

ELMİ TƏDQIQAT

Beynəlxalq Onlayn Elmi Jurnal

SCIENTIFIC RESEARCH

International Online Scientific Journal

aem.az



e-ISSN: 2789-6919

**ELM VƏ TƏHSİLDƏ MÜASİR TƏLƏBLƏR
IX TEZİSLƏR TOPLUSU**

**MODERN REQUIREMENTS IN SCIENCE AND EDUCATION
IX THESES COLLECTION**

ELMİ TƏDQIQAT

Beynəlxalq Onlayn Elmi Jurnal

İmpakt Faktor: 1.172

ELM VƏ TƏHSİLDƏ MÜASİR TƏLƏBLƏR

IX TEZİSLƏR TOPLUSU

DOI: <https://doi.org/10.36719/2024/IX>

SCIENTIFIC RESEARCH

International Online Scientific Journal

Impact Factor: 1.172

MODERN REQUIREMENTS IN SCIENCE AND EDUCATION

IX THESES COLLECTION

Bakı – Bakı

2024

Jurnal 01.03.2021-ci ildə
Azərbaycan Respublikası
Ədliyyə Nazirliyi
Mətbu nəşrlərin reyestrinə
daxil edilmişdir.
Reyestr № 4336

On 01.03.2021, the journal
was included in the register
of Press publications of the
Ministry of Justice of the
Azerbaijan Republic
Registration № 4336



Redaksiyanın ünvanı:
Az1073, Bakı şəh.,
Mətbuat prospekti, 529,
“Azərbaycan” nəşriyyatı,
6-cı mərtəbə

Editorial address:
Az1073, Bakı,
Mətbuat Avenue, 529,
“Azerbaijan” Publish House,
6-th floor

Tel.: +994 50 209 59 68
+994 55 209 59 68
+994 99 807 67 68
+994 12 510 63 99

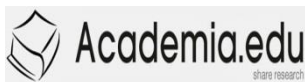
e-mail:
tezis.tedqiqat@aem.az

Beynəlxalq indekslər / International Indices

e-ISSN: 2789-6910
DOI: 10.36719



TOGETHER WE REACH THE GOAL



SEMANTIC SCHOLAR



- © Jurnalda çap olunan materiallardan istifadə edərkən istinad mütləqdir.
© It is necessary to use reference while using the journal materials.
© <https://aem.az>
© info@aem.az

Təsisçi və baş redaktor

Tədqiqatçı Mübariz HÜSEYİNOV, Azərbaycan Elm Mərkəzi / Azərbaycan
+994 50 209 59 68
tedqiqat1868@gmail.com
ORCID ID 0000-0002-5274-0356

Redaktor

Assoc. Prof. Dr. Sevinc SADIQOVA, Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti / Azərbaycan
sevincsadigova@gmail.com

Redaktor köməkçiləri

PhD Könül HƏSƏNOVA, Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti / Azərbaycan
konul_salmanova@mail.ru

Şamxal ŞABİYEV, Azərbaycan Elm Mərkəzi / Azərbaycan
shebiyev85@mail.ru

Dillər üzrə redaktorlar

Assoc. Prof. Dr. Aytac ZEYNALOVA, Azərbaycan Dillər Universiteti / Azərbaycan
PhD Türkan İSMAYILOVA, Naxçıvan Dövlət Universiteti / Azərbaycan

ÜZVLƏR

Prof. Dr. Qəzənfər KAZIMOV, AMEA, Nəsimi adına Dilçilik İnstitutu / Azərbaycan

Prof. Dr. Coanna MARŞALEK-KAVA, Nikolay Kopernik Universiteti / Polşa

Prof. Dr. Hacı HƏSƏNOV, AMEA, A.A.Bakıxanov adına Tarix və Etnologiya İnstitutu / Azərbaycan

Prof. Dr. Nataly MIŞİNA, Odessa Hüquq Akademiyası / Ukrayna

Prof. Dr. Cavid QASIMOV, Van Yüzüncü Yıl Universiteti / Türkiyə

Prof. Dr. Fəxrəddin YUSUBOV, Azərbaycan Texniki Universiteti / Azərbaycan

Prof. Dr. Yelena ŞIŞKİNA, Həştərxan Dövlət Memarlıq-İnşaat Mühəndisliyi Universiteti / Rusiya

Prof. Dr. Yaqut HACIYEVA, Azərbaycan Tibb Universiteti / Azərbaycan

Prof. Dr. İya ZUMBULADZE, Kutaisi Dövlət Universiteti / Gürcüstan

Prof. Dr. Elçin İBRAHİMOV, Azərbaycan Dillər Universiteti / Azərbaycan

Prof. Dr. Onur URAL, Selcuk Universiteti / Türkiyə

Prof. Dr. Rafiq ÇOBANOV, Azərbaycan Tibb Universiteti / Azərbaycan

Prof. Dr. Nikolay BRİKO, İ.M.Seçenov adına Birinci Moskva Dövlət Tibb Universiteti / Rusiya

Prof. Dr. Əkbər AĞAYEV, Sumqayıt Dövlət Universiteti / Azərbaycan

Prof. Dr. Mehmet ÜNLÜ, Marmara Universiteti / Türkiyə

Prof. Dr. Eldar VƏLİYEV, Milli Texniki Universitet / Ukrayna

Prof. Dr. David MENABDE, Kutaisi Dövlət Universiteti / Gürcüstan

Prof. Dr. Eldar MƏSİMOV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan

Prof. Ali AZQANI, Tayler Texas Universiteti / ABŞ

Prof. Dr. Şahlar BABAYEV, Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti / Azərbaycan

Assoc. Prof. Dr. Faiq ŞAHBAZLI, ADNSU-nun nəzdində Sənaye və Texnologiya Kolleci / Azərbaycan

Assoc. Prof. Dr. Gulsanam NOROVA, Navoiy Dövlət Pedaqogika İnstitutu / Özbəkistan
Assoc. Prof. Dr. Elnurə ƏZİZOVA, Azərbaycan İlahiyyat İnstitutu / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Kulaş MAMİROVA, Qazaxıstan Milli Qadın Pedaqoji Universiteti / Qazaxıstan
Assoc. Prof. Dr. Həbib MİRZƏYEV, Azərbaycan Texniki Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Andrey RAGULİN, Rusiya Federasiyasının DİN Moskva Universiteti / Rusiya
Assoc. Prof. Dr. Könül HƏSƏNOVA, Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Gülnoz SATTOROVA, ÖEA Özbək Dili, Ədəbiyyatı və Folkloru İnstitutu / Özbəkistan
Assoc. Prof. Dr. İradə KƏRİMOVA, Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Elov BOTİR, Ə.Nəvai adına Daşkənd Dövlət Özbək Dili və Ədəbiyyatı Universiteti / Özbəkistan
Assoc. Prof. Dr. İlkin ƏLİMURADOV, Azərbaycan İlahiyyat İnstitutu / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Xəlilə HƏSƏNOVA, Sumqayıt Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Cavadxan QASIMOV, Naxçıvan Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Allahverdi ŞƏRİFOV, Azərbaycan Texniki Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Sevinc HƏMZƏYEVA, Sumqayıt Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Leyla ƏLİYEVA, Xəzər Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Amil ƏSGƏROV, Naxçıvan Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Əlövsəd ƏSGƏROV, Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Elnarə MEHBALİYEVA, Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Lalə QOCAYEVA, Gəncə Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Ramazan EYYUBOV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Aliyə RZAYEVA, AR ETN, Təbii Ehtiyatlar İnstitutu / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Əsəd QURBANLI, AMEA, A.A.Bakıxanov adına Tarix və Etnologiya İnstitutu / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Toğrul XƏLİLƏOV, AMEA Naxçıvan bölməsi / Azərbaycan
Dr. Svetlana QORNOVSKAYA, Beloserkovsk Milli Aqrar Universiteti / Ukrayna
PhD Seymur MEŞAİK, Gəncə Dövlət Universiteti / Azərbaycan

Founder and Editor-in-Chief

Researcher Mubariz HUSEYINOV, Azerbaijan Science Center / Azerbaijan
+994 50 209 59 68
tedqiqat1868@gmail.com
ORCID ID 0000-0002-5274-0356

Editor

Assoc. Prof. Dr. Sevinj SADIGOVA, Azerbaijan State Pedagogical University / Azerbaijan
sevincsadigova@gmail.com

Assistant editors

PhD Konul HASANOVA, Azerbaijan State Pedagogical University / Azerbaijan
konul_salmanova@mail.ru

Shamkhal SHABIYEV, Azerbaijan Science Center / Azerbaijan
shebiyev85@mail.ru

Language editors

Assoc. Prof. Dr. Aytaj ZEYNALOVA, Azerbaijan University of Languages / Azerbaijan
PhD Turkan ISMAYILOVA, Nakhchivan State University / Azerbaijan

MEMBERS

Prof. Dr. Gazanfar KAZIMOV, ANAS, Institute of Linguistics named after Nasimi / Azerbaijan
Prof. Dr. Joanna MARSZALEK-KAWA, Nicolaus Copernicus University / Poland
Prof. Dr. Haji HASANOV, ANAS, Institute of History and Ethnology named after A.A.Bakikhanov / Azerbaijan
Prof. Dr. Natalya MISHINA, Odessa Law Academy / Ukraine
Prof. Dr. Javid GASIMOV, Van Yuzuncu Yil University / Turkey
Prof. Dr. Faxraddin YUSUBOV, Azerbaijan Technical University / Azerbaijan
Prof. Dr. Yelena SHISHKINA, Astrakhan State University of Architecture and Construction Engineering / Russia
Prof. Dr. Yaqt HAJIYEVA, Azerbaijan Medical University / Azerbaijan
Prof. Dr. Iya ZUMBULADZE, Kutaisi State University / Georgia
Prof. Dr. Elchin IBRAHIMOV, Azerbaijan University of Languages / Azerbaijan
Prof. Dr. Onur URAL, Seljuk University / Turkey
Prof. Dr. Rafiq CHOBANOV, Azerbaijan Medical University / Azerbaijan
Prof. Dr. Nikolay BRICO, First Moscow State Medical University named after I.M.Sechenov / Russia
Prof. Dr. Akbar AGAYEV, Sumgait State University / Azerbaijan
Prof. Dr. Mehmet UNLU, Marmara University / Turkey
Prof. Dr. Eldar VALIYEV, National Technical University / Ukraine
Prof. Dr. David MENABDE, Kutaisi State University / Georgia
Prof. Dr. Eldar MASIMOV, Baku State University / Azerbaijan
Prof. Ali AZGANY, University of Texas at Tyler / USA
Prof. Dr. Shahlar BABAYEV, Azerbaijan State Agrarian University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Faig SHAHBAZLI, Industrial and Technological college under ASOIU / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Gulsanam NOROVA, Navoi State Pedagogical Institute / Uzbekistan

