical material, which can be considered an obstacle in the research, as well as the lack of sufficient information base, etc.

Keywords: economy, modernity, management, tourism industry, market relations, management.

ŞƏXSİ HEYƏTİN MOTİVASIYA SİSTEMİNİN ÖYRƏNİLMƏSİ VƏ KADR MOTİVASIYASI AMİLLƏRİ

QARDAŞXAN QARDAŞXANLI
*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
Beynəlxalq Magistratura və
Doktorantura Mərkəzi,
magistr*

E-mail: qardashxan.1097@gmail.com

İşçilərin motivasiya prosesi mürəkkəb bir proses olaraq həddən çox səbir, işçi tələbatları və gözləntilərini müşahidə etmə qabiliyyətini, onların müvəffəqiyyətlərini dəyərləndirmək üçün zəruri bilik, həmçinin qabiliyyəti tələb etməkdədir.

Motivasiya olunmuş işçilər daima öz üzərində çalışan, peşə vərdiş və qabiliyyətlərini təkmilləşdirməyə səy göstərən və yüksək keyfiyyətə malik iş nəticələrinə sahib şəxslərdir. Ona görə həmin konsepsiya idarəetmə nəzəriyyələri üzrə mərkəzi mövqeyə sahibdir və müasir araşdırmaların ən ətraflı şəkildə müzakirə edilən problemərindən biri hesab olunur. "Mürəkkəb və yönləndirilmiş davranışla yanaşı, motivasiya hansısa bir işin, vəzifənin, fərdin yaxud da obyektin böyük enerji, həmçinin səylər göstərməsinə səbəb olmaqdadır."

İşçiləri motivasiyası olunmasında, menecer və rəhbərlər əsas rol oynayır. Odur ki, onlar işçilərlə birbaşa ünsiyyətdə və qarşılıqlı münasibətdə olmaqla onlara qarşı təşkilatda rəhbər strukturların münasibətini göstərirlər.

Məqalənin əsas məqsədi motivasiya sisteminin nəzəri əsaslarını təmin etmək üçün həmin istifadəçi və müəssisənin üstünlüklərini nəzərdən keçirməkdən ibarətdir. Bu məqsədlə dissertasiyada motivasiya sisteminin nəzəri əsasları üçün təklif edilən modula baxılmışdır. Məqalənin öyrənilmə səviyyəsi: müşahidədə şəxsi heyətinin motivasiya sisteminin nəzəri əsaslarının elmi klassiklərinin: Cook C.W. Banks L.D. Moore L. L., və digərlərinin elmi nəşrlərində araşdırılmışdır. Azərbaycandakı bir sıra alimlərin Seyfullayev İ.A., və digərlərinin elmi tədqiqat işində öz əksini tapmışdır.

Elmi ədəbiyyatda motivasiya anlayışına fərqli yanaşmalar mövcuddur. Lakin əksər yanaşmalarda motivasiya konsepsiyasının mahiyyəti tam izah

olunmur və onun spesifik xüsusiyyətləri kifayət qədər əks olunmur. Bu baxımdan bir çox tədqiqatçı hələ də motivasiya anlayışını şərh etməyə çalışır. Motivasiya prosesinin müxtəlif tərəfləri də müəssisə və təşkilatların diqqət mərkəzindədir. Yuxarıda göstərilənlər tədqiqat mövzusunun həm elmi, həm də praktik əhəmiyyətini nümayiş etdirir. Müasir dövrdə yüksək rəqabət mühiti müxtəlif sahələrdə fəaliyyət göstərən müəssisələrin rəhbərlərini işçilərinə həvəsləndirərək bazarda rəqabət mövqeyini gücləndirməyə çalışır. Bu da öz növbəsində məhsuldarlığın, işçi məmnuniyyətinin artmasına və şirkətin gəlirliliyinin və gəlirliliyinin artmasına səbəb olur.

Motivli işçilər daim öz üzərində işləyən, peşəkar bacarıq və bacarıqlarını inkişaf etdirməyə çalışan və yüksək keyfiyyətli iş nəticələrinə nail olan insanlardır. Buna görə də, bu konsepsiya idarəetmə nəzəriyyələrində mərkəzi bir mövqeyə malikdir və müasir tədqiqatların ən çox müzakirə olunan problemlərindən biri hesab olunur. "Mürəkkəb və yönləndirilmiş davranışla yanaşı motivasiya hər hansı bir işin, vəzifənin, fərdin və ya obyektin böyük enerji və ya səy göstərməsinə səbəb olur." (Abdulova, 2020).

İşçiləri həvəsləndirmə prosesi mürəkkəb bir prosesdir və həddindən artıq səbr, işçilərin ehtiyaclarını və gözləntilərini müşahidə etmək bacarığı, uğurlarını qiymətləndirmək üçün lazımı bilik və bacarıqları tələb edir. Menecerlər və menecerlər işçilərin motivasiyasında mühüm rol oynayrlar. Beləliklə, işçilərlə birbaşa ünsiyyətdə və qarşılıqlı fəaliyyətdə, təşkilatın rəhbər orqanlarının onlara münasibətini əks etdirirlər. "Hər bir insanın öz fərdi keyfiyyətləri olduğu üçün motivasiya fərdi olur və bu səbəbdən də menecerlərin fəaliyyətinə fərdi yanaşma xüsusi əhəmiyyət kəsb edir" (<https://www.saba.com/me->

dia/1039963/tb_employeemotivation_v5.pdf).

Daxili və xarici motivasiya fərqləndirilir. Belə bir təsnif nəzəriyyədə və praktikada geniş yayılmışdır.

Tədqiqatçıların fikrincə, daxili motivasiya digər nəticələrdən daha çox özündən razı qalması təmin edən fəaliyyətlərin nəticəsi kimi başa düşülməlidir.

Daxili motivasiyalı bir şəxs bir liderdən və ya başqalarından bir şey gözləmədən bir hədəfə çatmağa çalışır.

“Beləliklə, daxili motivasiya fərdlər və inzibati vəzifələr arasındakı münasibətdə təzahür edir, bəzi müəlliflər daxili motivasiyanı maraqlı bir iş prosesi və ya vəzifə kimi şərh edərkən, digərləri bunu fərdin daxili motivasiya ilə məmnunluğu kimi şərh edirlər.” (Dadaşov, Piriye, 2020)

Xarici motivasiya halında, motivasiyalı şəxsin hərəkətlərinin yeganə səbəbi insanın xarici təsir mənbələri tərəfindən motivasiya edilməsidir. Xarici motivasiya daxili motivasiya ilə ziddiyyət təşkil edir. Bunun səbəbi daxili motivasiya nəticəsində həyata keçirilən fəaliyyətin alət dəyərindən çox, bu fəaliyyətin həyata keçirilməsindən həzz almaqdır.

Müəyyən fərdləri stimullaşdırma metod və vasitələrinin məcmusu kimi qəbul olunan motivasiya konsepsiyasının əsas məqsədi hər hansı bir fəaliyyət sahəsində sağlam, rəqabətçi və məhsuldar iş prosesinin təmin edilməsidir. Motivasiya metodları işçiləri vəzifə və məsuliyyətlərini keyfiyyətli şəkildə yerinə yetirməyə sövq edən vacib bir vasitədir.

Kooperativ fəaliyyət ideyasını elmə tanıdan Robert Rovenis, işçilərin insan ehtiyaclarının nəzərə alınmalı olduğunu söylədi. Bununla birlikdə, Robert Dubi motivasiyaya fərqli bir yanaşma göstərir və rolunu azaldır, işçilərin şirkətdə qalması üçün bir vasitə olduğunu vurğulayır.

İnsan münasibətləri mürəkkəb və çətin başa düşüldüyü üçün, bütövlükdə motivasiya metodlarının və metodlarının təkmilləşdirilməsi və inkişafı kifayət qədər mürəkkəbdir.

Tətbiq olunan hər hansı bir motivasiya metodu bir insanı motivasiya edə bilsə də, başqalarını da buna təşviq edə bilməz. Bu baxımdan tətbiq ediləcək motivasiya metodlarını seçərkən hər bir insanın şəxsi keyfiyyətlərini, öz gözləntilərinin olmasını nəzərə almaq lazımdır.

Ümimilikdə, motivasiya metodlarını iki qrupa ayırmaq olar:

1. Maddi;
2. Qeyri-maddi.

Maddi motivasiya üsulları, əsasən, aşağıdakılardır:

- Əmək haqqının artırılması;
- Bonusların verilməsi;
- Mənfəətdə iştirak payı;
- Pul mükafatları.

İnsanların işləməsinin səbəblərindən biri və ümumiyyətlə iqtisadi fəaliyyətin hərəkətverici qüvvəsi iqtisadi maraqlardır. İqtisadi marağın əsas motivi insanların ehtiyaclarıdır. Beləliklə, ehtiyacları ödəmək ehtiyacı hər hansı bir qurumun iqtisadi fəaliyyətinin əsas motividir. Bu səbəbdən işçilərin motivasiya ehtiyaclarını ödəmək vacib bir faktora çevrilir.

Motivasiya idarəetmə metodlarının mahiyyətini aydınlaşdırmaq üçün motivasiya funksiyasının anlayışını və xüsusiyyətlərini öyrənmək lazımdır. Bildiyimiz kimi motivasiya sözü motivasiya amilinə söykənir. Motiv, insanı istənilən hədəfə yönəldən bilinçaltı və daxili motivasiyaedici amildir (Bəkirli, 2016).

Motivi formalaşdıran əsas elementlər aşağıdakılardır:

- düşüncə;
- mədəniyyət;
- dünyagörüşü;
- maddi, mənəvi və fiziki tələbat;
- formalaşmış həyat və yaşam tərz;
- sosial qruplara mənsubiyyət və s.

Motivasiya funksiyasının meyarları. Motivasiya funksiyasının təyinatından irəli gələn onun zəruri meyarları mövcuddur. Bu meyarlar motivasiya funksiyasının təbiətini və zəruri hesab olunan cəhətlərini ifadə edir. Həmin meyarlara diqqət edək:

Tələb - işçinin düşüncələrindən asılı olaraq, özünü tam ifadə edə bilməsi üçün zəruri hesab etdiyi ehtiyacı ifadə edir. İnsanın ehtiyacları fiziki, maddi və mənəvi hissələrdən ibarətdir.

Stimul - işçini daxili cəhətdən motivasiya edən və həm maddi, həm də mənəvi olaraq prosesə sövq edən bir münasibətin nəticəsidir. Stimul maddi və mənəvi hissələrdən ibarətdir.

Mükafat - işçinin yüksək səviyyədə işləməsi üçün pul və ya qiymətli əşyaların mükafatlandırılmasıdır. Motivasiya funksiyasının qeyd olunan meyarlarının təsvirində təsvir olunan şərti vəziyyətləri nəzərdən keçirək.

İşçiyə qarşı mövcud təsir vasitələri. Təşkilatın daxili idarəetmə münasibətlərində menecer

tərəfindən işçiyə qarşı yönəldilmiş davranış və təsir vasitələrinin əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, bu təsir vasitələri işçinin potensialının əhəmiyyətli bir hissəsini əmək prosesinə yönəldə bilər. Bu baxımdan, əmək vəziyyətindən asılı olaraq rəhbərin işçiyə qarşı davranışında inzibati-hüquqi və mənəvi stimullaşdırıcı təsir vasitələri istifadə olunmalıdır. Bu vasitələrin hər ikisinin müsbət təsirləri vaxtında istifadə edildikdə faydalı ola bilər.

İşçiyə inzibati və hüquqi təsir. İşçiyə inzibati-hüquqi təsirin əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, rəhbərin işçi ilə əlaqəli inzibati vasitələrdən və qanuni prosedurlardan istifadə etməsi vəziyyətə uyğun olaraq işçinin məsuliyyət hissəsinə təsir edir və onu vəzifələrini daha səmərəli yerinə yetirməyə yönəldir. İşçinin əmək prosesinə laqeyd qalması, həmçinin görülən işin məsuliyyətini və məsuliyyət sahəsini kifayət qədər dərk etməməsi hallarında inzibati-hüquqi təsir vasitələrinə yol verilir.

Dünya Kadr Motivasiyası Proqramlarının Qiymətləndirilməsi

Kadr işinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi insan resurslarının gücləndirilməsində mühüm rol oynayır. Şöbə, təşkilatın hədəflərinin həyata keçirilməsində işçilərin yardım dərəcəsi barədə məlumatlandırılmağa və təşkilatın inkişafı üçün lazımı qərarlar qəbul etməyə borcludur. Beləliklə, təşkilatın dinamik quruluşunu təşkil edən insan resurslarının inkişafı, mükafatlandırılması, cəzalandırılması kimi inkişaf və mükafat tədbirləri şəklində qərarlar qəbul etmək mümkündür.

Təşkilatın ideal şəkildə tərtib olunmuş icra planları və quruluşu olması işçinin məhsuldar əmək tətbiq etməsi üçün hələ əsas deyil. Səbəb bu amillərin işçinin maraqlarına deyil, əsasən işəgötürənin maraqlarına cavab verməsidir. Bu baxımdan işəgötürən əmək fəaliyyətində işçinin yaradıcılıq və təşəbbüskarlıq potensialının artırılmasında maraqlı olmalıdır, təşkilatın daxili idarəetmə münasibətlərində onun daxili mənəvi ehtiyaclarından irəli gələn insan münasibətlərinin ümumi dəyərlərini nəzərə almalıdır.

İşçilərin qiymətləndirilməsi, işin müvəffəqiyyətini səlahiyyət və məsuliyyət daxilində obyektiv meyarlarla qiymətləndirmək üçün bir performans qiymətləndirmə proqramının qurulması, periodik qiymətləndirmələrin idarə olunması və qiymətləndirmə nəticələrinin nəzərdən keçirilməsidir.

Qiymətləndirmə - görülən işlərin və müəyyən müddət ərzində işləyən işçilərin peşəkar keyfiyyətlərini ölçmək üçün bir mexanizmdir. Bu proses nəticəsində qiymətləndiricinin güclü və zəif tərəfləri müəyyənləşdirilir, gələcəkdə xidmət fəaliyyətinin inkişafı və təkmilləşdirilməsi istiqamətləri müəyyənləşdirilir. İşçilərin qiymətləndirilməsi bir müəssisə üçün ən çətin, lakin vacib məsələlərdən biridir. Buradakı ən vacib tələblərdən biri qiymətləndirmə üçün ilkin məlumatların toplanmasıdır.

Müəssisə üçün heyətin qiymətləndirməsinin məqsədləri aşağıdakılardır:

1. Müəssisədə çalışan əməkdaşlar tərəfindən görülən işin effektivliyini və keyfiyyətliliyini müəyyən etmək;
 2. Əməkdaşların peşəkar hazırlıq səviyyəsinin müəyyən etmək;
 3. Əməkdaşlarda məsuliyyət hissini artırmaq, onların nöqsan və çatışmazlıqlarını müəyyən etmək və aradan qaldırmaq;
 4. Əmək funksiyalarının keyfiyyətlə yerinə yetirilməsi üçün əməkdaşların peşəkarlıq səviyyəsini və təlimə olan tələbatını müəyyən etmək;
 5. Əməkdaşlar tərəfindən əmək funksiyalarının yerinə yetirilməsinin səmərəliliyini və faydalılığını artırmaq;
 6. Əməkdaşların potensial inkişafını ölçmək, gələcək inkişafını (inkişaf istiqamətlərini) və karyera perspektivlərini müəyyən etmək;
 7. Peşə funksiyalarının icrasında və işlərin görülməsində əməkdaşların fəallığını müəyyən etmək;
 8. Əmək qabiliyyətinin, fərdi keyfiyyət və bacarıqlarının inkişafını təmin etmək, inkişafa təşviq edən əmək şəraitini yaratmaq;
 9. Qiymətləndirmə nəticələrini işdə yüksəliş, peşə hazırlığı, ixtisas artırma və mükafatlandırma, intizam tənbeh tədbirləri ilə bağlı qərarların qəbul edilməsində və ya karyeranın planlaşdırılmasında istifadə etmək;
 10. Müəssisədə görülən işin səmərəliliyini artırmaq.
- Heyətin qiymətləndirilməsinin əsas göstəricilərindən biri də qiymətləndirmə prosesinin ən çətin və mübahisəli məsələlərdən biri olmasıdır. Buradakı ən vacib sahələrdən biri qiymətləndirmə üçün ilkin materialların toplanmasıdır. Bu ilkin materiallara aşağıdakılar daxildir:

1. İş yerlərinin modeli və onun ünsürləri (peşə biliyi və bacarığı, şəxsi keyfiyyəti, xidmət karyerası, əməyin təşkili, əməyin ödənilməsi və s.);

2. Kadrların attestasiyası haqqında əsasnamə və ilkin materiallar: attestasiya kartları, attestasiya edilənin sorğu vərəqəsi, iş yerinin modeli, əməkdaşla kontrakt, ştat cədvəli, vəzifə instuksiyası, ball qaydasında qiymətləndirmə, heyətin kompleks qiymətləndirilməsi, işçinin şəxsi keyfiyyəti (işgüzarlığı, icra intizama əməl etmə, nüfuzu, təşkilatçılığı, məsuliyyəti, tələbkərliliyi və s.), işçi nəticələrinə görə fərdi töhfəsinin qiymətləndirilməsi;

3. Kadrların reyting qiymətləndirilməsi sistemi;

4. Müəssisə fəlsəfəsi (firma daxili fəhlə və qulluqçular arasındakı qarşılıqlı münasibət prinsipləri və qaydaları, dəyərlər sistemi kollektiv müqavilə və s.);

5. Təşkilatdaxili əmək qaydaları;

6. Digər ilkin məlumatlar: əməkdaşın şəxsi vərəqəsi, ştat cədvəli, sosioloji anketlər, psixoloji testlər.

Motivasiya Amilləri

Motivasiya amilləri iş prosesi nəticəsində əldə olunan uğurda əks olunur. Motivasiyanın olmaması işçi məmnuniyyətinin azalmasına səbəb olacaqdır. Beləliklə, bu amillər işçilərin daha məhsuldar olmalarına, daha yaxşı işləmələrinə, quruma olan bağlılıqlarını artırmalarına və iş yerlərində qalmalarına təkan verəcəkdir. Bu baxımdan müəssisə və təşkilat rəhbərlərinə tabe olan işçiləri daha yaxşı performans və işlərindən məmnunluq nümayiş etdirməyə təşviq etmək üçün bu amil qrupunu nəzərə almaq lazımdır.

Motivasiya - Xidməti fəaliyyətin qiymətləndirilməsi həm mənəvi, həm də maddi cəhətdən motivasiyanı özündə birləşdirir. Qoyulmuş hədəflərə çatan əməkdaşın fəaliyyətinin səmərəliliyi qiymətləndirilirsə, bu həmin əməkdaş gələcəkdə fəaliyyətini daha da təkmilləşdirməyə ruhlandırır. Xidməti fəaliyyətin qiymətləndirilməsi nəticələrindən asılı olaraq əməkdaş barəsində həm də müxtəlif həvəsləndirmə tədbirləri həyata keçirilir.

Gigiyena ilə motivasiya arasındakı əsas fərq, motivasiyanın işçilərin yaxşı nəticələr əldə etməsi üçün güclü bir motivator rolunu oynaya bilməsi, gigiyena faktorları isə yalnız iş yerindəki qarşılıqlı və narazılıqların qarşısını almasıdır. Gigiyena amilləri həvəsləndirici amil kimi çıxış edə bilməz.

Cədvəl 1: Motivasiya amilləri

Mənbə: Adair, J. 2004

1. Təşkilati siyasət rəhbərlik:	Geniş şəkildə müəyyən edilmiş, xüsusilə də insanlarla əlaqədar siyasətin mövcudluğu Təşkilatın uyğunluğu və rəhbərlik
2. Nəzarət-texniki:	Rəhbərin dürüstlüyü
3. Qarşılıqlı əlaqə:	Rəhbərlər, əməkdaşlarla münasibət İşdəki sosial həyatın keyfiyyəti
4. Əmək haqqı:	Ümumi kompensasiya paketləri, əmək haqqı, sirkət məşını və digər maddi üstünlükləri
5. Status:	Müəyyən bir şəxsin digərlərinə nəzərən vəzifə və ya bir sırası, ofis otağının ölçüsü və ya digər maddi elementlər
6. İş təhlükəsizliyi:	Vəsifənin və ya tamamilə işi itirmək kimi təlaş və qorxu uzaqlıq
7. Şəxsi həyat:	Şəxsin işinin onun ailə həyatına təsiri, məsələn, stress, sosial, həyatdan uzaqlıq, evdən köçmək
8. İş şəraiti:	İşlədiyiniz fiziki şərait İşin həcmi Mövcud avadanlıqlar Ətraf mühidə bağlı aspektlər, məsələn, ventilyasiya, işıq, otaq, ləvazimatlar, səs-küy və.s

İşçi fəaliyyəti nəticələrinin müəssisə rəhbərliyinin tərəfindən təmin olunan motivasiya üsulları ilə birbaşa əlaqəsi vardır. Yaxşı fəaliyyət nəticələri, adətən, işçilərin kreativ olması, yaradıcı fəaliyyətləri, məhsuldarlığı və s. kimi faktorlarda öz əksini tapmaqdadır. Motivasiya ilə əmək məhsuldarlığı məvhumları arasında olan qarşılıqlı əlaqə özün təşkilatın illik nəticələri, məhsuldarlıq səviyyəsi, eyni zamanda bazarda rəqabət mübarizəsindəki davamlılığında göstərir. Bu nöqtəyi-nəzərdən, motivasiya üsul və vasitələri iş yerləri daxilində əhəmiyyətli nəticələri təmin etmək məqsədilə işçilərə layiqli iş mühiti yaratma prosesində menecerlərin əsas köməkçisinə çevrilmişdir. Motivasiyada korporativ mədəniyyət, işçi qüvvəsinin tələbatı, onların gözləntilərindən və s. asılı şəkildə işçilərin fəaliyyət nəticəsinə təsir dərəcəsini nəzərə almaqla, menecerlər müəsisələr və təşkilatların nəticələrinin əhəmiyyətli səviyyəsini yüksəldəcək metod və vasitələr tətbiq etməlidir.

İşçilər hamısı eyni metodlar və üsullarla stimullaşdırılması mümkün deyil. Çünki, hər bir fərdin ayrı-ayrı tələbatları, gözləntiləri, həmçinin davranış xüsusiyyətləri mövcuddur. Bu nöqtəyi-nəzərdən, rəhbər insanlar öz işçilərini yaxşı tanımalıdır və onların hər birin həvəsləndirilmə metodları haqqında təsəvvür etmək üçün heyətdə ayrı-ayrı üzvlərin həqiqətdə nə istəmələrini tamamilə dərk etməlidirlər. Yuxarıda qeyd edilənlərlə bu cür

nəticəyə gəlmək mümkündür ki, motivasiyaya insan təbiəti, fərdi faktorlarla yanaşı, həm də iş mühiti, iş həcmi və xüsusiyyəti, vəzifələri, onları idarə edən şəxslərin davranışları və s. faktorlardan da birbaşa və dolaylı formada asılıdır. Motivasiyanın həmin aspekt və xüsusiyyətlərin üzə çıxarmaq, onun başqa mövzularla əlaqəsini konkret müəyyənləşdirmək üçün motivasiyanın mürəkkəb qarşılıqlı münasibətlərə sahib vahid elmi konsepsiya vəziyyətinə gətirilməsi zəruridir.

Daxili və xarici motivasiya fərqləndirilməkdədir. Belə təsnifat nəzəriyyədə və praktikada geniş yayılıbdır. Tədqiqatçılar hesab edir ki, daxili motivasiya dediyimiz zaman hansısa bir nəticədən xeyli böyük özünəməxsus razılıq təmin etmək məqsədilə fəaliyyətlərin icra edilməsinin nəticəsi anlaşılmalıdır. Daxili motivasiya edilmiş şəxs, rəhbər və digərlərindən heç nə gözləməyərək hədəfə nail olmağa can atır. "Odur ki, daxili motivasiya şəxslərlə inzibati vəzifələr arasında olan münasibətlərdə təzahür etməkdədir, bir sıra müəlliflər hesab edirlər ki, daxili motivasiyanın özünü maraqlı iş prosesi və ya vəzifədən, digərləri də fərdin daxili motivasiyadan əldə edilmiş razılığı kimi şərh edirlər (Alan, 2006).

Motivasiya faktorları iş prosesi sayəsində əldə olunmuş uğurlarda özün göstərir. Motivasiya faktorlarının qeyri-mövcudluğu işçi razılığı səviyyəsinin aşağıya düşməsinə səbəb olacaqdır. Odur ki, həmin amillər işçiləri məhsuldar olmaq, daha yaxşı işləmək, təşkilata bağlılıqların artırmaq üçün onları iş yerləri daxilində qalmalarına motivə etmək üçün yardımçı olacaqdır. Bu baxımdan, müəssisələr və təşkilatların rəhbərlərinin tabeçiliyindəki işçilərin daha yaxşı fəaliyyəti nəticələri nümayiş etdirmələri, özlərinin işlərindən məmnuniyyət əldə etmələrin stimullaşdırmaq məqsədilə həmin amilləri qrupun nəzərə alması önəmlidir (Arısoy, 2007).

İş mühitində motivasiyaya işçilərin menecerlər, rəhbərlərindən dəstəyi görmə, maliyyə ehtiyacı yaxud onların gözləntiləri və s. təsir göstərir. Azərbaycanda son illər forumların keçirilmə prosesi ənənəvi vəziyyət almağa başlamışdır. Odur ki, insan resursları forumunun özü 2016-cı ildən etibarən hər il keçirilməkdədir. Bu da insan resurslarının inkişafı və həmin sahəyə marağın çoxalmasından xəbər verir. Əslində belə proseslərin keçirilməsi pozitiv haldır. Ona görə ki, həm müxtəlif şirkətlər, eyni zamanda həm də bu şirkətlərin insan resursları mütəxəssislərin bir araya toplamaqla fikir mübadiləsi etmələrinə səbəb olur. Təcrübələrin bölüşdürülməsi ölkəmizdə

insan resurslarının inkişaf etməsinə, ona investisiya yatırılmasına, marağın çoxalmasına və daha təkmil üsulların işlənməsinə geniş zəmin yarıdır və son illər də həmin tendensiyanın geniş vüsət almasın da müşahidə etmək olar.

Hər hansı təşkilatda işçilər onun başlıca resursu kimi qəbul olunmalı, onların təşkilati məqsədi dərindən dərk etmələri üçün başlıca mühit yaratmalı, qərarların qəbul olunması zamanına cəlb olunmalı və fəaliyyət nəticələrinin məhsuldar olması məqsədilə daima motivasiya edilməlidirlər. Ümumilikdə motivasiya bütün sektorlarda diqqət yetiriləcək önəmli məsələlərdən biridir. Motivasiyası nəzəriyyələrindən önə gələn müddəalar, ümumiyyətlə, sahəsindən asılı olmadan bütün müəssisələr və təşkilatlarda işçilərin iş razılığına, məhsuldarlığına və xüsusən də fəaliyyət nəticələrinə təsirlərini müəyyən etmək üçün müvafiq üsullar, metodlar və vasitələr ilə təşkilati məqsədləri gerçəkləşdirmək üçün istifadə edilir.

Motivasiya dediyimiz zaman təşkilatı məqsədlərə çatmaq və işçilərin işlərin icra edilməsi prosesində yüksək fəaliyyəti nəticələri nümayiş etdirmələri məqsədilə onları həvəsləndirən, həmçinin təkan verən faktorların məcmusu başa düşülməlidir. İş yerlərində olan emosional-psixoloji durum, səmərəli iş şəraiti, sağlamlıq, mükafatlandırma sistemləri və digərləri ilə birlikdə işçilərin lazımi tələbatının ödənməsi təşkilatın uğurlu fəaliyyətinə nail olmaq üzrə menecerlər və rəhbərlərin maraq dairəsində olmalıdır. Sağlam iş şəraiti, işçi heyəti və rəhbərlik arasında olan münasibətlər və yüksək göstəricilərə gətirib çıxarmaqda olan iş fəaliyyətinin nəticələrinin çoxaldılması, işçilərin motivasiyası ilə nəticələnən idarəetmə sistemi təşkil olunması məqsədilə hal-hazırda müxtəlif motivasiyalar tətbiq edilir.

Açar sözlər: Motivasiya, insan resursları, işçilərin qiymətləndirilməsi, əmək məhsuldarlığı, menecment.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Seyfullayev İ.A. (2014) "İşçinin motivasiyası probleminə Nəzəri-praktiki Yanaşmalar" Bakı, "Azərbaycan" 102 səh.
2. Dadaşov İ. F., Piriyyəv H. R., (2020) SWOT metodunun təhlili ilə müəssisənin personalının idarə olunması. Fövqəladə Hallar Nazirliyinin Akademiyası, Bakı, 380 səh
3. Alan, U., (2006), Motivasyon teorileri ve motivasyonun iş hayatı üzerindeki etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,

İstanbul, 5-6.

4. Arısoy, B., (2007), *Örgütsel iletişimin motivasyon ve iş doyumunu üzerine etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*, 63-64 p

5. Ergeneli A.K. (2016) "*Örgüt ve İnsan (Organization and Human)*" Ankara, Hacettepe Üniversitesi Hastaneleri Basınevi", 246 s.

6. Бусыгин А.В. (2014) «Эффективный менеджмент». Москва, 532 стр.

7. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/sduiibfd/article/viewFile/5000122855/5000113161>

8. https://www.saba.com/media/1039963/tb_employemotivation_v5.pdf

РЕЗЮМЕ

В статье исследуются теоретические основы системы мотивации персонала, значение и роль мотивации в современном мире, возможности использования материальных и процедурных теорий мотивации в современное время, дана оценка программ мотивации персонала в мире и их сравнение с зарубежными странами. .

В настоящее время продолжает развиваться система мотивации персонала по наблюдению, сочетающая в себе все закономерности и эффективное применение научно-технических процессов в деловой жизни. Не всех сотрудников можно стимулировать одними и теми же методами и приемами. Потому что у каждого человека разные потребности, ожидания и поведенческие характеристики. В связи с этим менеджеры должны хорошо знать своих сотрудников и полностью понимать, чего на самом деле хотят разные сотрудники, чтобы понять, как каждый из них мотивирован. Из вышесказанного можно сделать вывод, что процесс мотивации зависит не только от природы человека, индивидуальных факторов, но и от условий труда, объема и характеристик работы, ответственности, поведения людей, которые ими руководят, и т. Д. . как прямо, так и косвенно зависят от факторов. Чтобы выявить эти аспекты и особенности мотивации, определить ее связь с другими темами, необходимо превратить ее в единое научное понятие со сложными взаимодействиями.

Информационная база статьи включает в себя работы местных и зарубежных писателей в этой области, данные Государственного комитета по

статистике Азербайджанской Республики, а также Интернет-материалы. В качестве ограничения статьи можно указать на отсутствие базы данных для лучшего изучения темы исследования, особенно в случае с Азербайджаном.

Keywords: *Motivation, human resources, employee evaluation, labor productivity, management.*

SUMMARY

The article examines the theoretical foundations of the personnel motivation system, the importance and role of motivation in the modern world, the possibilities of using material and procedural theories of motivation in modern times, evaluates personnel motivation programs in the world and compares them with foreign countries.

At present, the development of the motivational system of personnel in observation, which combines all the regularities and effective application of scientific and technical processes in business life, continues to grow. Not all employees can be stimulated by the same methods and techniques. Because each individual has different needs, expectations, and behavioral characteristics. In this regard, managers need to know their employees well and fully understand what different staff members really want in order to get an idea of how each one is motivated. From the above, it can be concluded that the process of motivation depends not only on human nature, individual factors, but also on the working conditions, the scope and characteristics of work, responsibilities, the behavior of the people who manage them, and so on. both directly and indirectly depend on factors. In order to reveal these aspects and features of motivation, to determine its connection with other topics, it is necessary to turn it into a single scientific concept with complex interactions.

The information base of the article includes works of local and foreign writers in this field, data of the State Statistics Committee of the Republic of Azerbaijan, and Internet materials. As a limitation of the article, we can point out the lack of a database for better research of the research topic, especially in the case of Azerbaijan.

Ключевые слова: *мотивация, человеческие ресурсы, оценка сотрудников, производительность труда, менеджмент.*

MÜƏSSİSƏLƏRDƏ MARKETİNG STRATEGİYASININ FORMALAŞDIRILMASI ÜÇÜN KONSEPTUAL ƏSASLAR

İSRAİL MİRZƏYEV

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
Beynəlxalq Magistratura və
Doktorantura Mərkəzi,
magistr*

E-mail: israilmirzayev1996@gmail.com

Strateji planlaşdırma, sosial elmlərin müxtəlif sahələrində çoxsaylı töhfələr sayəsində inkişaf etmiş nisbətən gənc bir intizamdır. Son bir neçə onillikdə baş verən hadisələr intizamın təkamül və yetkinliyinə dəlalət edir, çünki indi təhlil üçün bir çox imkanlara və bunun üçün çox sayda nəzəriyyəyə, təhlil olunan mövzuya və metodologiyaya malikdir (Abbasov, 2017).

Marketing, insan ehtiyaclarını minimum xərclə qarşılamaqda yüksək nəticələr əldə etmək üçün bir müəssisəni idarə etmək üçün bütün elmdir. Bu marketing fəaliyyətinin ən böyük təsiri.

Müəssisə marketinginin idarə edilməsinin əsas istiqamətlərindən biri səriştəli planlaşdırma. Planlaşdırma, idarə olunan bir obyektin inkişaf məqsədinin, ona çatma üsulları, metodları və vasitələrinin, bir proqramın, yaxın və gələcək perspektivlər üçün müxtəlif dərəcələrdə təfərrüatlı bir fəaliyyət planının müəyyənləşdirilməsidir. Planlaşdırma, planın həyata keçirilməsi üçün gələcək ehtimal şərtləri barədə fərziyyələrə əsaslanaraq müəyyən bir müddətə çatmaq üçün hədəfləri, strategiyaları və tədbirləri müəyyənləşdirmə prosesidir.

Strateji marketing planlaşdırması, bir firmanın hədəfləri, potensialı və marketing imkanları arasında strateji bir uyğunlaşma yaratmaq və qorumaq üçün idarəetmə prosesidir.

Strateji planlaşdırma, bir təşkilatın əsas missiyasına yönəlmiş və müəssisənin bazarda rəqabətçi mövqeyinin gücləndirilməsinə yönəlmiş bir-biri ilə əlaqəli tədbirlər kompleksinin hazırlanması və həyata keçirilməsini əhatə edən rəsmiləşdirilmiş bir prosesdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan müəssisə-

lərində marketing istifadəsinin aşağı dərəcəsi, müəssisənin daxili təşkilatında metodoloji əsasların və marketingin həyata keçirilmə metodlarının olmaması, habelə metodoloji marketing alətlərinin inkişaf etdirilməməsi.

Bu strategiya nəzərəcarpacaq dərəcədə aqressivliyi və istehlakçı tələb və tələblərinin müəyyən bir gözləntisi ilə seçilir. Bu strategiyanın prinsipləri istehlakçının ilk növbədə yeni məhsullara yönəlməsidir və ya köhnə məhsullardan istifadənin yeni yollarını axtarmasıdır. Bu şərtlərdə belə bir istehlakçının davamlı yenilik tətbiq edərək yarısını qarşılamağı lazımdır. Belə bir strategiya texnoloji yönümlüdür və yeni məhsul yaratmaq üçün böyük xərclər tələb edir.

Hal-hazırda bazarda məhsullarının ömrünü uzatmaq üçün hər fürsətə sahib olan bir çox aparıcı firma, yenə də bu yolu izləmir, əksinə öz maliyyə imkanlarını yeni məhsullar yaratmağa yönəldir. Beləliklə, şirkət yaxın gələcəkdə bazarda güclü maliyyə vəziyyətini təmin edir.

İnnovasiya strategiyasının mənfi cəhətləri, bazarda rəqabətin həddindən artıq inkişafına və alıcısını tapmayan çox sayda məhsulun meydana çıxmasına kömək etməsi ilə qaynayır. Bu, maddi və maliyyə resurslarının səmərəsiz istifadəsinə gətirib çıxarır, baxmayaraq ki, digər tərəfdən, zərərlər elmi, texnoloji və sosial tərəqqidə mühüm amil olan firmaların davamlı yenilik etmək istəyi ilə tamamilə örtülür.

Marketing strategiyalarının təsnif edilməsinə başqa bir yanaşma, onları müəssisə səviyyəsində aşağıdakı 3 növə bölməkdir: intensiv inkişaf, ayrılmaz inkişaf və şaxələndirmə.

İntensiv inkişaf şirkətin mövcud bütün

imkanlarından: marketing, tədqiqat və inkişaf potensialından, təşkilati və texnoloji üstünlüklərdən tam istifadəni nəzərdə tutur.

İnteqral inkişaf strateji imkanların müxtəlif yollarla genişləndirilməsini əhatə edir:

- bir və ya bir neçə təchizatçıdan xüsusi kapitalın cəlb edilməsi;
- ticarət şirkətinin alınması və ya qarışıq şirkətlərin yaradılması;
- maliyyə imkanlarına imkan verdikləri və qanunvericiliyi məhdudlaşdırmadığı təqdirdə rəqiblərlə birləşmə.

Bazar mühitini qiymətləndirərkən hədəf seqmentinin seçilməsinə dair strateji qərar vermək lazımdır. Bu kontekstdə marketing strategiyası, meyarları təyin edən və fərdi təşkilati, iqtisadi və sosial marketing tədbirlərini qarşıya qoyulmuş hədəflərə çatmaq üçün istiqamətləndirən əsas uzunmüddətli bir qərardır. Lakin marketing menecmentinin təşkili prosesində stratejiya seçimi xarici və daxili şərtlərlə məhdudlaşır. Bir stratejiyanı aydın şəkildə ifadə etmək üçün bir sıra strateji determinantlardan istifadə edilməlidir. Fikrimizcə, bunlara aşağıdakılar daxildir:

- bazarın məkan bölgüsü (yerli, regional, milli);
- bazarla tanışlıq;
- bazar emalının həcmi (bir seqment, bir neçə seqment, bütün bazar);
- bazarın emal üsulu (diferensiallaşdırılmış, fərqləndirilməmiş, cəmlənmiş);
- marketing alətlərindən birinə konsentrasiya (qiymət, keyfiyyət);
- birincil hədəf (satış, gəlirlilik);
- rəqiblərlə münasibət (aqrəssiv, bitərəf);
- əməkdaşlığa münasibət;
- böyümə nisbətlərinə nisbət (sürətli, orta, azalmış);
- yeniliyə münasibət.

Strategiya müəssisənin məqsədlərinə çatmağın müxtəlif həllərini, vasitələrini və yollarını əhatə edir. Müəssisənin imkanlarını xarici mühitə uyğunlaşdırmaqdan ibarətdir. Eyni zamanda, problem marketing hədəflərinə çatmaq üçün tələblərə cavab verən mümkün seçim sayından hər bazar və məhsul üçün ən uyğun stratejiyanı seçməkdir.

Xarici ölkələrdəki müəssisələrin təcrübəsini öyrənərək qeyd edirik ki, marketing strategiyasının əsas növləri yalnız inkişaf etmiş və fərqlənmiş bir bazarın mövcudluğu ilə əlaqəli olaraq nəzərə alınmalıdır. Bu vəziyyətdə 5 əsas stratejiya növünü

ayırmaq olar:

- fərqlənməmiş,
- diferensiallaşdırılmış (bazardakı mallar, fərdi bazar sahələrinə və istehlakçı qruplarına yönəlmiş);
- davamlı yenilik,
- bu məhsulun ən çox növü.