Assoc. Prof. Dr. Elnura AZIZOVA, Azerbaijan Institute of Theology / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Kulash MAMIROVA, Kazakhstan National Woman Pedagogical Institute / Kazakhstan

Assoc. Prof. Dr. Habib MIRZAYEV, Azerbaijan Technical University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Andrey RAGULIN, Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation / Russia

Assoc. Prof. Dr. Konul HASANOVA, Azerbaijan State Pedagogical University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Gulnoz SATTOROVA, Institute of Uzbek Language, Literature and Folklore of the UAS / Uzbekistan

Assoc. Prof. Dr. Irada KARIMOVA, Azerbaijan State Pedagogical University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Elov BOTIR, Tashkent State University of Uzbek Language and Literature named after A.Navai / Uzbekistan

Assoc. Prof. Dr. Ilkin ALIMURADOV, Azerbaijan Institute of Theology / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Khalida HASANOVA, Sumgait State University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Javadkhan GASIMOV, Nakhchivan State University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Allahverdi SHARIFOV, Azerbaijan Technical University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Sevinj HAMZAYEVA, Sumgait State University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Leyla ALIYEVA, Khazar University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Amil ASKEROV, Nakhchivan State University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Aloysad ASGAROV, Azerbaijan State Agrarian University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Elnara MEHBALIYEVA, Azerbaijan State Pedagogical University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Lala GOJAYEVA, Ganja State University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Ramazan EYYUBOV, Baku State University / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Aliya RZAYEVA, Ministry of Science and Education of the Republic of Azerbaijan, Institute of Natural Resources / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Asad GURBANLI, ANAS, Institute of History and Ethnology named after A.A.Bakikhanov / Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Toghrol KHALILOV, Nakhchivan branch of ANAS / Azerbaijan

Dr. Svetlana GORNOVSKAYA, Beloserkovsk National Agrarian University / Ukraine

PhD Seymur MESHAIK, Ganja State University / Azerbaijan

Kənan Cəfərov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
kanancafar@gmail.com

AZƏRBAYCANDA XARİCİ TİCARƏT ƏLAQƏLƏRİNİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİ VƏ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

***Açar sözlər:** iqtisadi proses, dünya iqtisadiyyatı, iqtisadi integrasiya, xarici ticarət, iqtisadi fəaliyyət*

***Keywords:** economic process, world economy, economic integration, foreign trade, economic activity*

İqtisadi proseslərin qloballaşması şəraitində ölkələr arası iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi, asılılıqların güclənməsi, qarşıya çıxan problemlərin həllərinin çətinləşməsi ilk növbədə milli iqtisadiyyatın təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin konseptual əsaslarının hazırlanmasından asılıdır. Xarici ticarət iqtisadi əlaqələrin əsas mərhələsi kimi çıxış edir.

Xarici ticarət siyasəti ölkələrin birbaşa ticarət balansına təsir edən, əmtəə və xidmət alqı-satqısını və idxal-ixrac proseslərini şərtləndirən dövlət siyasətidir. İqtisadi siyasi amillərin tez-tez dəyişməsi və dünya bazarındakı dəyişikliklərin ölkədaxili iqtisadiyyata təsiri dövlətin xarici iqtisadi əlaqələrini daima diqqət mərkəzində saxlamağa məcbur edir. Hər bir ölkənin iqtisadi idarəetmədə əsas məqsədi xarici ticarət balansına nəzarəti müsbət olaraq dəyərləndirə bilməkdir. Ölkənin ixrac yönümlü siyasətinin güclü olması və davamlı olaraq inkişafı iqtisadi gücünün müsbət olaraq artmasına və xarici ticarət balansında da yüksəlişə gətirib çıxaracaqdır. Bu məqsədlə də inkişafı sürətləndirməyə çalışsan ölkələrdə əsas

xarici ticarət siyasətinin əsasən ixracyönümlü olaraq inkişafıdır. Xarici ticarət əlaqələrinin formalaşması ölkə daxilində iqtisadi qanunvericilikdən, verilən fərmanlardan, keçirilən iqtisadi tədbirlərdən asılı olaraq dəyişir.

Xarici ticarət siyasəti elə bir ticarət siyasətidir ki, bu ticari fəaliyyətdə ölkənin xarici siyasət idarələri xarici ticarət əlaqələrinin tənzimlənməsində fəal iştirak edirlər. İEÖ-in siyasi fəaliyyətində ticarət əlaqələrinə təsirin daha çox olması nəzərə çarpır. Xarici iqtisadi problemlərin daxili iqtisadi inkişafı ilə sıx əlaqəsi bir çox ölkələrdə təşkilatlararası orqanların yaranmasını zəruri edir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, xarici ticarət siyasətinin və xarici iqtisadi əlaqələrin səmərəli fəaliyyəti ölkədə nazirliklərin xarici əlaqələr komitəsi, beynəlxalq əlaqələr kooperasiyası yaradılmalıdır. Lakin bu heç də o demək deyil ki, xarici ticarət əlaqələri tamamilə dövlət inhisarında olmalıdır.

Beynəlxalq aləmdə xarici ticarət texnologiyasının inkişafı ilə yeni ehtiyacların yaranmasına, sifariş və çatdırılma proseslərinin texnologiya vasitəsilə idarə olunmasına böyük təsir göstərməkdədir. Ölkələr arasında sosial-iqtisadi, siyasi və mədəni əlaqələrin artması xarici ticarətin öz çərçivəsi hüdudlarından kənara çıxmağa, turizm və xidmət sektorunun çoxşaxəli inkişafa nail olmasına səbəb olur. Xarici ticarət siyasəti inkişaf etdikcə rəqabət sürətlənir, region və beynəlxalq aləmdə tənzimləmə fəaliyyətinin vacibliyini özündə şərtləndirir.

Ölkənin iqtisadi fəaliyyətinin təşkili və inkişafına baxmış olsaq və onu dünya iqtisadiyyatına uyğunlaşma konsepsiyası kimi araşdırsaq, burda iki mövqeydən yanaşmanın araşdırmaya ehtiyacı olduğunu görmüş olarıq. İlk mərhələ olaraq keçid dövrünün öz mahiyyəti etibarlı ilə ikinci mərhələ olan real bazar mərhələsinə çatması üçün bazarın formalaşması və keyfiyyət

aspektində təşəkkül tapması vacibdir. İkinci mərhələdə isə iqtisadi fəaliyyətin sosial iqtisadi məğzində və cəmiyyətin siyasi tərkibində dəyişikliklərin dünya ticarətinə və iqtisadiyyatına inteqrasiyasının funksional həyata keçməsinə şərait yaradacaqdır.

Xarici ticarətin təhlükəsizliyinin təmin olunması xüsusi bir element kimi nəzərə alınmalı və formalaşdırılmalıdır. Dövlətin xarici ticarət fəaliyyətinin möhkəmləndirilməsi üçün başlıca olan amil ticarətin nə dərəcədə inkişaf etməsi və necə təşkil olunması proseslərinə dayanır. İqtisadi fəaliyyətin getdikcə daha da inkişaf etməsi və dərinləşməsi ölkənin xarici ticarət sferasında müxtəlif dəyişikliklərin olmasını tələb edir.

Dünya praktikasının özü də həmişə göstərmişdir ki, hər hansı ölkə xarici ticarətdə inkişaf etmək istəyirsə, inkişaf yolunun təyin olunması mühüm seçimlərdən biridir. Bu seçimlərdə əsas olaraq 3 inkişaf modelini fərqləndirmək olar.

1. İxrac yönümlü iqtisadiyyatın inkişafı;
2. İstehsalın idxalı əvəz edəcək formada inkişafı;
3. İnteqrasiya.

Bu inkişaf modellərinin hər birinin ayrılıqda tətbiqi həmin ölkənin potensial gücündən və hansı modelə uyğunluğundan asılı olaraq dəyişir. İxrac yönümlü iqtisadiyyat dünya bazarında müasir texnika və texnologiyanın tətbiqinin, yeni malların yaradılmasının, istehsalın artırılmasına yönəldilən strategiyaların məhdudluğundan asılı olaraq dəyişir. Bu inkişaf modeli rəqabət qabiliyyətliliyinin dayanıqlılığının olmasını tələb edir.

Xarici ticarətin inkişafında idxalı əvəz edəcək istehsalın formalaşdırılması üçün bir sıra mal qruplarının idxalı prosesinə son vermək lazımdır. Lakin məlumdur ki, bu prosesdə bütün idxal olunan məhsulların istehsalını yaratmaq mümkün deyil, bu səbəbdən də ölkənin daxili istehsal gücünün hansı sahələrdə

daha inkişafa meyilli olduğunu ortaya çıxarmaq zəruridir. Daxili tələbatın ödənilməsi üçün mərhələli şəkildə investisiya qoyuluşlarına şərait yaratmaq və xarici ticarətin strukturunu elə möhkəmləndirmək lazımdır ki, sonda böyük itkilərin yaranmasına deyil, inkişafa meyilli bir iqtisadi fəaliyyət yaransın.

İri həcmli investisiyaların qoyuluşu müxtəlif istehsal amillərinin xarici ticarət strukturunu müəyyənləşdirməyə imkan verir ki, əsassız dəyişikliklərin olması itkilərin artmasının qarşısını ala bilməyəcək səviyyəyə gəlib çıxmasına şərait yaradır.

Bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə ölkəmiz daxil olmaqla eyni iqtisadi vəziyyətə malik olan ölkələrdə də idxalı əvəz edəcək istehsal sferasının yaradılması lazımi səviyyədə səmərəli olmayacaqdır. İqtisadi inteqrasiya çərçivəsində yaradılan azad ticari bloklar regional çərçivədə inkişafa müsbət təsir yarada bilər.