Fərqləndirilməmiş stratejiya, kütləvi istehsalda standartlaşdırılmış məhsullara əsaslanır. Eyni zamanda, şirkət marketing fəaliyyətində orta müştərinin ehtiyac və tələblərini ödəmək üçün rəhbər tutulur. Bu stratejiya bazar geniş olduğu və xüsusilə fərqlənmədiyi zaman geniş miqyaslı istehsalda təsirli olur. Belə bir stratejiya daha düzgün davranışı seçmək üçün bazar vəziyyəti haqqında kifayət qədər məlumata sahib olmayan müəssisələr tərəfindən tez-tez tətbiq olunur (məsələn, Sumqayıt Orgsintez Zavodu, Bakı Şin Zavodu). Nəzərə alınmalıdır ki, ortalama alıcı adlanan şəxsə praktik olaraq real, həqiqətən mövcud bir istehlakçı üçün imkansızlıq deməkdir. Bu stratejiyanın digər bir dezavantajı, geniş miqyaslı istehsalın, məsələn, məhsulların daşınması üçün çox miqdarda xərc tələb etməsidir ki, bu da kütləvi istehsal nəticəsində əldə olunan faydaları xeyli azaldır.

Əvvəlki stratejiyanın dəyişməsi məhsulun bazarda seçilməsidir (fərqləndirilməsidir). Bu stratejiya eyni zamanda kütləvi istehsalında məhsulların standartlaşdırılmasına əsaslanır, lakin birinci növdən fərqli olaraq burada bu məhsulun çox intensiv bir təşviqi və aktivləşdirilməsindən istifadə olunur. Bu stratejiyanın əsas vəzifəsi istehlakçıya psixoloji təsir, istehlakçı tələblərini məhdudlaşdırmaq istəyidir. Beləliklə, tələbin təklifə uyğunlaşdırılmasından gedir, əksinə deyil.

İnnovasiya strategiyası məhsulların köhnəlməsi müəssisə prosesinin planlaşdırılması ilə əlaqəli olan daimi yeniliklərin tətbiqidir. Bu, texniki cəhətdən ən inkişaf etmiş ölkələrdə (ABŞ, Yaponiya, Almaniya, Fransa, İngiltərə və s.) istifadə olunan əsas stratejiya növüdür.

Müəssisədə strateji planlaşdırmanın təşkili üçün bir neçə yanaşma mövcuddur və hamısı ortaq bir hədəfə malikdir, bu da ətraf mühitə aktiv uyğunlaşma, ətraf mühitin müəssisənin ehtiyaclarına uyğunlaşdırılması və bir neçə ümumi planlaşdırma mərhələsidir (Əliyev, 2014).

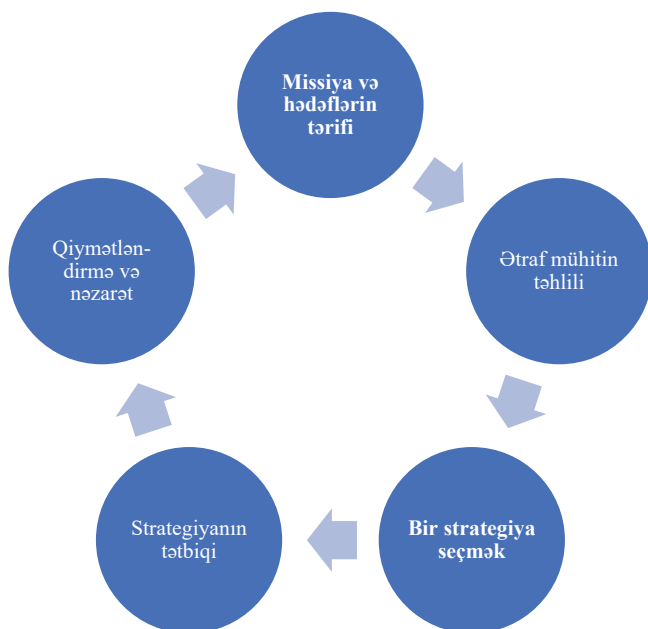
Bir şirkətin planını hazırlamaq üçün aşağıdakı kimi vacib suallar verərək əsas hədəfləri müəyyənləşdirməlisiniz.

- Bu təşəbbüslərdən hansının şirkətin missiyasına çatmasına və bazarda mövqeyinin yaxşılaşdırılmasına ən böyük təsiri olacaq?
- Hansı təsir növləri ən vacibdir (məsələn, müştəri əldə etmə və ya gəlir)?
- Təcili təşəbbüslər hansılardır?
- Məqsədlərimizə çatmaq üçün nə etməliyik?
- İlki irəliləməyimizi necə ölçür və hədəflərimizə çatdığımızı necə müəyyənləşdiririk?

Bir təşkilatda strateji planlaşdırma prosesi aşağıdakı mərhələlərdən ibarətdir:

1. Müəssisənin missiyası və məqsədlərinin tərifli.
2. Xarici və daxili mühitin təhlili.
3. Bir stratejiya seçmək.
4. Stratejiyanın tətbiqi.
5. Qiymətləndirmə və tətbiqetmənin monitorinqi.

Şəkil 1: Strateji planlaşdırma prosesinin mərhələləri.



Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Prosesin başlanğıc nöqtəsi firmanın ilkin qiymətləndirməsidir. Bu mərhələdə menecerlər şirkətin hədəflərini və missiyasını aydın şəkildə müəyyənləşdirməlidirlər.

Bir işin məqsədi sualı cavablandırır: təşkilat kim olmaq istəyir? Menecerlər şirkətin gələcəyini vizuallaşdırmadan hara getdiklərini və nəyə nail olmaları lazım olduğunu bilməyəcəklər. Vizyon firmanın işçiləri üçün əsas məqsəd və istiqamətdir.

Missiya bəyanatı, təşkilatın paydaşlarını

məhsullar, müştərilər, bazarlar, dəyərlər, ictimai imic qayğıları və təşkilatın işçiləri barədə məlumatlandırır.

Diqqətli missiya bəyanatı, rəhbərlərin uyğun qərarlar verməsində əsas rəhbərdir.

Bir şirkət məqsədini və missiyasını təyin edərkən mövcud bazar vəziyyətini qiymətləndirməlidir. Bura təşkilatın xarici və daxili mühitinin qiymətləndirilməsi və rəqiblərinin təhlili daxildir.

Xarici mühitin təhlili zamanı menecerlər əsas xarici amilləri öyrənirlər: makro və mikro mühit və rəqabət. PEST və ya PESTEL platformaları qlobal bir mühitdə bir təşkilata təsir edən bütün makro mühit faktorlarını təmsil edir. Mikro mühit öz sahəsindəki bir şirkətə təsir göstərir. Porter's Mechanism 5 Powers istifadə edərək analiz edilir.

Bazar vəziyyətinin uğurlu təhlili uzunmüddətli hədəflərin yaradılması ilə müşayiət olunur. Uzunmüddətli hədəflər şirkətin uzunmüddətli rəqabət vəziyyətini yaxşılaşdıracaq hədəfləri göstərir. Müəyyən bir stratejiya seçmək üçün təlimat kimi çıxış edirlər. Bir təşkilatda stratejiyalar 3 fərqli səviyyədə seçilir:

İş səviyyəsində stratejiya. Bu tip stratejiya, strateji iş vahidləri, bölmələr və ya kiçik və orta müəssisələr yalnız bir bazarda satılan yalnız bir məhsul üçün stratejiya seçdikdə istifadə olunur. Ticarət səviyyəsində bir stratejiyanın bir nümunəsi, Royal Enfield firmaları tərəfindən yaxşı təsvir edilmişdir. Bullet motosiklini (bir maddə) İngiltərədə və Hindistanda (fərqli bazarlarda) satırlar, lakin fərqli bazar segmentlərini hədəf alır və çox fərqli qiymətlərə satırlar (fərqli stratejiyalar). Firmalar 3 ümumi Porter stratejiyası arasında seçim edə bilirlər: xərclərin idarə edilməsi stratejiyası, fərqlilik və fokus. Alternativ olaraq Bowman'ın stratejiya saatlarından stratejiyalar seçə bilərsiniz.

Müəssisə səviyyəli stratejiya. Bu səviyyədə aparıcı ana şirkətlərin liderləri hansı məhsulu satacağını, hansı bazara girəcəyini və rəqib əldə etməsini və ya birləşməsini seçirlər. İnteqrasiya, intensiv, şaxələndirmə və müdafiə stratejiyaları arasında seçim edirlər.

Beynəlxalq Stratejiya. Cavablandırılacaq əsas suallar: hansı yeni bazarlar inkişaf etdirilməli və onlara necə daxil olmaq olar? Nə qədər şaxələndirmək lazımdır?

Menecerlər bir çox strateji alternativ arasında seçim edə bilirlər. Bu, şirkətin hədəflərindən,

vəziyyətin təhlilinin nəticələrindən və strategiyanın seçildiyi səviyyədən asılıdır.

Ən yaxşı strateji planlar belə həyata keçirilməlidir və yalnız yaxşı həyata keçirilmiş strategiyalar şirkət üçün rəqabət üstünlüyü yaradır.

Bu mərhələdə idarəetmə bacarıqları təhlildən daha vacibdir. Strategiyanın həyata keçirilməsində əlaqə vacibdir, çünki effektiv həyata keçirmək üçün təşkilat daxilində yeni strategiyalar dəstəklənməlidir. Bir iş strategiyasının həyata keçirilməsinə nümunə aşağıdakı 6 addımdan ibarət olan aşağıdakı sxemdir:

- İllik hədəflərin təyin edilməsi;
- Məqsədlərə çatmaq üçün siyasətlərin yenidən nəzərdən keçirilməsi;
- Strateji əhəmiyyətli sahələrdə mənbələrin paylanması;
- Təşkilat strukturunun yeni strategiyaya uyğunlaşdırılması;
- Dəyişməyə qarşı müqaviməti idarə etmək;
- İş nəticələri üçün yeni mükafatlandırma sisteminin tətbiqi.

Strategiyanın həyata keçirilməsində ilk addım şirkətin funksional sahələri üçün illik hədəflərin müəyyənləşdirilməsidir. Bu kiçik məqsədlər, maliyyə, marketinq, əməliyyat, insan resursları və digər funksional hədəflərə cavab vermək üçün xüsusi olaraq hazırlanmışdır. Bu hədəflərə çatmaq üçün menecerlər mövcud siyasətləri yenidən nəzərdən keçirir və hədəflərin uğurlu icrası üçün təlimat rolunu oynayan yeniləri təqdim edirlər.

1. Strategiyanın həyata keçirilməsinin digər çox vacib hissəsi təşkilati dəyişiklikdir. Məsələn, məhsulun şaxələndirilməsi strategiyası yeni bir strateji iş vahidinin mövcud təşkilati quruluşa daxil edilməsini tələb edə bilər. Və ya bazar inkişafı strategiyası şirkətə əlavə bir bölmə əlavə etməyi tələb edə bilər. Hər yeni strategiya təşkilati strukturu dəyişdirir və mənbələrin yenidən bölüşdürülməsini tələb edir. Həm də menecerlər arasında məsuliyyət və səlahiyyətləri yenidən bölüşdürür. Menecerlər bir funksional sahədən digərinə köçürülə bilər və ya yeni bir komandanı idarə etməyə dəvət edilə bilər. Bu, dəyişikliyə qarşı müqavimət yaradır, lazımi şəkildə idarə olunmalıdır, əks halda strategiyanın tətbiqinə mənfi təsir göstərə bilər.

Uğurlu olmaq üçün strategiyanın həyata keçirilməsinə nəzarət edilməlidir. Davamlı dəyişən xarici və daxili şərtlər səbəbindən rəhbərlər hər iki mühiti yeni güclü, zəif tərəflər, imkanlar və təhdidlər

meydana çıxdıqca daima təhlil etməlidirlər. Yeni hallar şirkətə təsir edərsə, menecerlər mümkün qədər tez düzəldici tədbirlər görməlidirlər.

Performansın ölçülməsi monitoring strategiyasında digər vacib fəaliyyətdir. Performans ölçülə bilən və müqayisə edilə bilən olmalıdır. Menecerlər həqiqi nəticələrini təxmin edilən nəticələrlə müqayisə etməli və hədəflərinə çatmaqda nə qədər uğurlu olduqlarını görməlidirlər. Məqsədlər yerinə yetirilmədikdə, menecerlər bunları edə bilirlər:

- Mükafat sistemini dəyişdirin.
- Yeni siyasət təqdim edin və ya mövcud siyasətə yenidən baxın.

Monitoring strategiyasının əsas elementi dəyişən mühit və şirkətin fəaliyyəti barədə müvafiq və vaxtında məlumat almaq və lazım olduqda düzəldici tədbirlər görməkdir.

Rəqabət, bir şirkəti təsir altına alan başqa bir idarəolunmayan xarici qüvvədir. Bunun yaxşı bir nümunəsi, Apple-ın iPodunu buraxması və aparıcı "aktyoru" olan Sony də daxil olmaqla mp3 player sənayesini sarsıtması idi. Firmalar rəqiblərini güclü, zəif və performans səviyyələrini qiymətləndirmək üçün rəqib profili matrisi və müqayisə analizi istifadə edərək qiymətləndirirlər.

Daxili təhlil şirkətin mənbələrinin, əsas səriştlərinin və fəaliyyətlərinin qiymətləndirilməsini əhatə edir. Təşkilat həm maddi mənbələrə malikdir: kapital, torpaq, avadanlıq və qeyri-maddi mənbələr: mədəniyyət, marka kapitalı, bilik, patent, müəllif hüquqları və ticarət nişanları (Novruzov, 2015).

Bir firmanın əsas səriştləri üstün müştəri münasibətləri bacarıqları və ya effektiv tədarük zənciri rəhbərliyi ola bilər. Menecerlər şirkətin fəaliyyətini təhlil edərək dəyər zəncirini və bütün istehsal prosesini öyrənirlər.

Vəziyyətin təhlili təşkilat üçün güclü və zəif tərəfləri, imkanları və təhdidləri müəyyənləşdirir və şirkətin bazardakı mövqeyinin aydın mənzərəsini ortaya qoyur.

Strateji planlaşdırma prosesi davam etdikdə, hər bir addımı müntəzəm olaraq təkrarlayarkən, təşkilat hədəflərinə rəhbərlik etmək və onlara çatmaq üçün nəzərəcarpacaq bir irəliləyiş görəcəkdir. Rəqabətə reaksiya vermək və ya son qısayol açma təşəbbüsünə diqqət yetirmək əvəzinə, uzunmüddətli bir perspektivi qoruyacaq və uzunmüddətli

müvəffəqiyyət yolunda ona kömək edəcək qərarlar qəbul edə biləcək (Drucker, 2012).

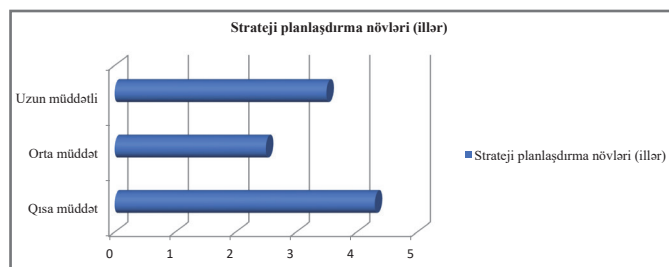
Qarşıya qoyulmuş vəzifələrdən, həll müddətindən və müəssisənin ölçüsündən asılı olaraq plan fərqli bir quruluşa malikdir. Buna görə planlaşdırma üç növə bölünür (Cəfərli H.A. 2019):

- Qısamüddətli planlaşdırma (cari) - 1 ilə qədər planlaşdırma. Qısa müddətli strateji plan, şirkətin əldə etmək istədiyi əsas mərhələləri və daha kiçik fəaliyyət addımlarını əks etdirən 3-6 aylıq strateji plandır (1 ilə qədər).

- Orta müddətli planlaşdırma - bir ildən 3 ilə qədər bir müddət üçün nəzərdə tutulmuşdur. Orta müddətli planlaşdırma qısamüddətli problemlərə daha qalıcı həllər tətbiq edir. Məsələn, keyfiyyət problemləri varsa, orta müddətli plan şirkətin keyfiyyətə nəzarət proqramını nəzərdən keçirməli və gücləndirməlidir. Orta Müddətli Planlaşdırma qısa müddətli planlaşdırmada qarşılaşılan problemlərin təkrarlanmamasını təmin etmək üçün siyasət və prosedurları həyata keçirir.

- Uzunmüddətli planlaşdırma - 5 ilə 15 il müddətinə hesablanmış, təşkilatın uzunmüddətli proqnoza əsaslanan resursların ən səmərəli istifadəsinə yönəlmiş uzunmüddətli hədəflərinin inkişafıdır.

Şəkil 2: Strateji planlaşdırma növləri



Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Günümüzdə sürətlə dəyişən iqtisadi vəziyyətdə, hərəkətlərinizi planlaşdırmadan və nəticələrini proqnozlaşdırmadan müsbət nəticələr əldə etmək mümkün deyil. Planlaşdırma, idarə olunan bir obyektin inkişaf məqsədinin, ona çatma üsulları, metodları və vasitələrinin, bir proqramın, yaxın və gələcək perspektivlər üçün müxtəlif dərəcələrdə təfərrüatlı bir fəaliyyət planının müəyyənlişdirilməsidir. Planlaşdırma, planın gələcək ehtimal şərtləri barədə fərziyyələrə əsaslanaraq müəyyən bir müddətə çatmaq

üçün hədəflərin, strategiyaların və tədbirlərin müəyyənlişdirilməsidir

Strateji marketing planlaşdırması, bir firmanın hədəfləri, potensialı və marketing imkanları arasında strateji bir uyğunlaşma yaratmaq və qorumaq üçün idarəetmə prosesidir.

Planlaşdırma və marketing menecmenti prosesinin təşkili, habelə Azərbaycanın müəssisələrində vəziyyətinin təhlili problemlərinə həsr olunmuş aşağıdakı nəticələrə gəlməyə imkan verir:

1. Marketing fəaliyyətinin uğurla həyata keçirilməsi üçün xarici investisiyalar cəlb etməklə və müəssisələrdə mülkiyyət formalarını dəyişdirməklə istehsalın texniki səviyyəsini yüksəltmək lazımdır.

2. Müəssisə idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi və marketing fəaliyyətinin təşkili sistemli yanaşma prinsiplərinə əsaslanmalıdır.

3. Sənaye bazarlarına işgüzar rabitə şəbəkəsi kimi baxmaq lazımdır. Sənaye bazarlarında müxtəlif aktorlar arasındakı güclü funksional asılılıq aralarında sıx əlaqələrin yaranmasına səbəb olur. Fəaliyyətləri inkişaf etdikcə bazar subyektləri arasında yaranan qarşılıqlı təsir prosesləri bir şəbəkə təşkil edir. Şəbəkə münasibətləri şəbəkə nəzəriyyəsinin təhlilinin əsas elementi kimi xarakterizə olunur.

Açar sözlər: Müəssisələrin inkişafı, strateji planlaşdırma, idarəetmə sistemi

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abbasov İ.M. (2017) "Audit" dərslik. Bakı, "Azərnaşr", 530 səh.
2. Cəfərli H.A. (2019) İqtisadi təhlil. Dərslik. Bakı, "Elm və təhsil", 560 səh.
3. Ələkbərov Ə.H., Vəliyev M.Ə., Purhani S.H. (2013) "Menecment", Bakı, "Elm və Təhsil", 600 səh.
4. Əliyev T.N. (2014) "Marketingin təşkili və idarə olunması: Neft emalı və neft-kimya sənayesi müəssisələrində (Monoqrafiya)". Bakı, "ADNA", 568 səh.
5. Novruzov V.T. (2015) "Audit" dərslik. Bakı, "Azərbaycan", 504 səh.
6. Drucker H. (2012), Management Tasks, Responsibilities, Practices Harper and Row, New York.

РЕЗЮМЕ

Современный этап развития экономической системы Азербайджана характеризуется развитием рыночных отношений, что требует фундаментальных реформ в области социально-экономических отношений и структурных изменений во всех сферах общественной деятельности. Совершенно естественно, что происходящие преобразования привели к ряду кризисов на промышленных предприятиях, в первую очередь связанных с нарушением ранее сложившихся экономических связей. Процесс продажи произведенной продукции значительно усложнился из-за появления на местном рынке большого количества импортных товаров и слабого учета потребителями растущих требований потребителей к качеству товаров. В этих условиях основной задачей промышленных предприятий был поиск новых форм экономической деятельности и необходимость радикальной перестройки управления, поскольку только в этом случае можно адаптироваться к новым социально-экономическим условиям с минимальными потерями. Поэтому в современных условиях изучение и использование концепции маркетинга как концепции управления предприятием в рыночных условиях приобретает особое значение.

Опыт экономически развитых зарубежных стран показывает, что использование маркетинга повышает эффективность предприятия, позволяет выстраивать оптимальные программы производства и продажи продукта, быстрее реагировать на происходящие рыночные изменения, в полной мере использовать конкурентные преимущества и учитывает лучший способ увязки предложения с объективным спросом, формирование спроса, ускорение реальных доходов и повышение эффективности производства без привлечения дополнительных ресурсов. Исследователи отмечают, что «маркетинг - это не только научно обоснованная концепция управления, но также набор мер и методов, которые позволяют экономической системе адаптироваться и развиваться в меняющейся рыночной среде».

Ключевые слова: *развитие предприятия,*

стратегическое планирование, система управления.

SUMMARY

The current stage of development of the economic system of Azerbaijan is characterized by the development of market relations, which require fundamental reforms in the field of socio-economic relations and structural changes in all areas of public activity. It is quite natural that the ongoing transformations have led to a number of crises in industrial enterprises, primarily related to the disruption of previously established economic ties. The process of selling manufactured products has become much more complicated due to the emergence of a large number of imported goods in the local market and the weak consideration by consumers of the growing demands of consumers for the quality of goods. Under these conditions, the main task of industrial enterprises was the search for new forms of economic activity and the need for a radical restructuring of management, because only in this case it is possible to adapt to new socio-economic conditions with minimal losses. Therefore, in modern conditions, the study and use of the concept of marketing as a concept of enterprise management in market conditions is of particular importance.

The experience of economically developed foreign countries shows that the use of marketing increases the efficiency of an enterprise, allows you to build optimal programs for the production and sale of a product, respond more quickly to ongoing market changes, take full advantage of competitive advantages and takes into account the best way. linking supply with objective demand, shaping demand, accelerating real incomes and increasing production efficiency without attracting additional resources. "Marketing is not only a scientifically based management concept, but also a set of measures and methods that allow the economic system to adapt and develop in a changing market environment," the researchers said.

Keywords: *Enterprise development, strategic planning, management system*

Fəlsəfə və Sosiologiya

İNFORMASIYA CƏMIYYƏTİNDƏ TƏHSİL FƏLSƏFƏSİNİN VƏZİFƏLƏRİ VƏ PERSPEKTİVLƏRİ

MÜSLÜM NƏZƏROV

*Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti
Pedaqogika üzrə fəlsəfə doktoru, dosent*

E-mail: muslimnazarov@mail.ru

Giriş

Müasir informasiya cəmiyyəti şəraitində gənc nəslin bilik və keyfiyyətləri əhəmiyyətli bir rol oynayır və onun aldığı təhsilin keyfiyyəti onun rifahı (uğurlu sosiallaşma sayəsində) və cəmiyyətin inkişafındakı qanunauyğunluqların bilinmə dərəcəsi ilə müəyyən edilir. Hal-hazırda təhsil sistemi cəmiyyətin hakim alt sisteminə çevrilir, dövlət və siyasi strukturların fəaliyyət göstərməsi üçün strateji bir qaynaqdır, sivilizasiyanın əsas təməlidir.

"İnsan kapitalı" nəzəriyyəsinə görə, təhsil dərhal tükənən bir şey deyil, çox güman ki, bu bir insanın gələcəyinə yatırımdır və keçmişdə təhsil sahəsinə yönəlmiş bütün səylər gələcəkdə mükafatlandırılacaqdır. Bu nəzəriyyə gənclər arasında bərabərsizliyi qismən əsaslandırır, çünki onları müxtəlif fəaliyyət növlərinə hazırlaşmaq üçün qeyri-bərabər vasitə sərf etmişlər.

Mövcud təhsil sistemində təhsil fəlsəfəsi təhsil təcrübələri və təbiiq texnologiyalar cəmiyyətin intellektual potensialının inkişafı üçün konseptual əsaslar kimi təqdim olunur. Digər tərəfdən, təklif olunan təhsil formalarından istifadənin bu sahədə irəliləməsini asanlaşdıran və ya maneə ola biləcək məhdud imkanlarının fəlsəfi bir təhlilinə ehtiyac yaranır.

Təhsil, düşüncə tərzinin təsiri altında gündəlik praktikada ideal modellərin, nəzəri konsepsiyaların və islahatçı idarəetmə qərarlarının obyektivləşdirildiyi bir reallıq kimi özünün subyektlərinin təşkilati əlaqə strategiyası kimi doğruldu.

Pedaqoji nəzəriyyə və praktika ilə yanaşı, ümumilikdə dünya sivilizasiyasının, xüsusən də ölkəmizin ümumi mədəni və tarixi inkişafının ümumi kontekstində fəlsəfi düşüncə olmadan təhsil sisteminin bir çox problemi həll edilə bilməz.

Beləki təhsil fəlsəfəsi: 1) epistemoloji, fəlsəfi-antropoloji, mədəni, etik və digər problemlər kompleksinin həlli; 2) təhsilin inkişaf strategiyası sahəsində nəzəri axtarış, məqsəd və dəyər əsasının müəyyənəndirilməsi, təhsilin məzmununun formalaşdırılması prinsipləri və s. özünə əks etdirir.

1. Təhsil fəlsəfəsinin əsas vəzifələri

Təhsil fəlsəfəsinin müstəqil bir tədqiqat sahəsi olaraq ortaya çıxması obyektiv və tarixi baxımdan XX əsrin fəlsəfəsində baş verən xüsusi bir mədəni təkamülün nəticəsi olaraq şərh olunur. Təhsil fəlsəfəsi - fəlsəfə, pedaqogika və praktik təhsilin kəşf etməsində yerləşən fənlərarası tədqiqat sahəsidir. Bu səbəbdən onun formalaşdırılması və yerləşdirilməsinin əsas prinsipi, qarşıdurma və sərhədləri deyil, əlaqəli elmi fənlərin qarşılıqlı inteqrasiyasıdır. Fənlərarası, hər bir elmin öz mövzusunun nümayiş etdirməsini, dünya haqqında elm bilikləri birləşdirməyin yollarını tapmağı nəzərdə tutur. Bu sistemli inteqrasiyanı nəzərdə tutur. Bu struktur bölməsinin müxtəlif fənlərin məlumatverici təcrübələrinin nəticələrini sintez etdiyi ümumi bir problem ola bilər. Beləliklə, problemin açıqlanması, əslində, bu biliklərin qarşılıqlı əlaqədə olduğu və bir-birinə qarşı çıxmıdığı bir bilik təşkil etmə üsuludur.

İnformasiya cəmiyyətinin epistemoloji və fəlsəfi-antropoloji problemlərinin hərtərəfli təhlili və təhsilin inkişaf strategiyaları sahəsindəki nəzəri axtarışlar dəyər əsasının, məzmununun formalaşdırılması prinsiplərinin müəyyənəndirilməsidir.

Təhsil fəlsəfəsi daha çox bilik yönümlü və informativ şəkildə pedaqogikanı yeni bilik, metod, üsul, məqsəd ilə təmin edilən, təhsil prosesi vasitəsilə müəyyən bir nəslin daxili dünyasının formalaşmasında özünə yer tutan "gələcəyin adamı" imicini formalaşdırır.

Təhsil fəlsəfəsinin mövcud olma ehtimalı təhsil

sahəsinin özünün ümumbəşəri fəlsəfi problemlərin mənbəyi olması ilə müəyyən edilir. Təhsil fəlsəfəsinin əsas vəzifəsi təhsilin nə olduğunu başa düşmək və onu (mümkünsə) insan və onun ehtiyacları baxımından əsaslandırmaqdır.

Təhsil fəlsəfəsinin əsas vəzifələri:

-Təhsil sistemlərinin mövcud vəziyyətinin təhlili və analizi;

- təhsil sahəsində strateji dəyişikliklərin istiqamətinin öyrənilməsi;

- pedaqoji biliklərin sistemləşdirilməsi və qurulması yollarının öyrənilməsi;

- pedaqoji biliklərin qurulması üçün optimal metodların müəyyənəndirilməsi;

- təhsilin müxtəlif modelləri və növləri çərçivəsində təhsil təsirlərinin (qarşılıqlı təsirlərin) psixoloji və pedaqoji mexanizmlərinin öyrənilməsi;

Təhsil mədəniyyətin nəsil-dən-nəslə ötürülməsini təmin edən və fərdin formalaşmasının tərkib hissəsi kimi fəaliyyət göstərən xüsusi bir sosial-mədəni təcrübə sahəsidir. Təhsil mədəniyyət konsepsiyası ilə sıx əlaqəlidir və nəticədə təbii meyilləri və insan imkanlarını dəyişdirmək üçün insanın özünəməxsus yolunu göstərir.

İnsanın varlığı yolu kimi fəaliyyət göstərən təhsil, bir tərəfdən subyektivliyin təsdiqlənməsinə kömək edir, digər tərəfdən də insanlarla razılığa və həmrəyliyə nail olmaq imkanı verir. Ümumiyyətlə insanın xarakterik xüsusiyyəti onun dərhal və təbii ilə əlaqəsini kəsməsidir. Universal yüksəliş ümumiyyətlə insan zəkasının əsas tərifini əhatə edir. İnsan tərbiyəsinin ümumi mahiyyəti ondan ibarətdir ki, insan hər mənada özünü mənəvi varlıq halına gətirir. Ümumdünya səviyyəsinə qalxmaq üçün fəlsəfi təhsil almaq insanın vəzifəsidir. Bu problem ümumi və xüsusi üçün fədakarlıq tələb edir.

Tərbiyə etmək, ilk növbədə bir model nümayiş etdirmək və bir resept qurmaq və ya mövcud meyilləri formalaşdırmaq deməkdir. Lakin bu şərt sarsılmaz ağılın mübahisəsiz gücünə və onun təməllərinə inama əsaslanmalıdır. Lakin, birincisi, bu, ekzistensialist, tarixi və eyni zamanda proyektiv birlikdə yaşamağa, ekzistensialist təcrübələrlə qarşı çıxır. İkincisi, indi heç kim ağılın mübahisəsiz gücünə inanmır, çünki elmi biliklərin cəmiyyət həyatındakı rolu və əhəmiyyəti kökündən dəyişmişdir. Bunlar fərqli nəzəriyyələrin bir nümunəsidir.

2. İnformasiya cəmiyyətinin modelləri

Müasir cəmiyyətin bir çox modeli var. Məsələn, "post-sənaye cəmiyyəti" (D. Bell), "super sənaye cəmiyyəti" (E. Toffler), "informasiya cəmiyyəti" (M. Kastells, F. Vebster) və s. cəmiyyətləri fərqləndirməyin əsas meyarı insanın təbiətlə, maşınlarla və digər insanlarla münasibətləri sahəsi olduğu göstərilir. Birinci (sənaye öncəsi) cəmiyyət insanın vəhşi heyvanlarla qarşılıqlı əlaqəsinin təcəssümüdür, ikincisi (sənaye) insanın çevrilmiş təbiətlə və ya maşınlarla qarşılıqlı əlaqəsidir, üçüncüsü (post-sənaye) insanla insanın qarşılıqlı əlaqəsi və ya insanlar arasındakı oyunlardır. İnformasiya cəmiyyəti, insan sivilizasiyasının inkişafında yeni bir mərhələdir, ilk növbədə elm tələb edən informasiya proseslərinin yüksək sürəti, yüksək texnoloji vasitələri olan – mikroprosessor texnologiyaları və internet ilə xarakterizə olunur. İnformasiya mənbələri potensialın ən böyük mənbəyi və məhsuldar qüvvə kimi qəbul edilir. İnformasiya kütləvi istehlak mövzusunda çevrilir və nisbi ucuzluğu səbəbindən hər kəs tərəfindən əldə edilə bilər. Məlumatların ani ötürülməsi hadisələrin miqyasını dəyişir və imkanları bu gün İnternet tərəfindən nümayiş etdirilən cəmiyyətdə vahid, praktik olaraq hədsiz bir məkanın yaradılması üçün ilkin şərtlər meydana çıxır.

Ümumiyyətlə post-sənaye adlanan müasir inkişaf etmiş cəmiyyətlərdə son onilliklərdə müəyyən bir sosial-mədəni təkamülə meyl olmuşdur, sosial həmrəylik, sosiomədəni əsaslarının parametrləri daxil olmaqla tipologiya şəxsiyyətin status xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmişdir. Bu tendensiya ümumiyyətlə translokal, həmrəyliyin tarixi ətalətinin aradan qaldırılmasına yönəldilmiş.

Qarşıdurma növü (yəni "bizim" yalnız "özümüzün deyil" əleyhinə çıxdıqda) kimi xarakterizə olunur

İnformasiya cəmiyyəti kütləvi şüur və mədəniyyətlə əlaqəli olaraq vurğunu kökündən dəyişdirməsi üçün xarakterikdir. Populyar mədəniyyət global və bütöv hala gəlir. Əvvəllər elitələr tərəfindən kütlələr sadəcə nəzərə alınmırsa, vətəndaş həyatı sahələrindən kənarlaşdırılırdısa, indi cəmiyyət mədəniyyət, ictimai həyat və təhsildə mümkün qədər çox insanla maraqlanır.

Müasir insan, cəmiyyəti standartlaşdırma probleminə, bilik və istehlak sifarişinə, məlumat ötürülməsi üçün mobil bir mexanizmə ehtiyac duyulmasına səbəb olan getdikcə artan informasiya axını ilə məşğul olur – yalnız kütləvi mədəniyyət

bu vəzifələrin öhdəsindən gələ bilər. "İnformasiya bolluğu" şəraitində kütləvi mədəniyyət hər kəsin öz mədəni identifikasiya kodunu seçə biləcəyi semantik "qarderob" rolunu oynayır. Kütləvi mədəniyyət simasız, homogen, ortalama bir mədəniyyət deyil, son dərəcə müxtəlifdir, inanılmaz "mutasiya" qabiliyyəti göstərir.

E. Tofflerə görə gələcək qərribə hadisələrin, sensasiyalı kəşflərin, inanılmaz münaqişələrin və tamamilə yeni ziddiyyətlərin sonsuz bir ardıcılığı kimi açılacaqdır. Bu o deməkdir ki, bu gün yaşayanların çoxu "futuroşok"a məhkumdur(4). Müasirlik insanı heç bir şeydə məhdudlaşdırmır, ondan sərt və ağırlı bir vəhdət tələb etmir. Əksinə, təhsil, fərdi böyümə, macərə və həzz üçün bir çox yeni imkanlar açır. Bununla birlikdə, hər bir insanın problemi, sərhədsiz sərbəstlik və "həddindən artıq seçim" şəraitində yaşamaq probleminə çevrilir. AXI biz hamımız, bütün mədəni irsin bənzərsiz bir versiyasını daşıyan kompleks bir quruluş kimi qəbul edilən, yüksək savadlı və bütöv bir şəxsiyyət olan ənənəvi mətnədən danışmaq mədəniyyətinin nümayəndələriyik. Ancaq indi hamımız kompleks daxili sıxlığın yenisi ilə necə əvəz olunduğunu müşahidə edirik.

Ənənəvi olaraq təhsil sistemi struktur və mahiyyət etibarilə elmə yönəlmişdi, lakin bu gün elm ciddi tənqiddə məruz qalır. Elm, rəşional idrak metodlarını mütləqləşdirməklə yanaşı, digər metodları - intuisiyanı, təsəvvürü, mistik təcrübəsini görməməzlikdən gəldiyinə görə tənqid olunur. Bu prosesin katalizatoru qeyri-müəyyənliyi, natamamlığı, təsdiqlənməməsi, fəlakətli, paradoksal təbiəti ilə qeyri-klassik elm idi. Bütün bunlar təbiət və maarif dialektikası, antropologiya, həqiqət, azadlıq və ədalət haqqında mənəvi birliyə, danışanlar arasındakı konsensusa əsaslanan "böyük hekayələri" əvəz etdi.

Bunun təhsildə dəyişən yanaşmalara təsiri necə oldu? B.İ. Fedorov modelinə görə, təhsil sisteminin formalaşdırdığı üç növ intellektual qabiliyyət var: bilik, anlayış və intellektual bacarıq [5]. Bilik tanıma, əsas və ya səbəb-nəticə qanunları mövzuna qətiyyətlə toxuna bilməz. Bu "bu nədir?" sualının cavabını göstərmək və tanımaqdır. Sadəcə, bir zamanda alınan məlumatların çoxalması və bu və ya digər şey və ya vəziyyətlə əlaqəsidir. Aydın məsələdir ki, bilik tanıma (verilənlər bazası) sərhədlərimiz, xüsusən də kütləvi ünsiyyət sistemi

vasitəsi ilə daim genişlənir.

Nəyin faydalı və nəyin faydalı olmadığını nə zaman biləcəyik? Sonra sualları cavablandırmağa ehtiyac yarananda: niyə? nə üçün? əlaqə nədir? hansı səbəbdən? və s. burada yeni bir intellektual vəziyyət yaranır - anlayış. Burada bildiyimizdən çox az anladığımızı bilirik, amma bilmədən heç bir şeyi başa düşmək mümkün deyil. İntellektual bacarıq, bilik və anlayışın işlədilməsi və istifadəsidir. Əslində, nəticə çıxarmaq və praktik istifadə etmək bacarığıdır. Nəzəri anlaşma ilə hərəkətlər sistemi arasındakı əlaqəni görmək vacibdir. Gündəlik həyatda, bir qayda olaraq, nəzəriyyə laqeyd edilir, bunun nəticəsi olaraq bir çox hərəkətimiz arzuolunmaz nəticələrə səbəb olur.

Elmi biliklərlə əlaqəli bu intellektual qabiliyyətlər sırasıyla əlaqəli dildən istifadə edərək aşağıdakı bilik funksiyalarını yerinə yetirir: təsviri, izahlı və proqnozlaşdırıcı. Hər hansı bir dil üç əsas xüsusiyyət ilə təmsil olunur: sintaksis, semantik və pragmatik. Neopozitivist fəlsəfə bir zamanlar elmi biliklərin idrak funksiyaları ilə dildən istifadənin pragmatik funksiyaları arasında açıq bir uyğunluğu aşkar etdi. Birincisi, ontologiyanın lingvistik çərçivədən asılılığı yaradıldı. İkincisi, metafizikanın problemlə təbiəti ontoloji sualları, hansı dildə tərtib olunduğundan asılı olmayaraq həll etmək, nəyin və necə "həqiqətən mövcud olduğu" barədə bir şey söyləmək cəhdi kimi sübut olunur. Üçüncüsü, lingvistik çərçivələrin plüralizmi prinsipi elan edildi və bu seçim pragmatik səbəblərə görə həyata keçirildi.

İnformasiya cəmiyyəti, biliyin hansı səviyyədə olmasından asılı olmayaraq, "bilən"lə əlaqəli biliyin eksteriorizasiya prosesinin artması sayəsində dil oyunlarının pragmatik vurğusunu daha da gücləndirdi. Bunun mənası nədi? Həqiqət budur ki, öyrənmənin ağıl formalaşdırmaqla şəxsiyyətin özündən ayrılmaz olduğu ənənəvi tədris prinsipi köhnəlmişdir. Biliyə yeni münasibət əslində malların istehsalçıları ilə istehlakçıları arasında münasibət formasına, yəni dəyər formasına malikdir. Bilik satılmaq üçün istehsal olunur və satışa çıxarılacaq, yeni bir məhsulda dəyər əldə etmək və bu iki vəziyyətdə mübadilə etmək üçün istehlak ediləcəkdir. Bu baxımdan, dövlətlər, akademiyalar, universitetlər bilik istehsalı və yayılması sahəsində imtiyazlarını itirəcəklər.