Xarici ticarət fəaliyyətinin inkişafında nəzərə alınacaq digər əsas məsələ isə inteqrasiya proseslərinin inkişafına şərait yaratmaqdır. İnteqrasiyanın özü kimi, onun öyrənilməsinə yanaşmalar da kifayət qədər rangarəngdir. Bu gün inteqrasiyanın tədqiqi ilə iqtisadçılar, sosioloqlar, politoloqlar, hüquqşünaslar və s. məşğul olurlar. Elmi təhlildə inteqrasiyanın bir qayda olaraq bir neçə istiqaməti fərqləndirilir.

Xarici ticarət əlaqələrinin tədqiqində beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya, beynəlxalq əmək bölgüsü, beynəlxalq istehsal kooperasiyası və istehsalın inteqrasiyalaşdırılması kimi anlayışlara xüsusi diqqət ayrılır.

Xüsusi halda, beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya – dərin dayanıqlı əlaqələrin inkişaf etdirilməsi və milli təsərrüfatlar arasında əmək bölgüsü, müxtəlif səviyyələrdə və müxtəlif formalarda onların təkrar istehsal strukturlarının qarşılıqlı

fəaliyyəti əsasında ölkələrin təsərrüfat-siyasi birləşməsi prosesidir.

Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya özündə milli iqtisadiyyatların qarşılıqlı uyğunlaşmasını, onların vahid təkrar istehsal prosesinə daxil edilməsini əks etdirir. Bu, beynəlxalq inteqrasiya iştirakçılarının məlum ərazi, iqtisadi, struktur və texnoloji yaxınlığını nəzərdə tutur və onun regional xarakterini izah edir.

Anar Aliyev
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
13anar.aliyev@gmail.com

İŞĞALDAN AZAD EDİLMİŞ ƏRAZİLƏRDƏ AQROPARKLARIN YARADILMASI İSTİQAMƏTLƏRİ

Açar sözlər: aqropark, kənd təsərrüfatı, heyvandarlıq, torpaq, su mənbələri

Keywords: agricultural park, agrivulture, animal husbandry, land, water resources

İşğal dövründə işğaldan azad olunmuş ərazilərimizdə erməni vandallarının törətdiyi ekoloji terror nəticəsində əkinə yararlı torpaq sahələrinin yararsız hala düşməsinə, heyvandarlıq mühitinin dağıdılmasına, su mənbələrimizin korlanması, meşələrimizin qırılaraq məhv edilməsinə gətirib çıxarmışdır.

Kənd təsərrüfatına yararlı ərazilərdə səngərlərin qazılması, sığınacaq yerlərinin düzəldilməsi, beton sədlərin çəkilməsi əkinə yararlı kənd təsərrüfatı torpaqlarının məhvinə səbəb olmuşdur. Meşə zolaqlarının qırılması və ərazilərin yandırılması yaşıllıqların məhvinə gətirib çıxarmaqla yanaşı, torpağın münbit qatını da zədələmişdir. Meşə zolaqlarının məhv edilməsi, həmçinin, həmin ərazilərdə sürüşmə ehtimallarını artırmışdır.

Mənfur düşmənin döyüşlər zamanı qadağan olunmuş fosfor bombalarından istifadə etmələrini görməməzlikdən gəlməklərinə baxmayaraq, bu fakt bütün dünyaya məlumdur. O da məlumdur ki, bu bombaların düşdüyü ərazidə hər şey - flora və fauna, demək olar ki, məhv olur. Azərbaycanın işğal olunmuş

ərazilərində qəsdən törədilmiş yanğınlar nəticəsində, təxmini hesablamalara görə, 110 min hektardan çox ərazi sıradan çıxmışdır.

Ali Baş Komandanın güclü iradəsi və rəşadətli Azərbaycan ordusunun sarsılmaz əzmi nəticəsində 30 ildən çox müddətdə işğal altında erməni terroruna və ağlasıgmaz vandalizmə məruz qalan tarixi Azərbaycan torpaqları öz azadlığına qovuşdu.

Məlumdur ki, işğaldan azad olunan ərazilərin əsas iqtisadi potensialı kənd təsərrüfatı ilə əlaqədar olan sahələrdir. Bütünlükdə işğaldan azad edilmiş ərazilərin tarixinə nəzər salsaq, bu ərazilərin kənd təsərrüfatı sahələrinin inkişaf etdirilməsi üçün böyük potensiala sahib olduğunu görürük. Belə ki, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin alovlanmağa başladığı 1988-ci ildə ölkədə istehsal olunan taxılın 14.3 faizi, istehsal olunan üzümün 31.5 faizi, istehsal olunan yunun 19.3 faizi, istehsal olunan ətin 14.5 faizi, istehsal olunan baramanın 17 faizi və istehsal olunan südün 17.1 faizi məhz işğaldan azad olunan ərazilərin payına düşmüşdür. İşğaldan əvvəl respublika üzrə iribuynuzlu mal-qaranın 15.1 faizi, xırdabuynuzlu mal-qaranın isə 19.2 faizi bu ərazilərdə saxlanılırdı. İribuynuzlu heyvandarlıq Laçın, Ağdam və Füzuli rayonlarının payına düşürdüsə, xırda buynuzlu heyvandarlıq, əsasən, Cəbrayıl, Ağdam, Füzuli, Kəlbəcər və Laçının payına düşürdü.

Aqroparkların yaradılmasının nəzəri-metodoloji məsələləri birbaşa planlama, təşkilat və idarəetmə prosesinə toxunur. Bu nəzəri-metodoloji məsələlər aqroparkların yaradılması və inkişafı üçün əsas təşkil edən məsələlərdir. Hər bir aqroparkın özünəməxsus şərait və ehtiyacları ola biləcəyindən məsələlərin həllində yerli təcrübələrə, ekspert fikirlərinə və ictimaiyyətin iştirakına əsaslanmaq vacibdir.

Aqroparkların yaradılmasının elmi-nəzəri əsasları bu sahədə aparılan araşdırmalar və texniki məlumatlara əsaslanır.

Aqroparkların yaradılmasının elmi-nəzəri əsasları aqroparkların yaradılması prosesində elmi araşdırmalar, məlumatların toplanması və analiz edilməsi, ən yaxşı praktikaların tətbiqi və yeni innovasiyaların tətbiq edilməsinə yönəlmişdir. Hər bir aqroparkın yaradılması zamanı yerli şərait, resurslar və məhsul potensialına uyğun olaraq müvafiq tədbirlər görülərək uyğun plan hazırlanmalıdır.

Aqroparklar aqrar sahənin və emalın inkişafında önəmli bir rol oynayan xüsusi sahələrdir. İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə aqroparkların yaradılması aqrar sektorun canlandırılması, məhsuldarlığın artırılması, yerli məhsulların istehsalının gücləndirilməsi və sosial-iqtisadi inkişafın təşviqi üçün strateji bir həll kimi qarşılır.

Hər bir aqropark yerli şərait və məhsul potensialına uyğun olaraq fərqli xüsusiyyətlər göstərə bilər. Bu səbəbdən aqroparkların yaradılması və inkişafında yerli məlumat toplama və analiz prosesi tələb olunur.

Dünya üzrə bir çox ölkələrdə aqroparklar aqrar sahənin inkişafında strateji bir həll kimi qəbul edilir. İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə aqroparkların yaradılmasında dünya ölkələrindən Hollandiya, Sinqapur, Çin, Almaniya kimi bu sahədə qabaqcıl inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsindən yararlanmaq olar.

İşğaldan azad olunan ərazilərin tarixən əsas iqtisadi potensialının kənd təsərrüfatı olduğunu nəzərə alıb işğaldan azad olunan ərazilərdə müxtəlif təyinatlı Aqroparkların yaradılması dünyada durmadan artan ərzaq böhranı dövründə ölkənin kənd təsərrüfatı məhsullarına olan tələbatını qarşımaq, həmçinin ölkədaxili tələbatı ödədikdən sonra ölkə iqtisadiyyatının neft sektorundan asılılığını azaltmaq məqsədilə qeyri-neft sektorunun inkişafı ilə əlaqədar ixrac potensialına töhvə verə bilər.

Bu səbəbdən işğaldan azad olunmuş ərazilərdə aqro-parkların yaradılması və kənd təsərrüfatının inkişaf etdirilməsi ölkə iqtisadiyyatında mühüm paya sahib olacaqdır.

Aygün Hacıyeva
Bakı Biznes Universiteti
Magistrant
aygunilham28@gmail.com

İNSAN KAPİTALININ ELMİ-NƏZƏRİ ƏSASLARI

***Açar sözlər:** insan kapitalı, insan kapitalının inkişafı, insan resursları, müəssisə performansı, inkişaf strategiyaları*

***Keywords:** human capital, human capital development, human resources, enterprise performance, development strategies*

Tezisdə insan kapitalının elmi-nəzəri əsasları, anlayışın mənası və əsas xüsusiyyətlərindən bəhs olunur. Eyni zamanda, beynəlxalq səviyyədə insan kapitalı və onun inkişafı üzrə strategiyaların əsaslandırılmasının şərhı də nəzərdə tutulur.

İnsan kapitalı insanların ömürləri boyu topladığı biliklər, bacarıqlar və sağlamlıqdan ibarətdir və onların cəmiyyətin məhsuldar üzvləri kimi potensiallarının reallaşdırılmasını təmin edir. İnsanların qidalanması, tibbi yardımı, keyfiyyətli təhsili, iş yerləri və bacarıqlarına investisiyaların yatırılması insan kapitalını inkişaf etdirməyə yardım edir və bu, daha inklüziv cəmiyyətlərin yaradılması üçün vacibdir. Bu baxımdan, araşdırmada ölkədə insan kapitalının vəziyyəti və hökumətin insan kapitalının inkişaf etdirilməsi ilə bağlı fəaliyyəti üç istiqamət üzrə qiymətləndirilir: təhsil, səhiyyə və sosial müdafiə, əmək. Bu qiymətləndirmə insan kapitalının formalaşdırılmasını təmin edən və ona mane olan faktorları müəyyən edir.

İnsan kapitalı anlayışı, inkişaf etmiş məhsuldarlıq və ya performans ilə insan resurslarının inkişafına davamlı və

uzunmüddətli investisiyaların qoyulması zərurətini vurğulayan “insan resursları kapitalizminin” iqtisadi modelindən irəli gəlir.