İnformasiya cəmiyyəti yalnız orada yaranan informasiya ilə doyduqda və asanlıqla dekodlandıqda

mövcud olur və inkişaf edir. Ənənəvi elmi strukturlar özlərini keçilməzlik amili, biliyin kommersiyalaşdırılması ilə qoşulan bu ünsiyyətin "şəffaflığı" üçün əngəl kimi göstərməyə başlayır. Müasir dövr fərqli qaydaların tətbiq olunduğu fərqli dil oyunları ilə xarakterizə olunur. Beləliklə, spekulativ bilik artıq qanuni deyil. Bu baxımdan, bütün bilik ötürmə prosesi, bütün təhsil sistemi yenidən nəzərdən keçirilir. Əvvəllər didaktika biliklərin çoxalmasını təmin edirdi. Birinci şərt ondan ibarət idi ki, nitqi qəbul edən - tələbə (öyrənən) - göndərənə nəyi bildiyini bilmir, əslində öyrənəcəyi bir şey var. İkinci şərt, müəllimlə eyni səviyyədə səriştəli bir mütəxəssis öyrənə və bacara bilməsi idi. Bu ikiqat tələb üçüncüsünü nəzərdə tuturdu: onsuz da bu barədə açıqlamalar var, tədqiqatın pragmatikliyi təşkil edən təqdim olunan mübahisələr, dəlillərin mübadiləsi yetərli sayılır və bu səbəbdən də artıq həqiqətin mübahisəsinə məruz qalmadığı üçün öyrənmə prosesində olduğu formada ötürülə bilər. Bu baxımdan müasir dövr fərqli bir yanaşma tələb edir.

Müasir didaktika, hər bir elmin həqiqəti üçün şərtlərin bu elmin özündə olduğu və elmi bir dialoqdan başqa bir şəkildə qurula bilməyəcəyini etiraf etməlidir. Qaydaların düzgünlüyünün ekspert konsensusu əsasında formalaşması xaricində başqa bir dəlil yoxdur. Nəticə etibarilə, səmərəliliyin və həyat qabiliyyətinin artırılması baxımından universitet, məsələn, peşəkarlaşma funksiyası ilə birlikdə getdikcə yenidən hazırlıq və ya davamlı təhsil rolunu oynayacaqdır. Universitetin divarları daxilində aktiv bir həyat başlamazdan əvvəl gənclərə məlumat ötürülməsi effektivliyini itirir. Lakin bilik öz əmək qabiliyyətini və peşəkar inkişafını artırmaq, habelə məlumat, dil oyunlarını mənimsəmək üçün əmək fəaliyyətinə başlamış və ya başlamağa hazırlaşanlar tərəfindən hər zaman "seçimi" ilə tələb olunacaqdır.

3. Təhsil fəlsəfəsi nöqteyi-nəzərindən təhsilin əsas meyarı

Təhsil fəlsəfəsi nöqteyi-nəzərindən təhsilin əsas meyarı bir sıra elmi biliklərin tələbələr tərəfindən mənimsənilməsidir. Fərdi keyfiyyətlər daha geniş sosial gerçəklikdə lazımdır (əks halda insan külək əsən yerə uçan balonu xatırladır), o cümlədən özünü təsdiq prosesində. Pifaqora görə, öyrənən biliyin yatırıldığı bir gəmi kimi deyil, alovlandırılacaq bir məşəl kimi qəbul edilməlidir. Axı, təhsil prosesi tək bir şəkildə tənzimlənən və müəllimdən asılı

olan proses deyil, öyrənən həm təhsil prosesinin obyektı, həm də fəal subyekt rolunu oynadığı zaman qarşılıqlı bir prosesdir.

Əks təqdirdə, təhsil müəssisələrinin divarları arasında məqsədyönlü şəkildə aldığımız hər şey içimizə "uçan" və eyni zamanda təhlükəsiz "uçan" "xam" məlumatlardır. Bundan əlavə, müasir məktəblərdə və universitetlərdə çox tanış bir fenomen - sözdə unutulmuş meydana gəlir.

Ancaq təhsil mərkəzləri "bilik mərkəzləri" olduqlarını iddia edirlər ki, təməlləri və gələcək inkişafı isə orta məktəb tərəfindən qoyulmalıdır. Kolleclər, institutlar, universitetlər məlumat mərkəzinə çevrilir. Yalnız tələbə məlumatı aktivləşdirməyə, onu görməyə və onunla yaradıcılıqla işləməyə çalışdıqda, məlumat bilik olur - təhsil fəaliyyəti mövzusunda möhkəm bir "oturaq", biliyə çevrilən "əsas"dır. Bilik passiv bir elm təbəqəsi deyil, fərdi mövqə olmadan, səmimi maraq olmadan, şəxsi inam olmadan mümkün olmayan aktiv fəaliyyətə rəhbərdir.

Həqiqətən, natamam məlumatlara sahib bir oyunda üstünlük əlavə məlumatı bilən və ya əldə edə bilən tərəfindən qazanılır. Ancaq müasir informasiya əsri bizi "həddindən artıq informasiya" vəziyyətinə salır. Ancaq hərtərəfli məlumatlara sahib bu cür oyunlarda əlavə informasiyalar artıq kənardan "əldə edilmir", yeni bir informasiya təşkilatı üçün "texnika" kimi əldə edilir. Bu yeni təşkilat bir-birindən müstəqil hesab edilən informasiyaları birləşdirərək əldə edilir. Bu qabiliyyət həyat təcrübəsi, həqiqi səriştə ilə verilir.

Nəticə

Müasir bilik dünyası prinsipcə, bütün mütəxəssislər üçün mövcud olduğu mənasında hərtərəfli məlumatlara sahib olan, oyuna əsaslanan bir dünyadır. Biliyə bərabər giriş şəraitində, bilik istehsalında səmərəliliyin artması onun əldə edilməsində deyil, ya məlumatların yeni bir "texnika" yerinə yetirilməsinə, ya da oyun qaydalarını tamamilə dəyişdirməyə imkan verən həyat təcrübəsində yaranır. Əgər tədris yalnız səriştələrin təkrar istehsalını deyil, həm də onların irəliləməsinin təmin etməlidirsə, onda bilik ötürülməsinin yalnız məlumat ötürülməsi ilə məhdudlaşmaması, ənənəvi bilik təşkilatının bir-birindən qısqançılıqla təcrid etdiyi sahələri ifadə etmək qabiliyyətini artırmağa kömək edən bütün prosedurları öyrətməsi lazımdır.

Açar sözlər: *təhsil fəlsəfəsi, informasiya cəmiyyəti, bilik, təlim, düşüncə.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abbasov Ə.F. *Milli fenomenlərin dərkə və şərhində adekvat epistemologiya zərurəti. Müasir fəlsəfə, elm və mədəniyyət: postqeyri-klassik epistemologiya. Respublika konfransının materialları, 18 may 2011-ci il). Bakı- "Elm", 2011. c.275-282.*

2. Nəzərov M.H. *Müasir dövrdə təhsilin sosialmədəni problemləri. Monoqrafiya. Bakı - Mütərcim – 2018, 296 s.*

3. Гуревич, П. С. *Философская антропология: учеб. пособие для вузов –2-е изд., стереотип. – М.: Омега-Л, 2010. – 607 с.*

4. Тоффлер Э. *Шок будущего. М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. – 557 с.*

5. Федоров Б.И. *Школа развития интеллектуальных способностей // Философские науки. 2009. № 7. С. 89-110.*

Муслим Гатам оглы Назаров

Задачи и перспективы философии образования в информационном обществе РЕЗЮМЕ

В статье дается комплексный анализ эпистемологических, философских и антропологических проблем современного общества, а также теоретические исследования в области стратегии развития «Философии образования» на данном этапе. Возникновение философии образования как самостоятельной области исследований объективно и исторически интерпретируется как результат особой культурной эволюции, которая имела место в философии двадцатого века. Анализируются основные задачи и модели педагогической философии современного общества. В то же время в контексте равного доступа к знаниям показано, что повышение эффективности производства знаний происходит не за счет их приобретения, а за счет жизненного опыта, который позволяет информации выполнять новую «технику» или полностью изменить правила игры. В статье также показано, что образование - это особая сфера социокультурного опыта, обеспечивающая передачу культуры из поколения в поколение и выступающая как неотъемлемая часть

формирования личности.

Ключевые слова: *философия образования, информационное общество, знания, обучение, мышление.*

Muslim Hatam oglu Nazarov

Tasks and perspectives of the philosophy of education in the information society SUMMARY

The article provides a comprehensive analysis of the epistemological, philosophical and anthropological problems of modern society, as well as theoretical research in the field of development strategies of the "Philosophy of Education" at this stage. The emergence of the philosophy of education as an independent field of research is interpreted objectively and historically as the result of a special cultural evolution that took place in the philosophy of the twentieth century. The main tasks and models of educational philosophy of modern society are analyzed.

At the same time, in the context of equal access to knowledge, it is shown that the increase in efficiency in the production of knowledge is not due to its acquisition, but to life experience that allows information to perform a new "technique" or completely change the rules of the game.

The article also shows that education is a special field of socio-cultural experience that ensures the transmission of culture from generation to generation and acts as an integral part of the formation of the individual.

Keywords: *philosophy of education, information society, knowledge, training, thinking*

MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI MÜNASİBƏTLƏRİN VACİBLİYİ

ADİL SADIXOV

*AMEA Fəlsəfə və Sosiologiya İnstitutu,
fəlsəfə üzrə fəlsəfə doktoru, dosent*

FAİQ ƏLİYEV

*Azərbaycan Dövlət Neft və
Sənaye Universiteti,
tarix üzrə fəlsəfə doktoru, dosent*

Mədəniyyətlərarası münasibətlər müxtəlif alimlər tərəfindən həm Şərqdə, həm də Qərbdə xeyli səviyyədə araşdırılmışdır. Xüsusən bu problemin ayrı-ayrı tərəfləri Şərqdə Əl-Qəzali, Biruni, Əl Fərabi, xüsusən də ibn Xəldun tərəfindən şərq xalqlarının milli adət və ənənələri baxımından araşdırılmışdır. Nisbətən müasir dövrdə isə tanınmış A. Toynbi, O. Şpenqler, A. Tokvill, F. Brodel, Bertels və b. bu mövzunu araşdırmışdılar. Ancaq bu problemdən əvvəl mədəniyyət anlayışına toxunmaq lazımdır.

Mədəniyyət cəmiyyətin və insanın inkişafının tarixən müəyyən səviyyəsidir. Mədəniyyət anlayışı müəyyən tarixi dövrlərin, ictimai-iqtisadi formasiyaların, konkret cəmiyyətlər, xalq və millətlərin maddi və mənəvi inkişaf səviyyələrini səciyyələndirmək, həmçinin fəaliyyət və həyatın spesifik sahəsini bildirmək üçün (məsələn: iş mədəniyyəti, davranış mədəniyyəti, bədii mədəniyyət, məişət mədəniyyəti və s. sahələrdə) işlədilir. Mədəniyyət termini dar mənada yalnız adamların mənəvi həyat sahəsinə aid edilir.

Mədəniyyət fenomeni insanın və cəmiyyətin xilasına, inkişafına və çiçəklənməsinə yeganə doğru yoldur. Çünki dərin mənəviyyətli və yüksək təfəkkürə, biliyə və mədəniyyətə malik olan insan hər bir ölkənin əsas milli sərvətidir. Mədəniyyətdə özünün milli dərk olunması müxtəlif istiqamətlərdə getsə də əsasən iki sütun üstündə dayanır. Bunlardan biri qəhrəmanlıq nümunələri, ikincisi isə xalqın mədəni fəaliyyəti və inkişafı nəticəsində əldə etdiyi böyük dəyərlər - milli iftixar hissi, mili qürur, beynəlxalq əhəmiyyətli münasibətlər və sosial nailiyyətlərdir. Şübhəsiz ki, bir neçə etnosu olan vahid ölkənin demokratik idarə olunması plüralizm prinsiplərinə əsaslanan vahid milli birlik, milli vəhdət və vahid milli mədəniyyət vasitəsilə müm-

kündür. Mədəniyyət elmini öyrənən kulturologiya elmi arxeologiya, tarix, fəlsəfə, psixologiya, filologiya, dilşünaslıq, etika və estetika, sosiologiya və b. elmlərin nəticələrindən və metodlarından geniş istifadə edən bir vasitədir (4, s.122).

Mədəni rifah, təbii sərvətlər, insanların savadsız, aşağı mədəni səviyyədə olduğu dövrdə sosial inkişaf gözlənilən effekti və səmərəni verə bilməz. Çünki hər bir ölkədə və cəmiyyətdə yüksək səviyyəli insanların sayının çoxluğu elə sosial inkişafın özünün əsasıdır. Ölkənin əsas sərvəti, onun mədəni potensialı, o cümlədən, ilk növbədə isə yüksək mədəniyyətin yaradıcısı və daşıyıcısı olan insandır.

Mədəniyyəti düzgün dərk edib aparıcı sosial qüvvə kimi səmərəli istifadə etmək üçün onun alqoritminin daha iki formasını bilmək lazımdır: mədəni inkişafın əsas faktorlarını, müasir cəmiyyətin mədəniyyətinin strukturunu.

Mədəni inkişafın əsasən bir neçə faktorları vardır. Birincisi bioloji kod, ikincisi təbii coğrafi şərait, üçüncüsü sosial mühit, dördüncüsü tarixi şərait və beşincisi mədəni mübadilə. Deyilənlərin ən vacibi sosial mühitdir. Bu mühit də üç əsas hissədən: siyasi dövlət sistemindən, məktəbdən və nəhayət ailə tərbiyəsindən asılıdır (4, s.193).

Qeyd olunmalıdır ki, insanın, cəmiyyətin və bəşəriyyətin gələcəyinə əsl yol və ümidlər yalnız mədəniyyətlərarası münasibətlərdən, yüksək mədəniyyətdən, təhsil və savaddan, insanpərvərlikdən (davamlı inkişaf proqramında göstərildiyi kimi) keçir. Həmçinin mədəniyyət böyük ölçüyə malik olaraq insanın ayrı-ayrı tərəflərini və xarakter xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirməyə imkan yaradır, insan cəmiyyətinin və bəşəriyyətin gələcəyinə yol açır. Çünki mədəniyyət insan tərəfindən təbiəti, onun sərvət və gözəlliyini, insanın daxili aləmini, özünü

və cəmiyyəti dərk edib dəyişməsi nəticəsində əldə olunan mənəvi və maddi dəyərlər və normalar toplusu və nəhayət, bu dəyərlərin istehsalı, qorunub saxlanması, istifadə olunması və başqa insanlara müxtəlif vasitələrlə ötürülməsi deməkdir. Hər bir mədəniyyətin elmi əsaslarda vahid sosial sistem kimi idarə olunmasında müxtəlif amillərin - dövlətin, sosial institutların, ölkənin ümumi səviyyəsinin rolu və əhəmiyyəti vardır

Mədəniyyətlərarası münasibətlərin əsas məqsədi xalqlar arasında etnomədəni müxtəlifliklərin silinməsi, milli dövlətin (suverenliyin) “yumşaq” ləğvi kulturoloji modelin bütün dünya üzrə yayılmasıdır. Çox gərgin regionda yerləşən Azərbaycan öz maraqlarının müdafiəsi üçün Rusiya, İran və Qərb maraqları arasında manevr etməklə incə balanslaşdırılmış siyasət aparmağa məcburdur. Azərbaycan dövlətinin müxtəlif səviyyəli elmi konfranslarda və siyasi arenalarda Qərbin Azərbaycan mədəniyyətinə təsiri və milli ənənələrin müdafiəsi haqqında müzakirələri öz aktuallığını itirmir. Bu diskussiyalarda əsas fikir bundan ibarətdir ki, qərb dəyərləri bizim mədəniyyətin müxtəlif tərəflərinə müəyyən mənfi təsir göstərsə də, bizim ictimai şüurumuza Azərbaycan “mentalitetinə” yad olan elementlər əlavə etsə də, öz soykökümüzü və zəngin mədəniyyətimizi gənclərimizə müxtəlif istiqamətdə təbliğ edərək qorumağa çalışmalıyıq (5, s.48).

Mədəniyyətlərarası münasibətlər multikulturalizm dəyərləri, tolerantlıq və insan hüquqlarından kənarında izah edilə bilməz. Multikulturalizm və tolerantlıq fəlsəfəsinin əsas cəhətlərindən biri də odur ki, bu kontekstdə mədəniyyət kateqoriyası daha önə keçərək, milli münasibətlərin əsas amilinə çevrilir. Mədəni inkişaf hər bir xalqı öz keçmişinə və gələcəyinə bağlamaqla ətrafdakı mədəni müxtəlifliyin də dərk olunmasına üçün zəmin yaradan şəraitdir. Mədəni müxtəliflik ümumilikdə cəmiyyətin sosial həyatında əhəmiyyətli rol oynayır. Müasir qloballaşan dünyada bu gün multikulturalizm daha da mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Lakin bu heç də hər hansı bir xalqın öz milliliyinə, adət-ənənələrinə, mentallığına, milli genliyinə qarşı çıxması demək deyildir. Yəni öz mədəni dəyərlərinə sadıq qalmaqla yanaşı, digər mədəniyyətlərə və dinlərə də hörmət və dözümlülük göstərməyi ifadə edir.

Müasir dövrdə mədəni-sosial fəaliyyət multikulturalizmin dayanıqlı inkişafı üçün mühüm faktor-

dur. Bu proseslər xüsusilə XX əsrin sonlarından etibarən inkişaf etməyə başlamışdır. Bu günkü postindustrial tərəqqi dövründə dünya dövlətləri arasındakı mədəni, siyasi, iqtisadi əlaqələrin möhkəmlənməsi vahid inkişaf modelinin axtarışına gətirib çıxarmışdır. Bu proseslər də öz növbəsində beynəlxalq təhlükəsizliyi nizamlayan sistemlərin öz daxilindəki müxtəlif milli cəmiyyətlərin adaptasiya olmaları üçün vacibdir. Buradan belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, mədəniyyət kontekstində multikulturalizm özü də qlobal, mühüm əhəmiyyətli məsələdir. Multikulturalizm mədəniyyətlərarası münasibətin təməli olmaqla (1, s.12) müxtəlif mədəniyyətlərə malik millətlərin, xalqların sülh şəraitində birgə yaşayışlarının təminatıdır.

Multikulturalizm siyasəti müxtəlif mədəniyyətlərə hörmətlə yanaşma metodu olmaqla bərabər, özündə həm də humanizm və tolerantlıq prinsiplərini ehtiva edir. Mədəni plyuralizm cəmiyyəti təşkil edən ayrı-ayrı qrupların harmonik qarşılıqlı fəaliyyətini tənzimləyir, müəyyən ərazidə məskunlaşan xalqların aşağı və ya asılı kimi kateqoriyalara bölünməsinin qarşısını alır. Beləliklə də, cəmiyyət onu təşkil edən müxtəlif etnik qrupları və mədəniyyətləri, habelə onların mənsub olduqları dinləri necə varsa eləcə də qəbul edir.

Millətlərarası mədəniyyət prinsipinin əsas prioritetlərindən biri də məhz tolerantlıqdır. Tolerantlıq cəmiyyətdə dominantlığa qarşı çıxaraq müxtəlif dinlərə hörmət və ehtiram prinsiplərinə əsaslanır. Bu prinsipə əsaslanan ideologiyaya mənsub dövlətlər və xalqlar qarşılıqlı anlaşmaya, sülhə daha çox önəm verirlər. Tolerantlıq cəmiyyətin düzgün inkişafı, mövcud milli, irqi, dini problemlərin nizamlanmasına, etnik siyasi münasibətlərin stabilləşməsinə xidmət edir (7, c.183).