Bu model insan kapitalına yönəldilən investisiyaların milli və qlobal iqtisadi göstəricilərə təsir göstərdiyi və ya daha dar şəkildə insanlara yatırılan investisiyaların müəssisə performansını üçün həlledici hesab edildiyi anlayışdır.

İnsan resursları kapitalizmi modeli, istər iqtisadiyyatda, istərsə də fərdi təsərrüfatda məhsuldarlığın əsas mənbəyinin insanların potensialına dayandığını iddia edir. Buna görə də ölkəmizdə insan kapitalının gələcəkdə böyüməsinə səbəb olacaq tədris sistemləri inkişaf etdirilərək bu mənbənin potensialından tam istifadə etmək üçün strategiyalar hazırlanmalıdır.

İnkişaf etmiş ölkələr iqtisadi inkişafın birinci mərhələsi kimi səciyyələnən xammal-resurs iqtisadiyyatından insan kapitalının inkişafına nail olmaqla innovasiya yönümlü iqtisadiyyata keçə biliblər. ABŞ və aparıcı Avropa ölkələri inkişaflarını insan kapitalı nəzəriyyəsi əsasında müvəffəqiyyətlə təkmilləşdirir və özlərinin rəqabət qabiliyyətli milli iqtisadiyyatlarını yaratmağa nail ola bilirlər. Beynəlxalq nüfuzlu maliyyə qurumlarının mütəxəssislərinin hesablamalarına görə inkişaf etmiş ölkələrin milli insan kapitalı onların milli sərvətinin 70-80%-dən çoxunu təşkil edir. Bu ölkələr dövlət büdcələrindən insan kapitalının inkişafına digər inkişaf etməkdə olan ölkələrlə müqayisədə 2,5-3 dəfədən çox vəsait yönəldirlər. Bütün bunlar onu göstərir ki, iqtisadi inkişafın müasir mərhələsində cəmiyyətin inkişafında həlledici rol təbii resurslar, sənaye kapitalı və ümumiyyətlə əmək, fiziki kapital deyil, yüksək məhsuldarlığa malik olan, intellektual və yaradıcı əməyi formalaşdıran insan kapitalı oynayır. Qəbul olunan milli prioritetlər də bu iqtisadi inkişaf yanaşması cəhətdən çox vacib məsələləri əhatə edir.

Bəylər İsmayilov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
baylarismayilov@gmail.com

SAHİBKARLIQDA İNSAN RESURSLARININ İDARƏEDİLMƏSİNDƏ RƏQƏMSALLAŞDIRILMANIN ROLU

***Açar sözlər:** sahibkar, təşkilat, rəqəmsallaşma, insan resursları, idarəetmə*

***Keywords:** entrepreneur, organization, digitization, human resources, management*

Belə global və sürətli dəyişikliklər dövründə biznes köhnə modellərlə fəaliyyət göstərə bilmir. Müasir biznes təşkilatlarının qarşısında insan resurslarının idarə edilməsi sistemi də daxil olmaqla, tamamilə bütün iş proseslərini rəqəmsallaşdırmaq vəzifəsi durur. Bu, biznes təşkilatları üçün davamlı rəqabət mövqeyini saxlamaq üçün vacibdir.

Eyni zamanda, biznes təşkilatının rəqabət qabiliyyəti əsasən işçilərin keyfiyyətindən və onların məhsuldar iş üçün motivasiya səviyyəsindən asılıdır. İşəgötürənlər nəzərə almalıdırlar ki, işçilər müxtəlif nəsillərin nümayəndələridir, ona görə də işçiləri onların motivasiyasına uyğun iş şəraiti ilə təmin etmək vacibdir. İşçilərin əsas nüvəsini “Z” nəslinə mənsub gənclərdən təşkil edən biznes təşkilatında rəqəmsal texnologiyalardan istifadə onların marağını artırmaq və şirkətin mənafeyi naminə daxili potensialı açmaq üçün mühüm üsuldur. Tezisin məqsədi bir iş təşkilatında insan resurslarının idarə edilməsi prosesinin rəqəmsallaşdırılmasında mövcud tendensiyaları müəyyən etmək idi.

Rəqəmsallaşma təkcə iş və istehsal proseslərinin avtomatlaşdırılmasına və təkmilləşdirilməsinə deyil, həm də hər bir işçinin işinin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə yönəldilməlidir. Şirkət müasir rəqəmsal texnologiyalardan istifadə etdikdə işçilər üçün öz iş fəaliyyətlərini həyata keçirmək daha asan və maraqlı olur ki, bu da onları bu müəssisə çərçivəsində inkişaf etməyə sövq edir.

Müxtəlif tədqiqatçılar rəqəmsal texnologiyaların müasir bir təşkilatın insan resurslarının idarə edilməsi proseslərinə tətbiqinin aktuallığını qeyd edirlər. Bunun səbəbi budur ki, bu rəqəmsal texnologiyaların İR sahəsinə tətbiqi insanların idarə edilməsinin səmərəliliyini dəfələrlə artırmağa imkan verir ki, bu da daim əmək məhsuldarlığının və təşkilatın kadr potensialının artmasına səbəb olur. Kadrların idarə edilməsi prosesinin rəqəmsallaşdırılması işçilərin motivasiyasını və iş marağını artırmaq, habelə təşkilatın özünün İR brendini təkmilləşdirmək üçün onlar üçün rahat rəqəmsal mühitin təşkili prosesidir. Bu gün İR idarəetmə prosesinin rəqəmsallaşdırılması prosesinə məhəl qoymayan şirkətlər öz İR brendini pisləşdirir və nəticədə şirkət yüksək kadr dəyişikliyi və ya yetkin nəsil işçilərinin həddindən artıq doyması ilə üzləşir ki, bu da şirkətin səmərəsizliyinə gətirib çıxarır.

İnsan resurslarının idarə edilməsi sistemində rəqəmsal texnologiyaların olmaması prosesin özünün səmərəsiz olmasına təsir edir, xüsusən də şirkətin virtual və rəqəmsal reallığa yaxşı uyğunlaşdırılmış “Z” nəslindən daha çox işçisi varsa. Göründüyü kimi, kadrların idarə olunması prosesinin rəqəmsallaşdırılması ilk növbədə işçilərin motivasiyasına və iş marağına təsir edir ki, bu da kadr dövriyyəsinə mənfi təsir göstərir. Onu da qeyd etmək olar ki, kadrların idarə edilməsi sahəsində rəqəmsallaşma prosesi gənc işçi üçün iş seçimi üçün mühüm aspektdir.

Hazırda analitiklər iş həyatına qədəm qoyan ən gənc nəsələ - “Z” nəslinə böyük diqqət yetirirlər. Z nəsli ilə qarşılıqlı əlaqə imkanlarının müəyyən edilməsi əhəmiyyətli hala gəlir. Bu, çox vacibdir, çünki “Z” nəslinin nümayəndələri, əksər hallarda, həyatları boyu bir işə sadıq olmaq istəmədiklərini nümayiş etdirirlər və vaxtaşırı iş yerlərini dəyişməyə üstünlük verirlər, nəinki yaxşı maaşlı, həm də yuxarıda göstərilənləri axtarırlar. L.L.Nadreeva hesab edir ki, insan resurslarının idarə edilməsi sahəsinin rəqəmsallaşdırılması personalın seçilməsi və təlimində daxili menecerlərin praktiki fəaliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə çevik edəcəkdir. Bu da şirkətin həm menecerləri, həm də işçiləri üçün rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ilə bağlı sahələrin konkretləşdirilməsinin vacibliyini sübut edir. E.Q.Qrudistova görə, təhsil müəssisələrində əldə edilən bilik, bacarıqlardan, fərdi psixoloji xüsusiyyətlərdən, ünsiyyət bacarıqlarından əlavə, rəqəmsal kompetensiyalara, rəqəmsal mühitdə digər bazar subyektləri ilə qarşılıqlı əlaqə qurmaq bacarığına malik olmaq da zəruridir. Bu da menecerlər üçün zəruri olan bacarıqların müəyyən edilməsinin zəruriliyini vurğulayır (Ahammad, 2017: 412-420). N.V.Molotkova və D.L.Xazanova öz tədqiqatlarında insan kapitalının rəqəmsal idarə olunması strukturunun transformasiyasına xüsusi diqqət yetirirlər. Onlar idarəetmə sisteminin rəqəmsallaşdırılması prosesinin innovativ görüntüsünə malik olan bu sahə üzrə mütəxəssislərin axtarışının zəruriliyini, personal üçün yeni kvalizativ tələblərin formalaşmasını, şirkət işçilərinin bacarıqlarına dair tələblərin spesifikasiyasını qeyd edirlər. Y.V.Krasnikova öz fəaliyyətində insan resurslarının idarə edilməsi sahələrini nəzərə alsaq, bu sahədə rəqəmsal personalın idarə edilməsinin inkişafı üçün potensial mövcuddur. Bura insan resurslarının idarə edilməsi sisteminin əsas funksiyaları daxildir. S.A.Kuznetsov və S.M.Saprykinanın sözlərinə görə,

insan resurslarının idarə edilməsi sahəsində rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi prosesi şirkətlə potensial istehlakçılar arasında ən optimal və effektiv ünsiyyətə zəmin yaradır. Bu da öz növbəsində rəqəmsal kompetensiyaların alınması çərçivəsində işçilərin ixtisaslarının artırılması prosesini sürətləndirəcəkdir.

S.Ghita, L.Chivu, A.Cojuhari və L.Dorofeev sistemli qarşılıqlı əlaqələr dəsti kimi insan resurslarının idarə edilməsi prosesində yanaşma tətbiq edirlər – sosial, iqtisadi və təhsil. A.P.Yeqorşin insan resurslarının idarə edilməsi sistemini iqtisadi və ya sosial sistemlə korrelyasiya səviyyəsini müəyyən edən strukturun təminatları dəsti hesab edir, bu kontekstdə olan şəxsin özü isə istehsalın həyata keçirilməsində müəyyən müstəqil resursu təmsil edir. İ.A.Esavlovun sözlərinə görə, HR idarəetmə sistemi təşkilatın personalın inkişafının hərtərəfli modelidir. Bu modelə personal potensialının inkişafı üçün alətlər dəsti və onların motivasiyası daxildir.

Ədəbiyyat

1. Ahammad, T. (2017). Personnel Management to Human Resource Management (HRM): How HRM Functions // Journal of Modern Accounting and Auditing. 13 (9). p. 412-420.