Məlumdur ki, müasir dövrdə ölkələr arasındakı münasibətlər mürəkkəb xarakter daşıyır. Ayrı-ayrı regionlarda baş verən münaqişələr ümumilikdə ziddiyyətli mənzərə yaradır. Belə gərgin vəziyyətdə xarici siyasət sahəsindəki çətinliklər anlaşılındır. Ona görə də Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq miqyasda formalaşan münasibətlərinin və qarşılıqlı əlaqələrin tədqiq edilməsinin nəzəri və praktiki əhəmiyyəti vardır. Bu mənada dünyanın aparıcı dövlətləri sırasında uğurlu diplomatik siyasət yürüdən müstəqil bir ölkənin xarici siyasətinin strategiyası da güc mərkəzlərinin regionda toqquşan maraqlarının fəsadlarının neytrallaşdırılmasını

tələb edir ki, burada da mədəniyyət faktoru mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Bu mənada Azərbaycan dövlətinin mədəniyyət siyasətinin əsas prioritetləri beynəlxalq hüquq normaları və prinsipləri ilə tənzimlənən dövlətlərarası münasibətlərə hörmət bəsləməkdən, beynəlxalq və regional münaqişələrin sülh və danışıqlar yolu ilə həll edilməsindən və bütün dövlətlərin suveren hüquqlarına hörmətlə yanaşmaqdan ibarətdir. Azərbaycan mədəniyyəti mədəni dünyaya inteqrasiyası yolunda 29 illik çətin və şərəfli bir yol keçmiş, böyük nailiyyətlərə imza atmışdır. Biz bu prioritetlərin həyata keçirilməsi yolundakı fəaliyyətlərin ən etibarlı və təminatlı nümunəsini dövlət başçısının qətiyyətli nümayiş etdirdiyi siyasətində görürük. Məsələn, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev Üçüncü Beynəlxalq Humanitar Forumunun açılış mərasimindəki çıxışında da bir daha bəyan etdi ki, “XXI əsrdə multikulturalizmə alternativ yoxdur. Əlbəttə ki, biz XXI əsrdə ayrı-seçkilik, diskriminasiya, ksenofobiya, islamafobiya kimi xoşagəlməz meyillərə biganə yanaşa bilmərik. Ona görə multimədəniyyətli cəmiyyətlərin formalaşması, bu ideyaların təbliği hesab edirəm ki, hər bir məsuliyyətli siyasətçinin, ictimai xadimin fəaliyyətinin tərkib hissəsi olmalıdır. Humanitar əməkdaşlıqla bağlı olan məsələlər də Azərbaycanı sivilizasiyalararası dialoqun aparılması üçün bir mərkəzə çevirir. Bu böyük və şərəfli bir missiyadır. Eyni zamanda da böyük məsuliyyətdir. Biz bu məsuliyyətə hazırıq, bu məsuliyyəti öz üzərimizə götürmüşük və bugünkü toplantı bunun bariz nümunəsidir”(2)

XXI əsr sivilizasiyalararası münasibətlər ideyası ilə başlanmışdır. Son illər ərzində müxtəlif ölkələrdə dəfələrlə bu mövzuda müzakirələr aparılmış, beynəlxalq konfranslar, simpoziumlar keçirilmişdir. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 15 may 2014-cü il tarixli Fərmanı ilə yaradılmış Bakı Beynəlxalq Multikulturalizm Mərkəzinin həm ölkə daxilində, həm də xaricdə həyata keçirdiyi tədbirlərin effektiv nəticələrini də bu istiqamətli mədəniyyət siyasətinin uğuru kimi dəyərləndirə bilərik. Dünyanın tanınmış ictimai-siyasi, mədəniyyət və incəsənət xadimlərinin, nüfuzlu beynəlxalq təşkilatların, kütləvi informasiya vasitələrinin rəhbərlərinin Bakıda keçirilən beynəlxalq tədbirlərdə iştirakı, xüsusilə

də, Humanitar Forumlarda verilən bəyanatlar mədəniyyətlərarası münasibətlərin nə qədər aktual bir məsələ olması faktını bir daha ortaya qoydu (3). Bakı prosesinin 2008-ci ildən etibarən əldə etdiyi təcrübələr və son altı ildə dünyaya bəyan etdiyi ümumi qənaətlər bizə bunu deməyə əsas verir ki, üçüncü minilliyə keçid dövründə bəşəriyyətin sanki bir hesabat vermək məsuliyyəti yaranmış, ümumbəşəri özünüdərk problemləri aktuallaşmışdır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, insan və mədəniyyət daima bir-biri ilə möhkəm surətdə əlaqəlidir. Hər bir insan hansı mühitdə fəaliyyət göstəribsə, onun mədəniyyəti də o cürdür. Onun məqsədi, dünyagörüşü, maraq dairəsi, səviyyəsi yaşadığı həyat tərzii ilə bilavasitə bağlıdır. İnsanlar kimi mədəniyyətlər də müxtəlifdir və bir-birilə qarşılıqlı əlaqəyə girən mədəniyyətlər deyil, müxtəlif mədəni cəmiyyətlərə mənsub olan insanlardır. Elə insanların özləri bir qayda olaraq müxtəlif mədəniyyətlərə mənsub olduqlarına görə deyil, onları maraqlandıran konkret problemlərə və onların həlli ilə bağlı öz söylərini birləşdirmək məqsədi ilə qarşılıqlı əlaqələr qururlar. Bizcə mədəniyyətlərarası münasibətlərdə baş verən müxtəlif problemlər və ziddiyyətlər elə belə hallardan vəş verir. Tarix göstərir ki, müxtəlif mədəniyyətlər arasında mübadilə və təmaslarla yanaşı münaqişələrə gətirib çıxaran ziddiyyətlər, qarşıdurmalar az olmamışdır.

Başqa xalqlara qarşı şovinist, millətçi, eqoist münasibətlər, özgə torpaqlarının həyasızcasına zəbt edilməsi keçmiş dövrlərdən indiyə qədər müxtəlif xalqlar və millətlər arasındakı qarşılıqlı nifrət, düşmənçilik və münaqişələr təkə bu xalqlara saysız-hesabsız zərər və iztirablar gətirməmiş, həm də bütün dünyada inkişafa, sabitliyə mənfi təsir göstərmişdir. Bu mənada erməni tayfalarının 30 ilə yaxın müddət ərzində Azərbaycanın qədim torpaqlarının 20 faizinin zəbt etməsi və bunun nəticəsində bir milyondan artıq azərbaycanlıların öz doğma yurdlarından qovulması regionda böyük gərginlik yaratmışdır. Ancaq sentyabr hadisələrində müzəffər Azərbaycan ordusunun ali baş komandanı İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə əks-hücuma keçməsi və 44 gün ərzində mənfur düşmənin belini qırıb, murdar ordusunu məhv etməsi, müqəddəs torpaqlarımızı azad etməsi böyük bir zəfər idi. Özlərini dünyanın ən qədim, mədəni, humanist milləti olmasından danışan bu vəhşilər Azərbaycan torpaqlarını viranə qoymuş, bütün mədəni abidələri

məhv etmiş, qəbiristanlıqlarımızı dağıtmış, məscidlərimizi təhqir etmiş, yandırmış, unikal ağaclarımızı, meşələrimizi kəsib-doğrayıb, oğurlayıb talan etmişdilər. Bunlardımı dünyanın (özlərinin dediyi kimi) ən qədim, mədəni xalqı?... Belə vəhşi tayfalarla münasibət saxlamaq olarmı?...

Bəşəriyyət, insanlıq belə hadisələrlə, zaman-zaman baş verən dəhşətli qanlı faciələrlə (Xatın, Xocalı və s.) heç vaxt barışmamalı və öz kəskin münasibətini bildirməlidir. Hələ 2-3 may 2019-cu ildə Bakıda keçiriləcək V ümumdünya mədəniyyətlərarası Dialoq forumuna hazırlıq məqsədi ilə martın 4-də 2019-cu ildə YUNESKO-nun Dünya İrs Komitəsinin 43-cü sessiyasının Bakı şəhərində keçirilən növbəti iclasında çox dəyərli məsələlərə toxunulmuşdur. Bakı Konqress Mərkəzində keçirilən iclasda Təşkilat Komitəsi bildirdi ki, Dünya İrs Komitəsinin 42-ci sessiyasında qəbul edilmiş qərara əsasən 43-cü sessiyanın 2019-cu ildə Bakı şəhərində keçirilməsi mühüm bir hadisədir. Ölkəmiz üçün mühüm əhəmiyyətə malik belə bir qərarın qəbul edilməsi YUNESKO ilə tərəfdaşlıq münasibətlərinin yüksək səviyyəsinin bir göstəricisidir. Sessiyada 180-dən artıq ölkədən üç minədək nümayəndənin iştirak edəcəyi gözlənilir. YUNESKO-nun Dünya İrs Komitəsinin sessiyasının Bakıda keçirilməsi olduqca məsuliyyətli bir işdir, bu ilk növbədə Azərbaycanın dünyada artan nüfuzundan xəbər verir. Bu gün dünyada 1500-ə yaxın abidə Komitə tərəfindən qorunur. (Qeyd etmək lazımdır ki, davamlı inkişaf kontekstində göstərilən rəqəm mədəniyyətlərarası münasibətə xidmət edir) Dünya İrs Komitəsi dünya xalqlarının kimliyini və tarixi yaddaşını ifadə edən maddi və təbii irs nümunələrinə, ən dəyərli abidələrə dair qərarlar qəbul edir.

YUNESKO-nun Dünya İrs Mərkəzinin direktoru xanım Meçtild (Mechtild) Rössler toplantıda keçirilən məhsuldar görüşlərə görə iştirakçılara minnətdarlığını bildirdi. YUNESKO ilə Azərbaycan arasında sıx əməkdaşlıq münasibətlərinin olduğunu söyləyən M.Rössler bu əhəmiyyətli tədbirin də yüksək səviyyədə təşkil edilməsinə əminliyini bildirdi(3).

Azərbaycanda, ümumiyyətlə, müxtəlif ölkələrdən gəlmiş mədəniyyətlə bağlı nümayəndələrin toplantılarının keçirilməsi artıq bir ənənə almışdır. Bu həm millətlər arasında anlaşılıqlıq, həm də mədəniyyətimizin gələcək inkişafı, cəmiyyətdə

mövcud olan müsbət ovqatın artırılması, həm də gənc nəslin tərbiyə olunması ilə üzvü bir şəkildə bağlıdır. Dövlətimiz iqtisadi cəhətdən inkişaf edə bilər, siyasi cəhətdən də beynəlxalq mövqeyləri güclü ola bilər, ancaq əgər xalqımızın əsas təməl daşı olan mənəviyyətə diqqət yetirməsək, onu kənarında qoysaq onda millətimizin gələcək inkişaf perspektivləri olmaz, həmin inkişaf dumana bürünmüş yola bənzəyər (6, s.34).

Qeyd etmək lazımdır ki, son illərdə dünyada baş verən proseslər göstərir ki, mədəniyyətdə, adətlərdə, ənənələrdə mövcud olan hətta kiçicik fərqlər belə ən ciddi faciələrlə nəticələnə biləcək münaqişələr yarada bilər. Bundan hətta qohum və yaxın xalqlar və mədəniyyətlər belə sığortalana bilməyiblər. İran-İraq, Hindistan-Pakistan, İngilis-İrland, Gürcü-Abxaz-Osetin, Özbək-Qırqız, İspan-Bask və s. (onların sayını artırmaq da olar) münaqişələr əsasən yaxın mədəniyyətlərə mənsub xalqlar arasında baş verən münaqişələrdir. Böhran vəziyyətinin açıq qarşıdurmaya keçməməsi üçün ilk növbədə onun qarşısı yerində güc sahibləri tərəfindən alınmalı, vaxtaşırı (imkan daxilində tez-tez) mədəniyyətlərarası dialoq və müxtəlif mədəni tədbirlər (kino, balet, rəssamlıq, musiqi və s. sahədə, eyni zamanda mədəniyyət günləri) keçirilməlidir. Məhz dünyanın çoxmədəniyyətliliyinin etiraf edilməsi indiki şəraitdə ənənəvi mədəniyyətlərin mövcudluğunun zəruri şərtinə çevrilir (7, c.96).

Hər hansı bir böyük dövlətin dünya siyasətində ağılığı neçə-neçə faciələrə aparıb çıxara bilirsə, onların "supermədəniyyətinin" də müxtəlif mədəniyyətlər arasında hökmranlığı olduqca təhlükəlidir. Mədəni müxtəlifliyin qorunması beynəlxalq münasibətlərdə bütün dövlətlərin əsas vəzifəsi olmalıdır.

Müxtəlif millətlər tərəfindən sivilizasiyaya qayğı, mədəni nailiyyətlərinin qorunub inkişaf etdirilməsi indi ümumbəşəri tale və məsuliyyətə çevrilməlidir (6, s.143). XXI əsrdə insanlar müharibə haqqında deyil, sülh və əmin-amanlıq, sivilizasiyanın qorunub gələcək nəsillərə ötürülməsi haqqında daha çox düşünməyə başlamalıdırlar. Belə vacib və mühüm məsələdə Birləşmiş Millətlər Təşkilatı (BMT), Avropada Təhlükəsiz və Əməkdaşlıq Təşkilatı (ATƏT) və digər beynəlxalq siyasi və humanitar təşkilatlar olduqca ayıq və fəal olmalı, uğurlu sülhməramlı tədbirlər hazırlayıb həyata keçirməli, NATO-nun şərqə doğru genişlənməsinə imkan verməməlidir.

Əsas cəhət ondan ibarət olmalıdır ki, müasir sivilisasiyanın salamatlığı, onun qorunub saxlanması üçün daha real imkanlar yaratmaq lazımdır. Bu həm dövlətlərarası, həm millətlərarası, həm də mədəniyyətlərarası münasibətlərdə özünü açıq şəkildə büruzə verməlidir.

Yeni dünya müharibəsi törədə bilən ocaqlar söndürülməli, uzaqlaşdırılmalı, neytrallaşdırılmalı, bəşəriyyət müxtəlif xalqların yaxınlığına, dostluğuna, əməkdaşlığına, mədəni əlaqələrinə, yeni beynəlxalq təfəkkür tərzinin formalaşmasına çalışmalıdır. Deyilənlər Qərb və Şərq arasında baş verən əsas istiqamət, əsas məqsəd olmalıdır. Bu mənada davamlı inkişaf kontekstində geridə qalan yoxsul ölkələrə müxtəlif səpkidə kömək etmədən, xalqlar arasında qarşılıqlı anlaşılmanı və sülhü möhkəmləndirmədən, təhsil və mədəniyyət sahəsində əlaqələri inkişaf etdirib genişləndirmədən, müxtəlif millətlər arasında əlaqələri artırmadan, humanitar problemlərin həllinə kömək etmədən, informasiyanın daha geniş yayılmasına şərait yaratmadan heç nəyə nail olmaq olmaz.

2019-cu il mayın 2-də Bakıda “Ayrı-seçkilik, qeyri-bərabərlik və zorakı münaqişəyə qarşı fəaliyyət naminə dialoq quraq” şüarı altında V Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumu keçirildi. Həmin forumda məzmunlu məruzə ilə çıxış edən Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyev yuxarıda adı çəkilən bir çox vacib məsələlərə toxundu. Azərbaycandan danışan hörmətli Prezident bir daha bildirdi ki, “Bizim tariximiz mədəni müxtəliflik tarixidir və bu gün həmin tarixi irs əsasında Azərbaycan dünyaya mədəniyyətlərarası dialoqun ölkələri yaxınlaşdırmağın, müxtəlif mədəniyyət və sivilisasiya nümayəndələri arasında yeni körpülərin qurulmasının yeganə yol olduğunu nümayiş etdirir.

Multikulturalizm bizim üçün həyat tərzidir. Bu söz nisbətən yeni olsa da, biz həmin ab-havada əsrlər boyu yaşamışıq. 2016-cı ilin Azərbaycanda “Multikulturalizm ili” elan olunması onu sübut edir ki, biz dünyanın diqqətini bu mühüm ideyaya cəlb etmək istəyirik. 2017-ci il isə “İslam həmrəyliyi ili” elan edilib. Bu da bizim tarixi irsimizi, kökümüzü və dünyaya açıq olduğumuzu nümayiş etdirən, rəmzi mənə daşıyan addım idi. Hesab edirəm ki, bu meyillər dünyada üstünlük təşkil etsə, dünyada təhlükəsizlik, proqnozlaşdırıla bilmə və sülh bərqərar olar.

Bizim üçün multikulturalizm həm də siyasətimizi-

zin mühüm elementlərindəndir. Azərbaycanda multikulturalizm üzrə beynəlxalq mərkəz yaradılıb. Biz bu dəyərləri təşviq edirik və multikulturalizmin böyük gələcəyinin olduğunu nümayiş etdiririk. Bilirik ki, bu mövzu ilə bağlı müxtəlif fikirlər var. Ancaq hesab edirəm ki, bizim forum və bu mövzuda Azərbaycanda və dünyanın digər yerlərində təşkil olunan çoxsaylı beynəlxalq tədbirlər multikulturalizm dəyərlərinin təşviqi ilə bağlı söyləyər göstərdiyimizi aydın nümayiş etdirir” (3).

Digər tərəfdən, xalqlar arasında mədəni əlaqələrin genişlənməsinin, mədəniyyətlərin yaxınlaşmasının əsas vasitələrindən biri də beynəlxalq və milli səviyyədə mədəni hüquqların daha möhkəm təmin olunmasıdır. Hamı tərəfindən qəbul edilmiş mədəni hüquq normalarının təmin edilməsi və müdafiəsi hazırda beynəlxalq birliyin əsas vəzifələrindən birinə çevrilməlidir.

Hazırda dünyada müxtəlif mədəniyyətlər arasında münasibətlərin inkişaf etdirilməsində beynəlxalq təşkilatlar - BMT, Avropa Şurası, ATƏT, İKT, YUNESKO, İSESKO və b. mühüm rol oynamaqlarına baxmayaraq, onlar öz fəaliyyətlərini daha da artırmalıdırlar. Çünki dünyada müharibə ocaqlarının sayı nəinki azalmayıb, əksinə, artmışdır. Eyni zamanda dünyada müxtəlif dini-mədəni xüsusiyyətlərə, tarixi təcrübəyə əsaslanan bir çox fərqli mədəni sistemlər mövcuddur. Belə şəraitdə mədəniyyətlər arasında istər-istəməz qarşılıqlı anlaşmada problem yaranır, çünki onlar arasındakı fərqlər bir çox hallarda təkəmə əməkdaşlığa deyil, həm də münaqişələrə gətirib çıxarır.

Başqa ölkələrin adət və mədəniyyətlərinə xor baxmaq, millətçilik bütün millət və xalqların milli dövlət quruculuğu prosesində tarixən keçdikləri bir mərhələdir. Əgər o, başqa xalqlara nifrət hissi ilə nəticələnmirsə, milli şüurun, milli ideyanın formalaşmasına xidmət edirsə, müvəqqəti rol oynaya bilər. Milli şüur və milli özünüdərkən dərin vüsət alması ilə müşayiət olunan bu proses xalqların mənəvi potensialının açılmasına, milli tərəqqiyə, onların dünya sivilisasiyasına töhfələrinin daha da genişlənməsinə xidmət edir. Bu hər şeydən əvvəl, tarixi səhnədən sıxışdırılmış, müstəqil dövlətçilik atributlarından məhrum edilmiş xalqların yenidən tarixin yaradıcı qüvvələrinə çevrilməsi, onların dili, adət və mədəniyyətlərinin, iqtisadiyyatlarının inkişafı üçün imkanlar yaradır. Bu həmçinin, milli münasibətlərdən irəli gələn mədəniyyətlərarası

münasibətlərin də vacib şərtidir.