Elçin Nurulu
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
elchin.nurulu@gmail.com

ƏRZAQ TƏHLÜKƏSİZLİYİ İLƏ BAĞLI PROBLEMLƏR

***Açar sözlər:** ərzaq, təhlükəsizlik, qlobal, məhsul, istehsal, aspekt, təsərrüfat*

***Keywords:** food, security, global, product, production, aspect, economy*

Müasir dünyada ərzaq təhlükəsizliyi, dünya əhalisinin sağlamlığı və kifayət qədər qidalanmasının təmin edilməsi üçün ən vacib qlobal məsələlərdən biridir. Qlobal iqtisadiyyatın sürətli inkişafı, iqlim dəyişikliyi və əhali artımı ərzaq təhlükəsizliyi ilə bağlı yeni problemləri gündəmə gətirir. Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir. Bu kontekstdə, ərzaq təhlükəsizliyinin qlobal aspektləri iqtisadi, sosial və ekoloji faktorların bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəsini əks etdirir.

Bu tezis, qlobal ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin əsas aspektlərini və bu sahədə mövcud problemləri araşdırmaqla yanaşı, beynəlxalq əməkdaşlıq və davamlı inkişaf strategiyalarının əhəmiyyətini vurğulayır. Ərzaq məhsuldarlığının artırılması, effektiv paylama sistemlərinin qurulması, iqtisadi əlçatanlığın təmin edilməsi və sosial-siyasi sabitliyin qorunması ərzaq təhlükəsizliyinin əsas elementlərindəndir. İqlim dəyişikliyi ilə mübarizə və uyğunlaşma tədbirləri isə bu prosesin vacib tərkib hissəsidir.

Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, yalnız bir ölkənin və ya regionun məsələsi deyil, qlobal səviyyədə birgə əməkdaşlıq və koordinasiya tələb edən kompleks bir problemdir. Bu giriş bölməsi ərzaq təhlükəsizliyinin qlobal aspektlərinin ümumi baxışını təqdim edərək, bu sahədə araşdırılacaq əsas mövzuları və problemləri müzakirə edir.

Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi bir çox fərqli aspekti əhatə edir və bu məsələnin qlobal miqyasda həlli üçün müxtəlif sahələrdə strateji tədbirlər tələb olunur. Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin əsas şərtlərindən biri yüksək məhsuldarlıq və effektiv istehsal proseslərinin qurulmasıdır. Əkinçilik və heyvandarlıq sahələrində müasir texnologiyaların tətbiqi, yüksək məhsuldar toxum və cinslərin istifadəsi məhsuldarlığın artırılmasına kömək edir. İqlim dəyişikliyi isə məhsuldarlığa ciddi mənfi təsir göstərir, çünki quraqlıq, daşqınlar və digər təbii fəlakətlər məhsuldarlığı azaldır. Buna görə də, kənd təsərrüfatı sektorunda dayanıqlı və ekoloji cəhətdən təmiz təcrübələrin tətbiqi vacibdir. Müasir aqrotexnologiyaların istifadəsi, genetik modifikasiyalı orqanizmlərin (GMO) tətbiqi və biotexnologiyaların inkişafı məhsuldarlığı artırmaq üçün mühüm addımlardır. Bu sahədə elmi-tədqiqat işləri və innovasiyaların dəstəklənməsi əhəmiyyətlidir.

Ərzaq məhsullarının effektiv və bərabər paylanması üçün inkişaf etmiş infrastruktur mühüm rol oynayır. Yolların, anbarların və logistika şəbəkələrinin yaxşılaşdırılması, kənd və şəhər əraziləri arasında ərzaq təminatının daha səmərəli şəkildə həyata keçirilməsinə imkan verir. İnfrastrukturun yaxşılaşdırılması həm də ərzaq məhsullarının itkilərini azaldır və müştərilərin təzə və keyfiyyətli məhsullarla təmin edilməsinə kömək edir. Məsələn, soyuducu anbarların və nəqliyyat vasitələrinin genişləndirilməsi, məhsulların saxlanma müddəti-

ni uzadaraq, onların keyfiyyətinin qorunmasına imkan yaradır. Elektron kommertiya və rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi də logistika və dağıtım proseslərini optimallaşdırır (Abbasov, 2014: 18-22).

Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində iqtisadi əlçatanlıq mühüm faktordur. Ərzaq məhsullarının qiymətləri və insanların gəlirləri ərzaq məhsullarına olan tələbatı və əlçatanlığı müəyyən edir. Yoxsulluğun azaldılması, əmək haqqının artırılması və sosial müdafiə proqramlarının genişləndirilməsi insanların ərzaq məhsullarına əlçatanlığını artırır. Bu sahədə dövlətlərin siyasəti və beynəlxalq yardımlar böyük əhəmiyyət kəsb edir. Sosial yardım proqramları, ərzaq kuponları və aşağı gəlirli ailələrə dəstək mexanizmləri iqtisadi əlçatanlığı artırmaq üçün vacibdir. Qlobal bazar qiymətlərinin stabil saxlanması üçün isə beynəlxalq əməkdaşlıq və ticarət siyasətləri vacibdir.

Sosial və siyasi sabitlik ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün vacib şərtlərdəndir. Münaqişələr, müharibələr və siyasi qeyri-sabitlik ərzaq məhsullarının istehsalı və paylanmasına ciddi zərbə vurur. Sülh və təhlükəsizliyin təmin edilməsi, hüquqi və idarəetmə sistemlərinin gücləndirilməsi ərzaq təhlükəsizliyi üçün zəruridir. Münaqişə bölgələrində ərzaq təminatını qorumaq üçün beynəlxalq humanitar yardımların effektivliyi artırılmalıdır. Sosial ədalət və bərabərlik prinsiplərinə riayət etmək, məcburi köçkünlər və qaçqınların ərzaq təhlükəsizliyini təmin etmək üçün vacibdir.

Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün qlobal əməkdaşlıq və beynəlxalq təşkilatların rolu əvəzolunmazdır. BMT-nin Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatı (FAO), Dünya Bankı, Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (WTO) və digər beynəlxalq qurumlar bu sahədə mühüm rol oynayır. Onlar vasitəsilə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün müxtəlif

strategiyalar və proqramlar hazırlanır və həyata keçirilir. Qlobal əməkdaşlıq, məlumat və təcrübə mübadiləsi, tədqiqatların dəstəklənməsi və maliyyə yardımlarının təmin edilməsi kimi addımlar bu prosesin tərkib hissəsidir.

Bu məqalə, qlobal ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin əsas aspektlərini və bu sahədə mövcud problemləri təhlil edir, həmçinin beynəlxalq əməkdaşlıq və davamlı inkişaf strategiyalarının vacibliyini vurğulayır. Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi yalnız bir ölkənin və ya regionun problemi deyil, qlobal səviyyədə həll olunması gərəkən bir məsələdir. Ərzaq təhlükəsizliyinin qlobal aspektləri çoxşaxəlidir və müxtəlif sahələrdə strateji tədbirlərin həyata keçirilməsini tələb edir. Bu tədbirlər arasında ərzaq məhsuldarlığının artırılması, effektiv paylama və logistika sistemlərinin qurulması, iqtisadi əlçatanlığın təmin edilməsi, sosial və siyasi sabitliyin qorunması, və iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Beynəlxalq əməkdaşlıq və koordinasiya, qlobal ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün əsas şərtlərdəndir. Bu tədqiqatın nəticələri göstərir ki, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün kompleks və çoxşaxəli yanaşma tələb olunur. Məhsuldarlığın artırılması, effektiv paylama sistemlərinin qurulması, iqtisadi əlçatanlığın təmin edilməsi, sosial və siyasi sabitliyin qorunması və iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə sahəsində tədbirlər vacibdir. Qlobal əməkdaşlıq və davamlı inkişaf strategiyaları bu məqsədlərə nail olmaq üçün əsas vasitələrdir.

Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi yalnız bir ölkənin və ya regionun problemi deyil, qlobal səviyyədə həll olunması gərəkən bir məsələdir. Bu məqsədə nail olmaq üçün bütün ölkələrin və beynəlxalq təşkilatların birlikdə çalışması zəruridir.

Ədəbiyyat

1. Abbasov, A. (2014). Ərzaq təhlükəsizliyi. Dərslük. Bakı, 260 s.

Səməd Məmmədli
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
memmedlisamed141@gmail.com

SATIŞ SIYASƏTİNİN MAHIYYƏTİ VƏ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Açar sözlər: *satış siyasəti, satış xüsusiyyətləri, qiymət-qoyma siyasəti, satış funksiyaları*

Keywords: *sales policy, sales features, pricing policy, sales functions*

Bu tezisdə satışın idarə edilməsi məqsədlərə nail olmasını, istehlakçılarla əlaqənin yaradılması, müştərilərin məhsula olan tələbi artırmaq üçün inandırma davranışları araşdırılmışdır. Satışın idarə edilməsinin ümumi problemləri marketinqdə və ticarətin idarə edilməsində əksini tapmışdır.

Müəssisədə satış siyasətinin elmi nəzəri əsasları, satış və marketinq sahəsindəki araşdırmalar və praktikalar əsasında inkişaf etmişdir. İşin təcrübəyə əsaslanması yanında, bu elmi prinsiplər satış prosesini daha effektiv və uğurlu həyata keçirmək üçün tədqiqatlar, analizlər və nəzəriyyələrə əsaslanır. Bu nəzəri əsaslar, satış siyasətinin müştəri mərkəzlilik, planlama və idarəetmə, müştəri əlaqələri, kommunikasiya və məlumat analitikası kimi əsas amillərə əsaslanmasını tələb edir. Bu amillər şirkətin satış performansını artırmaq və müştərilərə yaxşı xidmət təklif etmək üçün əsas rol oynayır.

Müştəri mərkəzlilik konseptinə əsasən, satış siyasəti müştərilərə fokuslanmalı və onların ehtiyaclarını və tələblərini anlamağa çalışmalıdır. Müştərilərin bəyəndiyi məhsulları və

xidmətləri təklif etmək, onların problemlərini həll etmək və onları loyall müştərilərə çevirmək üçün tədbirlər görülməlidir.

Satış prosesinin planlanması və idarə edilməsində isə effektiv şəkildə planlanmasını, təşkil edilməsini və idarə olunmasını tələb edir. Bu, satış ekiplərinin gözləntilərinin və hədəflərinin düzgün şəkildə müəyyən edilməsi, prosesin addımlarının və sənədlərinin təyin edilməsi, müştəri ilə əlaqələrin idarə olunması və satışa yönəlmiş tədbirlərin izlənməsi deməkdir.