Açar sözlər: *mədəniyyət, insan, cəmiyyət, inkişaf, multikulturalizm, tolerantlıq, vaciblik.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. H.Əliyev. *Azərbaycan XXI əsrin və üçüncü minilliyin ayrıcında*. Bakı: Azərnaşır, 2001

2. İ.Əliyev. *Üçüncü Beynəlxalq Humanitar Forumun açılışı mərasimində çıxışı*. (31 oktyabr 2013-cü il) "Azərbaycan" qəzeti, 01 noyabr 2013-cü il

3. İ.Əliyev. "Ayrı-seçkilik, qeyri-bərabərlik və zorakı münaqişəyə qarşı fəaliyyət naminə dialoq qurmaq" şüarı altında V Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoqun Forumunda nitqi. "Azərbaycan", 3 may, 2019-cu il

4. Xəlilov S. *Sivilizasiyalararası dialoq*. B.: "Adiloğlu", 2009

5. Rüstəmov Y. *Sivilizasiyaların qarşılıqlı münasibəti*. Bakı; Səda, 2007

6. Heydərov N. *Mədəniyyət və mədəniyyət münaqişələrinin həlli*. B. 2015

7. Диалог культур в глобализирующемся мире. М.: Наука, 2005

Важность мультикультурных отношений

РЕЗЮМЕ

В статье говорится, что культурный феномен единственно правильная дорога в спасении, развитии и процветании общества. Главная цель межкультурных отношений в стирании границ этнокультурного различия между народами и распространении культурологической модели по всему миру. Межкультурные отношения не могут быть объяснены в стороне от мультикультуральных ценностей, толерантности и прав человека. Межкультурные отношения важное условие в развитии общества.

Ключевые слова: *культура, человек, общество, развитие, мультикультурализм, толерантность, важность.*

The importance of cross-cultural communication

SUMMARY

The article reveals that cultural phenomenon is the single right way in survival, development and

prosperity of the society. The main function of cross-cultural communication expresses in eliminating the borders of ethnical and cultural difference between peoples and spreading the cultural model over the world. Cross-cultural communication can not be explained aside from multicultural values, tolerance and human rights. Cross-cultural communications are the important term in society's development.

Keywords: *culture, human, society, development, multiculturalism, tolerance, importance.*

“ORTA YAŞ” PROBLEMİNƏ NƏZƏRİ YANAŞMALAR (D. LEVINSON NƏZƏRİYYƏSİ ƏSASINDA)

NƏRGİZ ƏLİYEVƏ

*Bakı Dövlət Universiteti
Sosial elmlər və psixologiya fakültəsi,
doktorant*

Doğulan hər canlı böyüyür, yetkinləşir, qocalır və ölür. Bu həyatın qanunudur. Orta yaş dövrünün nə vaxt başlayıb, nə vaxt sona çatması ilə bağlı psixoloqlar arasında orta fikir birliyi mövcud deyildir. Məsələn, R. J. Havighurst orta yaş dövrünü 30-35 yaş arası, D. J. Levinson isə 40-60 yaş arası olaraq qəbul edir. İnsan ömrünün 35 yaşından etibarən 65 yaşına qədər olan dövrü “orta yaş dövrü” olaraq qəbul etmək olar. Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı tərəfindən isə 45-65 yaş arası müddət “orta yaş” dövrü olaraq qəbul edilmişdir. Avropa və ABŞ əhalisinin böyük bir hissəsini orta yaş qrupundan olan insanlar təşkil edir [1.s.201]. Ona görə də “orta yaş” anlayışı elm adamlarının daha çox diqqət mərkəzindədir. Son vaxtlar bu prosesə maraq daha da artmışdır, lakin uşaqlıq, yeniyetməlik, gənclik dövrlərinə nisbətən bu dövr haqqında daha az araşdırma aparılmışdır. Ancaq 1970-ci illərdən sonra bu istiqamətdə müəyyən tədqiqat işləri aparılmağa başlanmışdır. Orta yaş dövrü ilə bağlı araşdırmalarda da görmək mümkündür ki, bu dövr dolaylı yolla tədqiq edilmişdir. J. Piaje, Z. Freyd istisna olmaqla bu dövrü geniş şəkildə tədqiq edən olmamışdır. Yəni yeniyetməlik dövründən sonrakı dövr haqqında o qədər də əhəmiyyətli araşdırma aparılmamışdır. Qismən də olsa əhəmiyyətli olan nəzəriyyələrə E. Eriksonun psixososial inkişaf nəzəriyyəsini, D. Levinsonun “İnsanın pozitiv inkişafı”, Kenistonun, Böhlerin “İnsan həyatının davamlılığı” və Arnettin “Özünü göstərən yetkinlik” nəzəriyyəsini göstərmək olar.

Orta yaş dövründə olan insanları “yetkin” şəxslər kimi də adlandırmaq olar. “Yetkin” termini latınca “böyümək” kəlməsindən gəlir. Yəni yetkin insan artıq böyümüş insandır. Burada həm fiziki, həm psixi böyümə nəzərdə tutulur. Belə nəticə çıxır ki, yetkin insan həm fiziki, həm psixi cəhətdən dolğunlaşır. Burada ən vacib məqam bu iki anlayışın izahında və meyarındadır. Uzun müddət yetkinlik yaş

normalarına görə müəyyən edilmişdir və şəxsin özünün yetkin kimi hiss etməsi nəzərə alınmamışdır. Həmçinin yaş meyarında da ümumiləşmiş fikir birliyi mövcud deyildir.

Müxtəlif cəmiyyətlərdə yetkinlik müxtəlif normalarla müəyyənləşdirilir. Əksər cəmiyyətlərdə təhsili bitirmək, işə başlamaq, evlənmək, valideyn olmaq yetkinliyin başlanğıcıdır. Amma yetkinlik hər bir fərd üçün fərqli mənə daşır. Digər tərəfdən isə, bir insanın ən uyğun “evlilik, iş, təhsil bitirmək, uşaq sahibi olmaq, təqaüdə çıxmaq vaxtı” kimi xüsusiyyətlərini cəmiyyət özü müəyyən edir. Bunlar heç bir qanunda mütləq şəkildə göstərilməyib.

Amerikan psixoloqu Jeffrey Jensen Arnett insan inkişafına təsir göstərən iki cür cəmiyyət göstərir: dar və geniş cəmiyyətlər. Geniş sosiallaşmağa ABŞ, Kanada, Avropanın böyük bir hissəsini aid edir. Bu cəmiyyətlər yaşam boyunca şəxslərə bir çox seçimlər təqdim edir, cəsarətləndirir, asılılığın olmadığı dəyərlər formalaşdırır. Burada özünü ifadə edə bilmək kimi xüsusiyyətlər hakimdir. Belə cəmiyyətlərdə mütləq formada yaxşı - pis, doğru - səhv anlayışları yoxdur. Gözləntilər, məsuliyyətlər, cəzalar azdır. Fərdi inkişaf üçün imkanlar yaradılır. Qısaca, şəxsin birinci maraq dairəsi özüdür.

Dar sosiallaşma sənayeləşməmiş cəmiyyətlərdə yaranır. İnsanların yaşayış tərzini müəyyən bir çevrə ilə əhatələyib, asılılıq çox, seçimlər isə azdır. Belə cəmiyyətlərdə mütləq olaraq, yaxşı - pis, səhv - düz anlayışları müəyyən olunmuşdur. Gözləntilər, məsuliyyətlər mütləqdir, qaçınılmazdır, cəmiyyətdən yayınmanın nəticəsi isə cəzadır. Fərdi fərqliliklərə əhəmiyyət verilmir. Dar sosiallaşmada fərdlər cəmiyyətə və ailəyə güvənmə istiqamətində formalaşırlar [3. səh. 47].

Yuxarıda qeyd olunanlara əsasən, ənənəvi yetkinlik anlayışı ilə modern yetkinlik anlayışı arasındakı fərqi dar və geniş cəmiyyətlərin nümunəsində izah etmək mümkündür.

Sənayeləşməmiş cəmiyyətlərdə gənclərin çoxu yetkinlərin nəzarətindədir. Belə cəmiyyətlərdə yetkinlər tərəfindən mütləq olan norma və qanunlar uşaqlara öyrədilir və bu bütün ömür boyunca davam edir. J. J. Arnett və S. Taberə görə belə cəmiyyətlərdə əksər uşaqlar eyni tərzdə yetişdirilir. Uşaqların fərdi idraki inkişafına görə deyil, yaş göstəricisinə görə məsuliyyətləri formalaşdırılır. Amma geniş cəmiyyətlərdə öz məsuliyyətini başa düşmək, sərbəst qərar verə bilmək kimi psixoloji xüsusiyyətlər yetkinliyin əlamətləri kimi qəbul edilir [6. s. 352].

Davranış olaraq isə çağdaş yetkinlik, fərdi nəzarət və sosial vəziyyətlərə uyğunlaşma ilə özünü göstərir. Dar sosiallaşmada gənclər iş münasibətlərində, ailə, nəsillərarası münasibətlərdə və cəmiyyətdə qanunlara, normalara əməl etməyə məcburdur. Bütün bunlar çox erkən yaşdan formalaşdırılır. Çünki, “cəmiyyətin gözlənilməyən qarşılıqlı davranışlara cəmiyyət tərəfindən xoş münasibət bəslənilmir” fikri aşılır. Əksinə olaraq, geniş sosiallaşmada gənclər bəzən cəmiyyətə qarşı olan davranışlara yol verirlər. Belə cəmiyyətlərdə sosial qınaq zəifdir. Yəni, əgər sən hər şeydən razısan, heç bir şeydən narazı deyilsənsə, inkişaf etməsən prinsipi əsas tutulur.

Beləliklə şəxsin orta yaş dövrünü davranış, rəşadət və hissi meyarlarla müəyyən etmək mümkündür. Qısacası, yetkinliyin xüsusi bir izahı yoxdur. Biz ona modern və ənənəvi mədəniyyətlər fonunda müəyyən bir mənə yükü qazandırırıq.

1990-cı illərin əvvəllərinə qədər aparılan araşdırmalara əsasən yetkinliyi müəyyən edən 5 meyar var idi. Bunlar “məktəbi bitirmək”, “işə başlamaq”, “yeni evə köçmək”, “evlənmək”, “valideyn olmaq”dır. Bunları əsas meyar kimi götürdükdə onda düşünmək olar ki, gənclər artıq öz məsuliyyətlərini tam dərk edərək valideynlərindən olan asılılıqdan azad olurlar və həmçinin indentiklik inkişafını da başa vururlar. Həqiqətən də XX əsrin ortalarına qədər bu meyarlardan keçən şəxsləri yetkin adlandırmaq olardı. Bu təxminən 20 yaşdan sonra formalaşmağa başlayırdı. Ancaq indiki dövrdə şəxsin özünün yetkin olaraq hissetməsinə o qədər əhəmiyyət verilmir. Yetkin olmaq zamanla formalaşan bir məfhumdur. Yəni şəxs birdən - birə yetkinliyə addım atmır. Yetkinlik zamanla yavaş - yavaş formalaşır. Buna görə də öz məsuliyyətini dərk etmək, sərbəst qərarlar verə bilmək, iqtisadi baxımdan azad olmaq yetkinliyin üç əsas göstəricisidir. Bu üç ölçü də zamanla formalaşır.

Qısacası, yetkin olmaq demografik göstəricilərlə deyil, şəxsin özündə bu üç meyarı formalaşdırması və özünü yetkin kimi hiss etməsi ilə bağlıdır.

J. J. Arnett kimi bir sıra amerikalı tədqiqatçılar yetkinliyi müəyyən edən bioloji, sosial, psixoloji xüsusiyyətləri müəyyən ediblər. Bioloji xüsusiyyətlərə müəyyən bir yaşa çatmaq, uşaq dünyaya gətirə bilmək, fizioloji inkişafı tamamlamaq daxildir. Sürücülük vəsiqəsi almaq, içki içmək yaşına çatmaq və s. kimi yaşla bağlı olan məsələlər isə sosial xüsusiyyətlərdir. Həmçinin evlilik, şəxsi bir evə sahib olmaq, işləmək, valideyn olmaq rolları da sosial göstəricilər hesab olunur [3. s. 59].

XX əsrin ortalarında İEO demografik tərkibində əsaslı dəyişikliklər mövcud oldu. Orta yaş müddətinin uzanması, erkən ölümlərin azalması, bununla bərabər ailələrdə uşaq sayının az olması yaşlı təbəqənin digər təbəqələrlə müqayisədə sayının artmasına səbəb olmuşdur. Xüsusilə, Birinci və İkinci Dünya müharibələrindən sonra yeni bir sosial şərait axtarışında olan cəmiyyətlərdə sağlamlıq və qida texnologiyalarının inkişafı insanların həyat və yaşayış standartlarını yüksəltmiş, buna paralel olaraq da, orta yaş müddəti uzanmışdır.

Texnologiyanın inkişafı insanların yaşam tərzində öz təsirini göstərmişdir. Belə ki, sənayeləşmədən əvvəl insanlar arasındakı münasibətlər “biz” şəklində formalaşırdısa, sənayeləşmədən sonra artıq bu münasibətlər “mən” formasına keçməyə başlamışdır. Cəmiyyətdə fərdçilik, fərdiyyətçilik anlayışı özünü qabarıq şəkildə göstərməyə başlayırdı. Bu isə psixoloji və sosioloji aspektdən yaşlılıq anlayışını diqqət mərkəzində saxlamağın vacibliyini gündəmə gətirirdi. Texniki inkişafıya bağlı olaraq, təbii olaraq orta yaşlıların və onların problemləri də artmışdır. Əgər bu gün biz onların problemləri ilə maraqlanmasaq, onun həlli yollarını axtarıb tapmasaq, gələcəkdə bizlər də bu problemlərlə qarşı-qarşıya qalacağıq.

Təəssüf ki, bir çox cəmiyyətlərdə gənclər daha çox önəm kəsb edir və bu istiqamətdə müxtəlif işlər həyata keçirilir, proqnozlar verilir, tədbirlər planı hazırlanır. Bunun nəticəsi olaraq orta yaşlılar kənar qalır. Cəmiyyətimizdə uşaqlar və gənclər sevilir, qocalara xüsusi hörmət, qayğı göstərilir, orta yaşlılara isə bilinməzlik kimi yanaşılır. Uşaq və qoca üçün xüsusi adlandırma var, amma orta yaşlı üçün xüsusi ad yoxdur. Orta yaş dövrü ölümə gedən yolun başlanğıcı kimi qəbul olunduğundan, əksəriyyət 40 yaşından sonra yaşamaq istəmir. 40 yaş narahatlıq,

sıxıcı, kədər və depressiya ilə dolu olan bir yaş kimi qəbul olunur. Ona görə də orta yaş dövrünü yenidən ətraflı araşdırmaq, norma olaraq nəyin doğru olduğunu müəyyən etmək və orta yaş dövrünə olan baxışı dəyişmək vacibdir. Orta yaş dövrünün əsas xüsusiyyətləri nədən ibarətdir? Bu sualın cavabını ətraflı araşdırmaq gərəkdir. Bu baxımdan orta yaş dövrü bioloji, fiziki, psixoloji, sosial tərəfləri ilə dəyərləndirilməsi vacib olan bir mərhələdir. Bu onun mahiyyətini dərinlən anlamaq üçün çox vacibdir.

Orta yaşlı insanları adətən xüsusi və olduqca ardıcıl, nizamlı bir xarakterə, qarışıq bir temperamentə sahib olan şəxslər kimi qəbul edə bilərik. Formalaşmış şəxsiyyət quruluşu insanların nizamlı münasibətə daxil olması üçün çox vacibdir. Şəxsiyyətin quruluşu, oxşar çətinliklərdə və situasiyalarda verilən reaksiyalardakı fərdi xüsusiyyətləri və əksinə fərqli situasiyalarda olduqca ardıcıl olan davranışları anlamağımıza da kömək edir. Başqa sözlə, şəxsiyyət, fərd ilə ətrafı arasında bir eynilik yaradır. Yəni, şəxsin keçmiş təcrübələrindəki fərdi eyniliyi, münasibəti indiki cəmiyyəti, ətrafı dəyərləndirməsinə kömək edir. Nəticə olaraq, insanın şəxsiyyəti keçmişdə, xüsusilə uşaqlıq illərində qarşılaşdığı hadisə və təcrübələrə verdiyi fərqli reaksiyalar zamanı formalaşmağa başlayır. Digər tərəfdən insanların zamanla dəyişdiyi də intuitiv olaraq bilinir. İnsanlar həmişə eyni vəziyyət və hadisələrdə eyni reaksiyanı vermirlər. Orta yaş dövründə də yeni təcrübələr və rollar qazanaraq dəyişə bilirlər. Bu baxımdan, insanların fərqli vəziyyətlərdə və müxtəlif yaş dövrlərində hansı ölçü və meyarlarda dəyişməz, stabil qaldıqları sualı yaranır [3.s.181]. Mənlik mövqeyindən yanaşsaq insanların bənzər situasiyalarda təkrar, bir-birinə oxşar reaksiyalar verdiklərini söyləyə bilərik. Ancaq psixoloqlara görə mənlik və şəxsiyyət anlayışlarını eyniləşirmək olmaz. Şəxsiyyət, fərqli vəziyyətlərdə dəqiq, düşünülmüş reaksiya verən daxili fəaliyyətdir. Mənlik isə şəxsiyyətin mərkəzində formalaşır. Ona görə də mənliklə şəxsiyyət, şəxsiyyətlə xarici aləm arasında olan münasibət olduqca qarışıqdır. Məsələn, bir insanın şəxsiyyətinin uşaqlıq təcrübələrini əks etdirdiyini düşünmək olar, amma şəxsiyyət formalaşdıqdan sonra xarici vəziyyətlərdən çox, daxili hərəkətiliyimizin təsirinin daha çox olduğunu görürük. Unutmayaq ki, yenə də şəxsiyyət xarici faktorların təsiri ilə yönlənir. Murphynin dediyi kimi, “Səninlə sənin ortafın arasında kəskin sərhəd yoxdur. Ətraf sənin üzərində

səni dəyişdirən, formalaşdırən bir təsirə malikdir.

Orta yaş dövrü ilə bağlı aparılan araşdırmalar içərisində D.Levinsonun nəzəriyyəsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Orta yaşlı kişiləri tədqiq edərkən D.Levinson fərdi həyat nəzəriyyəsini formalaşdırmışdır. Daha sonra isə orta yaşlı qadınları da tədqiq etmiş və nəzəriyyəsini genişləndirmişdir. Levinsona görə hər yaş mərhələsində insanın özünəməxsus qazandığı və itirdiyi xüsusiyyətlər, rollar vardır. Onun fikrincə yetkinlik dövrü psixologiya, sosiologiya, tarix, biologiya kimi fənnlərin predmet sahəsi olmalıdır və bu fənnlərin ortaq olaraq yetkinlik məsələsini analiz etmələrinin vacibliyi vurğulayırdı.

Levinson fərdi həyat nəzəriyyəsində “həyat axını”, “həyat dövrü”, “yetkinlərin inkişafı” və “həyat quruluşu” anlayışından istiadə edir.

“Həyat axını” (flow of life) insanın dünyaya gəldiyi gündən ölənə qədər mövcud olan inkişafın görünən xüsusiyyətləridir. “Həyat axını” sadə və sürətli bir dövr deyil və bir - birini təkrarlamır. Ona görə də insan həyatını bütün dövrlərdə tədqiq etmək lazımdır. Bu zaman insanın gözləntiləri, həyatdakı hədəfləri, fizioloji dəyişiklikləri, problemlə dövrəldə verdiyi reaksiyalar, müxtəlif sosial rolları və s. kimi bütün məqamlar nəzərə alınmalıdır.

“Həyat axını” təhlil edilərkən bioloji, psixoloji və sosial amillər kompleks şəkildə qiymətləndirilməlidir. Beləliklə, yetkin fərdin mənəvi inkişafını, bioloji qocalmasını, peşə üstünlüklərini, stresli situasiyalardakı reaksiyasını, sosiallaşmasını və s. kimi məqamları nəzərə almaqla ona bütöv bir sistem şəkildə yanaşmaq lazımdır.