Müasir dövrdə satış siyasəti müəssisələrin müştəriləri ilə əlaqələrini qurmaq, onların ehtiyaclarını yoxlamaq, məhsul və xidmətlərini təklif etmək və satış hədəflərinə nail olmaq üçün tətbiq etdiyi strateji və taktikalardan ibarətdir. Müəssisələrdə məhsul satışı anlayışına məhsulların formalaşdırılması, istehsalçıların gəlirlərinin əldə edilməsi, müştərilərə istiqamətlənməsi başa düşülür. Bu məqsədləri həyata keçirmək üçün proseslər, tədbirlər bir çox fəaliyyətlərdən ibarətdir. Başqa cür desək, məhsul satışı istehsalçılardan istehlakçılara çatdırılan zaman bütün fəaliyyətlər, əməliyyatlardır. Buraya məsələn: sifariş qəbulu, məhsulun göndərilməyə hazırlanması, logistika, texniki əməliyyatları aid edə bilərik.

Bu siyasət, şirkətin satış prosesini təşkil edən hər bir mərhələni dəstəkləyir və məhsulun müştərilərə çatdırılmasına və satılmasına kömək edir. Bu siyasət çərçivəsində müştərilərə daha yaxşı xidmət göstərilməsi üçün müxtəlif tədbirlər görülür və satış işçilərinin performansına nəzarət olunur. Satış siyasətini həyata keçirərkən bəzi xüsusiyyətlər aid edilir. Bunlara aşağıdakılar aiddir:

Müştərilərlə əlaqə - müştərilərə əlaqə üçün fərqli metodlardan istifadə edir. Bu, müştərilərin ehtiyaclarını anlamaq, onlarla əlaqə yaratmaq və onları şirkətin məhsulları və xidmətləri ilə tanış etmək məqsədilə həyata keçirilir.

Xidmət keyfiyyəti - müştərilərə yüksək keyfiyyətli xidmət təklif etməyə fokuslanır. Bu, müştərilərin məhsullarla bağlı suallarını cavablandırmaq, təklifdə bulunmaq və onları satış prosesinin hər bir mərhələsində dəstəkləmək deməkdir.

Fərqli satış kanalları - müştərilərə məhsulların və xidmətlərin təklif edildiyi müxtəlif kanalların istifadəsini nəzərdə tutur. Bu, məhsulların fiziki mağazalarda, onlayn platformalarda, distribütorlar və ya agentlər vasitəsilə satılmasını əhatə edir.

Satış təşkilatı və performansın nəzarəti - satış prosesini təşkil etmək üçün tələb olunan insan resurslarının və strukturların inkişafını təmin edir. Bu, satış ekipinin yaxşı təşkilatlanması, satış hədəflərinə nail olmaq üçün performans mərhələlərinin nəzarət altında olması deməkdir.

Satışın digər əsas məqsədlərindən biri də məhsulun lazımı məkana vaxtında çatdırılmasının təmin edilməsidir. Bu zamanda bir sıra funksiyaları tətbiq etmək lazım olur. Bunlara aşağıdakı funksiyaların bir neçəsini misal göstərə bilərik:

1. Müştərilərdən məhsul məlumatlandırılması haqqında informasiyanın yığılması, həmçinin müştərilərin məlumatlandırılması;

2. Müəssisələrdə məhsulların daşınması, nəql edilməsi və ticarət müəssisələrinə çatdırılması üçün nəqliyyat vasitələrindən istifadəsi;

3. Satış ehtiyatlarının təşkili və idarə olunması;

4. Risklərin olması, yəni məhsullar müştərilərə çatdırıldığı zaman xarab ola bilər ki, həmin risk istehlakçıdan müştərilərə ötürülür.

Bu sadaladığımız funksiyalara D.Cobber fiziki bölüşdürmə, F.Kotler və Q.Assel isə mal yeridilişi kimi də deyirlər. Məhsulların çatdırılan zaman saxlanması və nəql edilməsi

zamanı məhsulların xarab olması riski də aiddir (Cabbarov, 2016).

Satış strategiyasında digər istiqamətlərdən biri də qiymətqoyma siyasətidir. Məhsulların və xidmətlərin qiymətlərinin təyin edilməsi və bunların müştərilərə təklif edilməsi prosesini nəzərə alır. Qiymətqoyma siyasəti satış stratejisinin əsas hissələrindən biridir. Bu siyasət zamanı ön planda müştərilərin satınalma qərarına təsir etmək durur. Qiymətlər, müştərilərin satınalma qərarlarına təsir edən əsas faktorlardandır. Yəni, müştəriləri satın almaq üçün cəlb etmək, onların məhsul və xidmətləri şirkətdən əldə etmələrini təmin etmək və rəqabətli qiymətlərlə onları razılaşdırmaq üçün effektiv bir yol kimi olaraq tətbiq edilir. Digər əsas vəzifələrdən biri də məhsulda qiymətin idarə olunmasıdır. Qiymətlərin doğru şəkildə təyin edilməsi və idarə olunması, müştərilərin qiymət dəyişikliklərinə necə reaksiya verəcəklərinin idarə olunmasını təmin edir. Müştərilərin qiymət dəyişikliklərinə reaksiyasının həcmi və təsiri deməkdir. Qiymətlərin düşürülməsi, endirimlər və kampaniyalar vasitəsilə müştərilərin tələbini artırmaq və satışları stimullaşdırmaq üçün istifadə olunur. Qiymətqoyma siyasətinin toxunduğu məsələlərdən biri də şirkətin mənfəətlərinin maksimallaşdırılmasına kömək edir. Qiymətlərin doğru şəkildə təyin edilməsi və optimal qiymət stratejilərinin tətbiqi, satışları artırmaq və maksimallaşdırmaq üçün əhəmiyyətli rol oynayır.

Deməli, qiymətqoyma siyasəti, satış siyasətinin bir hissəsi kimi tətbiq edilir və şirkətin müştərilərə dəyərli təkliflər etməsini və mənfəətlərini maksimallaşdırmasını təmin edir.

Ədəbiyyat

1. Cabbarov, R. (2016). Marketing tədqiqatları və marketing informasiya sistemi. Bakı.

Şəhriyar Əlizadə
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
shriyarlizad360@gmail.com

BİZNESDƏ BENÇMARKİNQ TƏDQIQİNİN ELMİ-METODOLOJİ ASPEKTLƏRİ

Açar sözlər: biznes, iqtisadi proses, dünya iqtisadiyyatı, bençmarkinq, iqtisadi fəaliyyət

Keywords: business, economic process, world economy, benchmarking, economic activity

Müasir idarəetmə inkişaf etdikcə biznes sahələrində, müəssisələrdə yeni anlayışlar ortaya çıxır. Bu anlayışa bençmarkinq aiddir. Bir sıra ölkələrdə, əsasən Qərb və Yaponiya idarəetmədə geniş yayılsa da, bu metod Azərbaycanda yeni tətbiq edilməyə başlanmışdır. Tərcümədən də anlaşıldığı kimi, bu anlayış şirkətin müəyyən göstəricilərinin eyni və ya fərqli sektorlarda fəaliyyət göstərən şirkətlərin göstəriciləri ilə müqayisə edilməsidir. Daha geniş anlamda bençmarkinq, şirkətin effektiv və məhsuldar fəaliyyət göstərməsi üçün təşkilat daxili və xarici baş verən örnək prosesləri müəyyən-ləşdirmək, araşdırmaq və tətbiq etmək kimi fəaliyyətləri özündə birləşdirən bir prosesdir. Dörd tip bençmarkinq vardır:

Rəqabət bençmarkinqi – şirkətin müxtəlif xüsusiyyətlərini ölçmək, spesifik məhsullarını, idarəetmə proseslərini araşdırmaq və bu göstəriciləri rəqib şirkətlərlə müqayisə etmək.

Daxili bençmarkinq – müəssisə daxili eyni xüsusiyyətə malik bölmələrin göstəricilərinin müqayisəsi.

Funksional beñçmarkinq – eyni sektorda fəaliyyət göstərən iki və ya daha çox müəssisənin müəyyən funksiyaları müqayisə olunur.

Prosesin beñçmarkinqi – burada fərqli sektorlarda fəaliyyət göstərən, lakin eyni iş proseslərini əhatə edən müqayisədən söhbət gedir. Məsələn, təyyarəçilik və tibb sənayesində fəaliyyət göstərən iki müəssisənin keyterinq xidmətləri kimi.

Beñçmarkinq prosesi bir neçə mərhələdə həyata keçirilir ki, bunlara aşağıda göstərilənləri aid edə bilərik:

1. Beñçmarkinq obyektinin müəyyənləşdirilməsi
 2. Beñçmarkinq üzrə partnyorun seçilməsi
 3. Məlumat toplanması
 4. Toplanılan məlumatların analizi
 5. Analiz nəticəsində ortaya çıxan yeni məlumatın tətbiqi
- Marketinqdə beñçmarkinq necə olur?

Marketinqdə ürəyiniz istədiyiniz qədər beñçmark ortaya çıxartmaq mümkündür. Burda əsas odur ki, beñçmarkinq ilə rəqibin araşdırılmasını qarışdırmayasan. Rəqibi araşdırmaq, rəqibin bütün fəaliyyətləri barədə xəbərdar olmaq marketer üçün vacibdir. Amma rəqibin marketinq fəaliyyəti nə qədər effektivdir sualına cavab tapmaq üçün artıq beñçmarkinq etmək lazım gələcəkdir. Marketinq beñçmarklarına keçmədən qabaq, gəlin 4 əsas beñçmarkinq üsulu ilə tanış olaq:

1. Rəqiblə beñçmarkinq

Burda beñçmark göstəriciləri birbaşa rəqiblər ilə müqayisə olunur və müvafiq dəyərləndirmə aparılır. Məsələn, brend tanınmasına görə sizin brend 90%, rəqib isə 95% göstəriciyə sahibdir.

2. Funksional beñçmarkinq

Burda önəm verdiyiniz beñçmarklar digər sahələrdəki şirkətlərin göstəriciləri ilə müqayisə olunur. Məsələn, ən

vacib marketing bençmarklarından biri olan müştəri məmnunluğu indeksində geyim mağazası özünü telefon satışı mağazası ilə müqayisə edə bilər.

3. Ümumi bençmarkinq

Bəzən şirkət vacib hesab etdiyi göstəricilərini beynəlxalq ortalamalar və ya dünya səviyyəsində (Avropa ölkələrində) qəbul olunmuş normativlər ilə müqayisə etmək istəyə bilər. Sırr deyil ki, dünya artıq vahid bir bazar olmağa çox yaxındır və rəqabəti biz təkçə ölkə daxilində deyil, xarici bazarlardan da hiss edirik. Çinin ucqar bir kəndində olan istehsal müəssisəsi öz mallarını Alibaba və ya Amazon vasitəsi ilə dünyanın hər yerinə sata bilər. Bu səbəbdən də xüsusən beynəlxalq bazarlara çıxmağı planlayan şirkətlər qlobal səviyyədə tətbiq olunan bençmarkları nəzərə almalıdırlar.

4. Daxili benchmarking

Şirkətin öz daxili benchmark göstəriciləri də ola bilər: məsələn müxtəlif şöbələr, fərqli filiallar, satış menecerləri və agentləri arasında. Ən yaxşı misallardan biri qənaətcilikdir: şöbələr elektrik sərfiyyatını bir-biri ilə bençmark edə bilərlər. Ya da kağızdan istifadəni. Satış yönümlü şirkətlərdə satış agentləri bir-biri ilə yarışsın, rəhbərlərin təyin etdiyi bir bençmark göstəricisi ola bilər: məsələn, hər müştəridən ortalama qazanc məbləği. Planlama olaraq da bir çox şirkət bençmark olaraq keçən ilki göstəriciləri rəhbər tutub yeni il üçün bençmarklar təyin edə bilər.

Bençmarkinq biznesdə niyə vacibdir?

Çünki, rəqabətdə əsas göstəricilərə görə daha yaxşı nəticə göstərənlər qalib gəlir. Qaçış yarışında qalib gəlmək üçün yeganə şərt rəqiblərdən bir az sürətli qaça bilməkdir. Qaçışda idmançılar üçün əsas bençmark (müqayisə olunacaq göstərici) nədir? 100 metrəni neçə saniyə qaça bilmələri.

Kim daha tez qaçırsa, finiş xəttini də o daha tez keçəcəkdir. Eyni qayda biznesdə və marketinqdə keçərlidir. Burda hansı bənçmarklar var? İstənilən biznesdə əsas bənçmarklardan biri məhsuldarlıqdır. Xidmət sektoru üçün bu işçilərin, zavod üçün istehsal qurğularının, mağazalar üçün işə alış-veriş sahəsinin məhsuldarlığı vacibdir. Hər işçi ortalama olaraq şirkətə nə qədər qazandırır? Zavoddakı istehsal avadanlığı saatda nə qədər istehsal edə bilir? Mehmanxanada ay ərzində otaqların orta dolu olma əmsalı nə qədərdir? Marketin hər kv.m. aylıq nə qədər satış edir? Bir misal verim: pərakəndə ticarətdə hər kv.metrdən əldə etdiyi qazanca görə lider şirkət Apple mağazalarıdır. Biznesdə digər vacib bənçmarklardan biri də mənfəət marjasıdır. Biznesin əsas məqsədi mənfəət gətirməkdir. Kimin mənfəət faizi çoxdursa, o daha uğurludur və rəqiblərə qarşı güclənməyə vəsaiti çatır. Kimin marjası daha yüksəkdirsə, deməli onun biznesi daha effektiv şəkildə qurulub. Xərcləri daha aşağıdır, əmək məhsuldarlığı daha yüksəkdir. Eyni zamanda brend dəyəri də daha yüksəkdir ki, müştərilər adına görə daha artıq pul ödəməyə hazırdır. Mənfəət marjası o qədər universal göstəricidir ki, şirkətin hər bir sahəsinə bağlana bilər: işçilərə veriləcək bonuslara qədər. Amma mənfəət marjasını və əmək məhsuldarlığını təkbaşına dəyərləndirmək düzgün deyildir. Bu iki əsas göstərici marketinq bənçmarkları ilə birgə nəzərdən keçirilməlidir.

Solmaz Fərzəliyeva
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
farzaliyeva.solmaz01@mail.ru

KONTROLLINQ – İDARƏETMƏ SİSTEMİNİN ƏSAS KONSEPSİYASI KİMİ

***Açar sözlər:** kontrollinq xidməti, kontrollinq funksiyaları, strateji kontrollinq, operativ kontrollinq*

***Keywords:** controlling service, control functions, strategic controlling, operative controlling*

Tezisdə biznes fəaliyyətində kontrollinq xidmətinin inkişafından və xüsusiyyətlərindən bəhs edilir. Kontrollinq xidmətinin ayrı-ayrı mərhələləri açıqlanır. Kontrollinq xidmətinin meydana gəlməsi, xüsusiyyətləri, alətləri araşdırılmışdır.

Biznes fəaliyyətində bir çox problemlərlə qarşılaşırıq ki, buna həm daxili, həm də xarici amillər aiddir. Belə bir problemlə vəziyyət də həllərini tələb edir. Əsas xarici amillərə makroiqtisadi vəziyyətin dinamikliyini, baş verən proseslərin Azərbaycan iqtisadiyyatına təsirinin artmasını, daxili bazarda rəqabətin güclənməsini aid etmək lazımdır.

Kontrollinq idarəetmə sistemidir və müəssisənin fəaliyyətinin xarici mühitində dəyişikliklərə cavab verməlidir. Kontrollinq xidməti başlıca olaraq qərarların qəbul edilməsini dəstəkləyən sistemdir. Müəssisədə uçot sisteminin qərar qəbul edən şəxsin informasiya tələbatını təmin etməlidir, kontrollinqin funksiyasına sistemli idarəetmə informasiyasının yaradılması, emalı, yoxlanması aiddir. Kontrollinqin xidmətinin məqsədi – müəssisənin qarşısında olan məqsədə nail olmasıdır. Buna mənfəət, rentabellik, əmək məhsuldarlığı və

bir çox nailiyyətlər aid oluna bilər. Kontrollinqin menecmentin bir qolu olduğunu nəzərə alaraq, əsas planlaşdırma, nəzarət və təhlil, müqayisə funksiyalarını aid edə bilərik.

Bir sıra ölkələrdə müəssisələrdə kontrollinq xidməti daha geniş istifadə olunur. Əsasən də Avropanın inkişaf etmiş ölkələrinə aid edilir. Həmin ölkələrdə kontrollinq xidmətini yerinə yetirmək üçün xüsusi nəzarət ekspertləri çağırılırlar. Almaniyada aparılmış sorğu analizinin statistikasında görünür ki, böyük firmalarla yanaşı kiçik və ya orta firmalarda kontrollinq sistemini həyata keçirmək üçün nəzarət ekspertləri cəlb edilir.

Kontrollinq sistemində müəssisələrə iki aspektdən baxılır. Bir çox ədəbiyyatlarda, məqalələrdə mahiyyəti açıqlanmışdır. Birinci aspekt strateji kontrollinqdir. Strateji kontrollinq “Düzgün iş gör”, ikinci olaraq operativ kontrollinqdir. Operativ kontrollinq isə “İşi düzgün gör” olaraq ədəbiyyatlarda qeyd edilmişdir.

Deməli, buradan belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, strateji kontrollinq sisteminin məqsədi biznesdə fəaliyyət zamanı rəhbərlərə qərar prosesini sadələşdirmək üçün informasiyalar verir. Müəssisəyə köməklik göstərir, yəni, resurslardan maksimum dərəcədə effektiv istifadə etsin, uğurlu nəticə üçün potensial şərait yaratmağa çalışmalıdır.

Operativ kontrollinqdə strateji kontrollinq kimi qərar verilmiş məqsədlərə çatmaq üçün rəhbərlərə kömək göstərir. Tək fərqli tərəfi isə qısamüddətli nəticəyə yönəldilir. Strateji kontrollinq isə uzunmüddətli nəticəyə yönəlir. Strateji kontrollinq operativ kontrollinq üçün məqsəd və vəzifələri müəyyənləşdirir, yəni normativ çərçivə qoyur. Strateji və operativ kontrollinq sistemində prinsipcə bir-birindən fərqlənir. Hər ikisini fərqləndirən cəhətlər aşağıda göstərilmişdir:

❖ Strateji kontrollinqdə planlaşdırmanın və nəzarətin obyektı fərqlidir, amma operativ kontrollinqdə eynidir.

❖ Strateji kontrollinq potensialın axtarılması, qurulmasına yönəlir, operativ kontrollinq isə məqsədə, nəticəyə yönləndirilir.

❖ Həm strateji, həm də operativ kontrollinqdə alınan nəticələr fərqlidir.

Strateji kontrollinq, əsasən 3 sistemi koordinasiya edir ki, bu sistemlərə aşağıdakılar aiddir:

- ❖ Strateji planlaşdırma
- ❖ Nəzarət
- ❖ Strateji İnformasiya təminatı

İdarəetmədə strateji planlaşdırma uzunmüddətli uğuru əldə etməkdən ibarətdir. Planlaşdırmada əsasən gəlirli mənbələrin qurulması, saxlanması və axtarılması ön plandadır və tədqiq edilir. Gələcək və cari olan gəlirlilik potensialını fərqləndirmək vacibdir. Strateji planlaşdırma sistemini bir neçə mərhələyə ayırırlar, bunlara aşağıdakılar aiddir:

- ❖ Məqsədi formalaşdırmaq
- ❖ Strategiyanı qiymətləndirmək
- ❖ Qərarları qəbul etmək

İkinci, nəzarət sistemidir. Strateji nəzarət sistemində əsas vəzifə planlaşdırma həyata keçirilən proseslərin nisbiliyini təmin etməkdir. Nəzarət sistemini həyata keçirərkən bir neçə problem qarşımıza çıxır. Bu problemlərə qarşılıqlı kommunikasiya, təşkilatın struktur, ölçülməsi və başqaları aid edilir. Bu problem nəzarət sisteminin tətbiqini çətinləşdirir.