Levinson nəzəriyyəsində qeyd olunan ikinci konsepsiya “həyat dövrü” (lifecyle). “Həyat dövrü” müəyyən bir ardıcılıqla həyat axınının inkişafına və dəyişməsinə təsir göstərir. Hər bir insanın həyat qaydasını təmin edən və fərdi fərqlər yaradan ömür müddətinin quruluşu, yaş dövrlərinin cəmi həyat dövrünü formalaşdırır. Levinsona görə, hər yaşın öz bioloji, psixoloji və sosial ölçüləri vardır. Bu ölçülərin hər biri həyatın quruluşuna fərqli töhfələr verir. “Həyat dövrü” dörd mərhələdən ibarətdir. Bu mərhələlər müvafiq olaraq yetkinliyə qədərki dövr, ilk yetkinlik dövrü, orta yetkinlik və son yetkinlik dövründən ibarətdir [4.s. 5].

Levinson nəzəriyyəsində müzakirə olunan üçüncü konsepsiya “yetkinliyin inkişafıdır”. Yetkinlərin inkişafı doqquz fazadan və ömür müddətindəki keçid mərhələlərindən ibarətdir.

Yetkinlərin ömür müddətindəki ilk yetkinlik dövründə yaşam bünövrəsinə ilk addım (22-28 yaş), ilk yetkinlik dövründə yaşam bünövrəsinin tamamlanması (33-40 yaş), orta yetkinlik dövrü üçün yaşam bünövrəsinə ilk giriş (45-50 yaş) və orta yetkinlik dövrü üçün yaşam bünövrəsinin tamamlanması (55-60 yaş) olmaqla dörd mərhələdən ibarətdir. Yetkinlərin həyat dövründəki keçid dövrlərinə isə ilk yetkinliyə keçid (17-22 yaş), 30 yaşa keçid (28-33 yaş), orta yaşa keçid (40-45 yaş), 50 yaşa keçid (50-55 yaş) və son yetkin yaşa keçid (60-65 yaş) olmaqla beş mərhələdən ibarətdir [4. s. 7].

İlk yetkinliyin ilk üç mərhələsi (ilk yetkinliyə keçid, ilk yetkinlik üçün həyat strukturuna daxil olma və 30 yaşa keçid) bu dövrün başlanğıcı, uyğunlaşma mərhələsini təşkil edir. Bu dövrlər bizə əbədi olmayan bir həyat quruluşunu və qazandıqlarını formalaşdırmaq imkanı təqdim edir. Bu yaşın son iki mərhələsi (ilk yetkinliyin həyat quruluşunu başa çatdırmaq və orta yaşa keçid) bu dövrün son mərhələsini təşkil edir.

Orta yetkinliyin ilk üç mərhələsi (orta yaşa keçid, orta yetkinlik həyat quruluşuna daxil olmaq və 50 yaşa keçid) bu dövrün başlanğıcını, şagirdlik və təcrübəsizlik mərhələsini təşkil edir. Bu dövrlərdə fərd, ilk yetkinliyin məzunu və orta yetkinliyin şagirdlik mərhələsini yaşayır. Bu dövrdə insan öz həyat yolunu müəyyən edənə qədər uzunmüddətli sınaqlardan keçir. Bu yaşın son iki mərhələsi (orta yetkinliyin həyat quruluşunu sona çatdırmaq və inkişaf etmiş yaşa keçid) bu dövrün son mərhələsini təşkil edir. Bu iki mərhələ növbəti mərhələyə keçmək üçün hazırlığı təşkil edir.

Levinson nəzəriyyəsində müzakirə edilən “həyat quruluşu” adlanan sonuncu konsepsiya fərdin özünün icra etdiyi sosial rolların, ətrafla mövcud olan sosial münasibətlərin cəmidir. Fərdin daxili proseslərinə fərdi gözləntilər, ümidlər, hədəflər, bacarıqlar, həyatdakı məqsədləri, dəyərlər və mövcud situasiyalara reaksiyaları daxildir. Sosial (xarici) proseslər dedikdə isə sosial məsuliyyətləri, rolları, ailə münasibətləri, iş həyatındakı seçimləri, istirahət fəaliyyətləri, dostluq münasibətləri, həyat tərzini və sosial-iqtisadi həyat üstünlüklərini aid edirik. Sosial proseslər və münasibətlər, dəyərlər, hədəflər və s. şəxsin öz inkişafına qoyduğu kapital kimi qiymətləndirilir [4.s.10]. Bu münasibətlər vasitəsilə fərd cəmiyyətdə iştirak edir və həyat axınını formalaşdırır. Dostlar, həyat yoldaşı, valideynlər

və uşaqlar, rəhbərlər və həmkarlar, müəllimlər və tələbələr, ölən bir insan, simvolik bir qrup, cəmiyyət, dini icma, birlik, təşkilat, təbiət, kainat, yer və s. ilə münasibət müəyyən bir məna yükünə sahib olur. Hər bir əlaqə insanın həyatı boyunca ya dəyişiklik, ya da sabitlik göstərir. Həyat quruluşunun dəyişməsi ilə bu münasibətlər fərdin həyatında fərqli funksiyalara çevrilir. Beləliklə, həyat quruluşu anlayışı həyat axınındakı dəyişikliklərin, özünü təkmilləşdirməyin və başqaları ilə qazanlı əlaqələrin öyrənilməsinə zəruri edir.

Levinson həyat quruluşu anlayışını şəxsiyyət termini ilə müqayisə edərək onu daha yaxşı dərk etməyimizə imkan yaradır. Belə ki, əgər şəxsiyyət anlayışı bir şəxsin kim olduğu ilə əlaqədirsə, həyat quruluşu hal hazırda şəxsiyyətin həyatının hansı məna yükünü daşması ilə bağlıdır. Şəxsiyyət nəzəriyyələri qabiliyyət, özünü göstərmə, dəyər quruluşu və düşüncə tərzini kimi xüsusiyyətlərə əsaslanaraq nəticələr ortaya qoyursa, həyat quruluşu nəzəriyyəsi həyata yeni nələrsə əlavə etmək, həyatın vacib fazalarının necə bağlandığına və həyatı daha dərinləndirmək üçün yaranan əlaqələrə görə nəticə çıxarmağımıza imkan verir [3.s.60]. Yəni, fərdin həyat quruluşunun ən mənalı tərəflərini kəşf etməyimizə yol açır.

Levinson görə, fərdi həyat quruluşu ilk, orta və inkişaf etmiş yetkinlik illərində həyat dəyişməz bir şəkildə inkişaf edir. Maraqlıdır ki, bu müntəzəm nizam və daimi nümunəvi davranışlar təkcə mənəvi və peşə inkişafında, ailə və sosial aspektlərdə deyil, eyni zamanda fərdi həyatın quruluşunda da baş verir. İnsan varlığının təbiətindəki dövrü dəyişiklik ilə həyatın quruluşu daim dəyişir.

Levinsonun həyat quruluşu ilə bağlı ilk tədqiqatında müxtəlif peşə sahibləri olan kişiləri öyrənmişdir. Sonrakı illərdə Levinson ilk və orta yetkinlik dövründəki qadınları və müxtəlif peşələrin evdar qadınları ilə aparılan danışıqlar nəticəsində nəzəriyyəsini inkişaf etdirmişdir. Böhler, Erikson və Gould kimi, Levinson da ilk yetkinlik dövrünün sonunda fərdlərin həyatlarını nəzərdən keçirdiklərini və fərqli hədəflər inkişaf etdirərək orta yaşa keçidi hazırladıqlarını müəyyən etmişdir. Demək olar ki, Levinson nəzəriyyəsi, Erikson nəzəriyyəsi kimi, həyatın detallı psixososial inkişafını izah etməyə çalışan ideal bir nəzəriyyədir. Levinsonun dediyi kimi, evliliyi, iş və ailə həyatını, fərdin ömrü boyu həyatının mərkəzi elementləri kimi qəbul etmək olar [3.s. 59].

Orta yaşlı insanları adətən xüsusi və olduqca ardıcıl, nizamlı bir xarakterə, qarışıq bir temperamentə sahib olan şəxslər kimi qəbul edə bilərik. Formalaşmış şəxsiyyət quruluşu insanların nizamlı münasibətə daxil olması üçün çox vacibdir. Şəxsiyyətin quruluşu, oxşar çətinliklərdə və situasiyalarda verilən reaksiyalardakı fərdi xüsusiyyətləri və əksinə fərqli situasiyalarda olduqca ardıcıl olan davranışları anlamağımıza da kömək edir. Başqa sözlə, şəxsiyyət, fərd ilə ətrafı arasında bir eynilik yaradır. Yəni, şəxsin keçmiş təcübələrindəki fərdi eyniliyi, münasibəti indiki cəmiyyəti, ətrafı dəyərləndirməsinə kömək edir. Nəticə olaraq, insanın şəxsiyyəti keçmişdə, xüsusilə uşaqlıq illərində qarşılaşdığı hadisə və təcrübələrə verdiyi fərqli reaksiyalar zamanı formalaşmağa başlayır.

Orta yaş dövründə insanlar olduqları mühitə uzunmüddətli, əhəmiyyətli bir tövhə vermək istəyirlər. Bəziləri bunu nümunəvi ailə modeli yarıdaraq, bəziləri isə işlərində məhsuldarlıq nümayiş etdirərək həyata keçirir. Ancaq hər zaman bu istəklər reallaşmaya bilər. Bu zaman orta yaş dövrü durğunluq mərhələsi kimi formalaşır. Durğunluq isə şəxsin özünə yönəlir. Şəxs yaşayındakı hər şeyi öz mənafeyinə, eqosentrizminə uyğunlaşdırmağa çalışır, amma həyat yenə də maraqsız və darıxdırıcı gəlməyə başlayır. Narazılıq, şikayət, tənqid durğunluğun ən nəzərə çarpan göstəriciləridir. Bu gün, böyüklərin necə düşündükləri, dəyər verdikləri şeylər, həyatlarında hansı seçimləri ön plana çəkdiqləri tədqiqat mövzusunun əsas hissəsini təşkil edir. Bu kontekstdə ilk və orta yetkinlik dövrü ilə ətraflı məşğul olan Levinsonun fərdi həyat quruluşu nəzəriyyəsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bir çox cəmiyyətdə bu nəzəriyyə əsasında karyera inkişafı, həyat hədəfləri, həyat və inkişaf böhranları və keçid dövrləri kimi bir çox məsələlər üzrə tədqiqatlar aparılmışdır.

Açar sözlər: *Yetkin, orta yaş, orta yaş dövrü.*

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Qədirov Ə.Ə. *Yaş psixologiyası*. Bakı, 2002
2. Emrahlı L. *Səxsiyyət və cəmiyyət*. Bakı, "MBM", 2009.
3. Hasan Bacanlı, Şərifə Işık, *Yetişkinlik və yaşlılıq (gelişimi və psixolojisi)*, Pegem akademi, Ankara, 2019
4. Levinson DJ (1986) *A conception of adult development*.

5. Levinson DJ (1996) *The Seasons of a Woman's Life*. New York, Knopf.

6. Arnett, J. (1992). *Reckless behavior in adolescence: A developmental perspective*. *Developmental Review*, 12, 339-373

7. Margie. E. Lachman, "Development in midlife" 2004

Теоретические подходы к проблеме "среднего возраста"

(на основе теории Д. Левинсона).

Наргиз Алиева

РЕЗЮМЕ

Средний возраст-это период,когда выполняются различные обязанности и роли такие как стать супругом,рождение ребёнка,стать родителями и т.д.Одна из теорий -теория структуры индивидуальной жизни Левинсона,которая делает упор на раннем взрослом возрасте. В этом исследовании жизненные структуры индивидов в период ранней взрослой жизни изучались с точки зрения развития задач,связанных с построением и изменением структуры

Ключевые слова: *Взрослый, средний возраст, возрастной период.*

Theoretical approaches to the problem of "middle age"

(based on the theory of D. Levinson)

Nargiz Aliyeva

SUMMARY

Middle age is a period in which different responsibilities are experienced intensively and many roles such as spouse, parent, employee and having a child are performed most actively. Universality of theories explaining early adulthood has long been discussed. One of these theories is the Levinson's theory of individual life structure that emphasis on early adult years. In this study life structures of individuals in the early adulthood period was examined in terms of structure-building and structure-changing development tasks, regarding Levinson's theory of individual life structure.

Keywords: *Adult, middle-aged, age period.*

MÜNDƏRİCAT

SİYASİ ELMLƏR

SURXAY HACIYEV: İKİNCİ QARABAĞ MÜHARİBƏSİ FONUNDA AZƏRBAYCAN-İSRAİL MÜNASİBƏTLƏRİ.....	5
LEYLA ŞAHHÜSEYİNBOYVA: AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ NEFT STRATEGİYASI.....	12

TARİX

SÜRƏYYA ALLAHVERDİYEV: MƏHƏMMƏD ƏMİN RƏSULZADƏNİN ƏSƏRLƏRİNDƏ QARABAĞ TARİXİNƏ NƏZƏR.....	17
VÜQAR HACIYEV: QARABAĞDA MƏSKUNLAŞDIRILAN ERMƏNİLƏRİN SAXTA QƏDİMLİK İDDİALARINA QARŞI GERÇƏK FAKTLAR.....	20

İQTİSADİYYAT

VÜQAR BAYRAMOV: DAYANIQLI İNKİŞAFIN ÖLÇMƏ METODİKASI: ADEKVATLIQ PROBLEMİ.....	25
NOVRUZ HÜSEYNOV: SOSIAL SIĞORTA İNSTİTUTUNUN FORMALAŞDIRILMASININ NƏZƏRİ VƏ İNSTUTİSIONAL ƏSASLARI.....	32
VÜQAR KƏRİMLİ: QLOBAL ƏRZAQ TƏHLÜKƏSİZLİYİ İNDEKSİNDƏ (MÖVCUDLUQ SUBİNDEKSİ ÜZRƏ) AZƏRBAYCANIN MÖVQEYİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ VƏ YAXŞILAŞDIRILMASI YOLLARININ ARAŞDIRILMASI.....	37
TURANƏ MƏMMƏDOVA: SOSIAL MEDİANIN İSTEHLAKÇI DAVRANIŞINA TƏSİRİ.....	42
SƏBİNƏ HƏSƏNOVA: AZƏRBAYCANDA MEHMANXANA SEKTORUNUN MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ.....	46
TÜRKƏN MƏMMƏDOVA: VERGİ SİSTEMİNİN MAKRO SƏVİYYƏDƏ SOSIAL-İQTİSADİ PROSESLƏRƏ TƏSİR MEXANİZMİ.....	51
ДЖАМИЛЯ ГАСЫМОВА: ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИЯХ АЗЕРБАЙДЖАНА.....	56
VÜSAL HACİƏLİ: MÜASİR ŞƏRAİTDƏ PƏRAKƏNDƏ TİCARƏT MÜƏSSİSƏLƏRİNİN KOMMUNİKASIYA SİYASƏTİNİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....	61
ZEYNƏB BƏDƏLOVA: MÜƏSSİSƏLƏRDƏ KREDİTORLARLA HESABLAŞMALARIN UÇOTUNUN TƏŞKİLİ METODİKASININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ.....	66
ELŞƏN RƏFİYEV: BANK RİSKLƏRİNİN MAHİYYƏTİ.....	71
HUSEYN TALIBZADƏ: AZƏRBAYCANDA REKLAM BİZNESİNİN İNKİŞAF ETMƏSİNİN MÜHÜM İSTİQAMƏTLƏRİ.....	76
NİHAT KƏRİMLİ: AZƏRBAYCANDA SOSIAL XƏRCLƏR.....	81

ƏFSAN ƏLİYEV: KAPİTALA AİD EDİLƏN EHTİYATLARIN İQTİSADI MAHİYYƏTİ VƏ ONLARIN İSTEHSAL PROSESİNDƏ ROLU.....	86
ÜLVİ NURİZADƏ: İŞÇİLƏRLƏ HESABLAŞMALARIN ANALİTİK VƏ SİNTETİK UÇOTU....	90
TEYMUR SƏLİMOV: AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA GÖMRÜK NƏZARƏTİNİN MAHİYYƏTİ VƏ HƏYATA KEÇİRİLMƏSİ FORMALARI.....	95
RƏHİM QƏDİMLİ: İDARƏETMƏ ETİKASININ FORMALAŞMASININ İQTİSADI MAHİYYƏTİ VƏ İNKİŞAFI İSTİQAMƏTLƏRİ.....	101
İZMİR FƏTAHOV: TİKİNTİ SEKTORUNDA SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİ İLƏ BAĞLI ATILAN ADDIMLAR ÖLKƏ İQTİSADİYYATININ ƏSAS TƏRKİB HİSSƏSİ KİMİ.....	108
FUAD HÜSEYNOV: İQTİSADİYYATIN DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİ MODELƏRİ.....	113
ELÇİN CAHANGİRZADƏ: MALİYYƏ DAYANIQLIĞININ TƏMİN OLUNMASINDA DAXİLİ AUDİTİN ROLU VƏ VƏZİFƏLƏRİ.....	118
ORXAN BAYRAMLI: AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA AUDİTİN İNKİŞAFININ ÜMUMİ TENDENSİYALARINI ƏKS ETDİRƏN GÖSTƏRİCİLƏRİN TƏHLİLİ.....	123
SƏNAN İMANOV: SOSIAL SAHİBKARLIĞIN İNKİŞAFI: BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏ VƏ ONUN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ.....	128
ŞÖVKƏT MİRZƏYEV: PUL AXINI ANLAYIŞI VƏ PUL VƏSAİTLƏRİNİN HƏRƏKƏTİ HAQQINDA HESABATA NƏZƏRİ YANAŞMA.....	133
LEYLA SÜLEYMANOVA: “COVID-19” PANDEMİYASI İLƏ İNNOVATİV MÜBARİZƏ.....	137
НАРМИН МАГЕРРАМОВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ.....	142
NƏSİB YUSUBOV: TURİZM İQTİSADİYYATI VƏ İDARƏÇİLİYİNİN ƏSAS SOSIAL İQTİSADI MAHİYYƏTİ.....	147
QARDAŞXAN QARDAŞXANLI: ŞƏXSİ HEYƏTİN MOTİVASİYA SİSTEMİNİN ÖYRƏNİLMƏSİ VƏ KADR MOTİVASİYASI AMİLLƏRİ.....	154
İSRAİL MİRZƏYEV: MÜƏSSİSƏLƏRDƏ MARKETİNQ STRATEGİYASININ FORMALAŞDIRILMASI ÜÇÜN KONSEPTUAL ƏSASLAR.....	160
FƏLSƏFƏ VƏ SOSİOLOGİYA	
MÜSLÜM NƏZƏROV: İNFORMASIYA CƏMİYYƏTİNDƏ TƏHSİL FƏLSƏFƏSİNİN VƏZİFƏLƏRİ VƏ PERSPEKTİVLƏRİ.....	166
ADİL SADIXOV, FAİQ ƏLİYEV: MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI MÜNƏSİBƏTLƏRİN VACİBLİYİ.....	171
NƏRGİZ ƏLİYEV: “ORTA YAŞ” PROBLEMİNƏ NƏZƏRİ YANAŞMALAR (D. LEVİNSON NƏZƏRİYYƏSİ ƏSASINDA).....	177

Təsisçi:
“Kaspi MY” MMC

Korrektor:
Leyla Binyatova

Dizayner:
İman Hüseynov

Redaksiyanın ünvanı:
Mətbuat pr. 23M. Beynəlxalq Mətbuat
Mərkəzi
Tel: (+994 12) 537 16 05
Faks: (+994 12) 537 16 05
E-poçt: strategiya.az@mail.ru

Tiraj: 300
Sifariş №116

“Elm və təhsil” nəşriyyat-poliqrafiya
müəssisəsində çap olunub

Founder:
“Kaspi PD” MMC

Corrector:
Leyla Binyatova

Designer:
Iman Huseynov

Address of the editorial office:
Matbuat ave. 23M. International Press Centre

Tel: (+994 12) 537 16 05
Fax: (+994 12) 537 16 05
E-mail: strategiya.az@mail.ru

Number of copies printed: 300
Order №116

Published by
“Science and Education” publishing house