Nəzarət sistemi müəssisəni idarə edən zaman məqsədlərinə nail olmaq üçün təşviq edir. Əsasən, üç fazaya ayrılır:

- Nəzarət sisteminin qiymətləndirilməsi
- Həddin formalaşdırılması
- Nəticələrə əsasən qərarların qəbulu

Kontrollinq sisteminin əsas digər məsələlərdən biri də informasiya sisteminin təmin edilməsidir. İdarəetmədə baş verən dəyişiklər haqqında, xarici və daxili mühitdəki dəyişiklərdə olan informasiyaları təmin etməklə kontrollinq sistemini sadələşdirir, rəhbərlərin və ya menecerlərin qərar vermə prosesini sadələşdirməyə kömək edir. Strateji kontrollinq xidməti uzunmüddətli dövrü əhatə etdiyinə görə, ilk növbədə müəssisədə rəqabəti, bazarları, məhsulu, müəssisənin zəif və güclü tərəflərini təhlil edərək, informasiya əldə etməlidirlər. Burada informasiyanın əsas mənbəyi uçot hesab edilir.

Nəzrin Yəhyayeva
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
nezrinyehyayeva8@gmail.com

BBU-DA TƏDRİSİN ƏMƏK BAZARININ TƏLƏBLƏRİNƏ UYĞUNLAŞDIRILMASI TƏDBİRLƏRİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Açar sözlər: əmək bazarı, əmək qabiliyyəti, işsizlik, işçi qüvvəsi, kadr hazırlığı, təhsil sistemi, təhsilin keyfiyyəti, peşəkar karyera yolları

Keywords: labor market, salary, unemployment, employee, personnel training, education, quality system of education, high-level career paths

Əmək bazarı fərdlərin, müəssisələrin və dövlətlərin iqtisadi rifahında mühüm rol oynayan mürəkkəb və dinamik sistemdir. Onun incəliklərini və davranışını başa düşmək siyasətçilər, iqtisadçılar və ümumilikdə cəmiyyət üçün vacibdir. Əmək bazarı tədqiqatları mahiyyətə elmi xarakter daşıyır, çünki onlar bu sahədə baş verən müxtəlif hadisələri araşdırmaq, izah etmək və proqnozlaşdırmaq üçün ciddi metodologiyalar, məlumatların təhlili və nəzəri çərçivələrdən istifadə edirlər.

Əmək bazarı məşğulluqla bağlı bütün aspektləri, o cümlədən əmək təklifi (işçilər), əməyə tələb (iş yerləri) və onların qarşılıqlı əlaqəsini asanlaşdıran mexanizmləri əhatə edir. Əmək bazarının əsas komponentlərinə məşğulluq dərəcələri, işsizlik nisbətləri, işçi qüvvəsində iştirak əmsalları, boş iş yerləri və əmək haqqı səviyyələri daxildir. Bu göstəricilər əmək bazarının sağlamlığı və işləməsi haqqında məlumat verir.

Əmək təklifi müəyyən əmək haqqı dərəcəsi ilə işləmək istəyən və edə bilən şəxslərin sayına aiddir. Demografik göstəricilər, təhsil səviyyəsi, immiqrasiya və işçi qüvvəsində iştirak nisbətləri də daxil olmaqla, əmək təklifinə bir neçə amil təsir göstərir. Əhalinin artımı, əhalinin qocalması və ailə strukturlarında dəyişikliklər kimi demografik meyillər işçi qüvvəsinin tərkibinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

Əmək bazarı infrastrukturuna aşağıdakılar daxildir:

➤ əmək bazarının fəaliyyətində iştirak edən ixtisaslaşmış qurumlar;

➤ idarələr və təşkilatlar (dövlət qurumları, məşğulluq mərkəzləri, məşğulluğun təşviqi üzrə qeyri-dövlət strukturları, müəssisələrin, ictimai təşkilatların, fondların, iş yerləri üzrə məlumat banklarının kadr xidmətləri) məcmusu.

Əmək bazarı nəzəriyyəsində əmək bazarının müxtəlif meyarlara görə təsnifatı mühüm rol oynayır.

1. Məkan meyarına görə beynəlxalq əmək bazarı, milli əmək bazarı, regional əmək bazarı və ayrı-ayrı müəssisənin əmək bazarı arasında fərq qoyulur.

2. Vaxt meyarına əsasən cari və proqnozlaşdırılan əmək bazarları fərqləndirilir.

3. Əmək bazarında rəqabətin dərəcəsinə görə bir neçə növ fərqləndirilir:

➤ mükəmməl rəqabətli;

➤ monopsonist;

➤ həmkarlar ittifaqlarının iştirakı ilə əmək bazarı və ikitərəfli inhisar.

4. Müxtəlif ölkələrdə əmək bazarlarının spesifik milli növləri vardır. Yapon, Amerika və İsveç əmək bazarı modelləri ümumiyyətlə elmi mənbələrdə tanınır.

5. Bazar münasibətlərinin inkişafı əsasında əmək bazarı qismən, tənzimlənən və tənzimlənməyən ola bilər.

Cədvəl 1.2. Əmək bazarı trendlərinin dəyişməsi

İl	İnkişaf etməkdə olan sektorlar	Azalan sektorlar
2015	İT və Proqram təminatı	İstehsalat
2020	Bərpa olunan enerji	Tekstil
2025	Süni intellekt	Ənənəvi pərakəndə satış

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

2015-ci il. İnkişaf etməkdə olan sektor: IT və Proqram təminatı

Bu dövr ərzində texnologiya və məlumat texnologiyaları sürətlə inkişaf etməyə başladı. Mobil qurğular, bulud xidmətləri, və big data kimi anlayışlar əhəmiyyət qazandı, bu da IT sektorunun genişlənməsinə yol açdı. İnkişaf etməkdə olan bu sektor, iş proseslərinin avtomatlaşdırılması və informasiya sistemi həllərinin tətbiqi ilə şirkətlərin daha effektiv işləməsinə imkan verdi.

Azalan sektor: İstehsalat

İstehsalat sektorunun azalması, işlərin avtomatlaşdırılması və məhsuldarlığın artması ilə bağlıdır. Bu, işçi qüvvəsinə olan tələbatın azalmasına səbəb oldu. Qlobal iqtisadi vəziyyət, xüsusilə yüksək əmək haqqı tələb edən ölkələrdə, istehsalatın daha aşağı xərc tələb edən ölkələrə köçürülməsini təşviq etdi.

2020-ci ilə nəzər salsaq, inkişaf etməkdə olan sektor: Bərpa olunan enerji

İqlim dəyişikliyinə qarşı mübarizə və ekoloji davamlılıq tələbləri, bərpa olunan enerji mənbələrinə (külək, günəş, hidroenerji) böyük sərmayələr cəlb etdi. Bu sektorun inkişafı,

qanunvericilik dəyişiklikləri və hökumətlərin təşviqləri ilə dəstəklənir.

Azalan sektor: Tekstil

Qlobal ticarət münaqişələri və istehlakçıların daha davamlı məhsullara meyil göstərməsi, tekstil sektorunun azalmasına təsir etdi. Yüksək əmək haqqı və istehsal xərcləri olan ölkələrdə, tekstil istehsalı daha ucuz işçi qüvvəsinin olduğu yerlərə köçdü.

2025-ci il İnkişaf etməkdə olan sektor: Süni intellekt

AI və maşın öyrənməsi texnologiyaları, müxtəlif sənayelərdə (səhiyyə, maliyyə, istehsalat) iş proseslərini yenidən qurmaqda istifadə olunur. Bu texnologiyalar, verilənlərin təhlili, müştəri xidmətlərinin optimallaşdırılması və risklərin azaldılması kimi sahələrdə mühüm rol oynayır.

Azalan sektor: Ənənəvi pərakəndə satış

Elektron ticarətin artması, istehlakçıların alış-veriş adətlərini dəyişdi. İnsanlar daha çox onlayn platformalar vasitəsilə alış-veriş etməyə başladılar. Pandemiya və digər səhiyyə məsələləri də, fiziki mağazalardan onlayn satışlara keçidi sürətləndirdi. Bu trendlərin hər biri, öz növbəsində, işçi qüvvəsinin tələbatını və iş bazarının strukturunu necə dəyişdirdiyini göstərir.

Nadir Süleymanov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
suleymanovnadir184@gmail.com

AZƏRBAYCANDA İŞSİZLİK, MƏŞĞULLUQ PROBLEMLƏRİ VƏ ONLARIN HƏLL YOLLARI

***Açar sözlər:** Azərbaycan, məşğulluq, işsizlik, iqtisadi, problemlər*

***Keywords:** Azerbaijani, employment, unemployment, economic, problems*

Müasir dünyada əmək bazarı bütövlükdə bazar iqtisadiyyatının tərkib hissəsidir. Əmək bazarı işçilərlə işəgötürənlər arasındakı əlaqədir. Bu münasibətlərin məcmusuna əməyin işə götürülməsi və istifadəsi şərtləri, əmək təklifinin tənzimlənməsi, məşğulluq və işsizlik daxildir. İşsizlik – işçi qüvvəsinin bir hissəsinin (iqtisadi fəal əhalinin) əmtəə və xidmət istehsalı ilə məşğul olmadığı sosial-iqtisadi hadisədir. Real iqtisadi şəraitdə işsizlik əmək təklifinin ona olan tələbdən artıq olması kimi görünür. Bir çox ölkələrdə sosial statistik məlumatlara görə, işsizlərə məşğulluq statusu ilə bağlı sorğu zamanı işlə təmin olunmayan, əvvəlki dörd həftə ərzində iş tapmağa cəhd etmiş və əmək birjasında qeydiyyatda olan insanlar daxildir.

Əmək bazarı çox mürəkkəb paylama mexanizmi kimi işçiləri işlərlə əlaqələndirir. Buna görə də məhsuldarlığa, artım templərinə və iqtisadiyyatın bir çox parametrlərinə təsir göstərir. İşsizlik ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsinin əsas göstəricisidir. İşsizlik problemi əhalinin artımı ilə əlaqədar işçi təklifi ilə cəmiyyətdə iqtisadi fəaliyyətin həcminə görə işçilərə tələbat arasında uyğunsuzluqdan irəli gəlir. İşçi qüvvəsi

təklifini əmək tələbi ilə tarazlaşdırma bilməyən hər bir iqtisadiyyat bu və ya digər dərəcədə işsizlik problemi ilə üzləşir. Bəzi ölkələrdə isə işsizlik problemi digərlərindən qat-qat ciddidir. Çünki işsizlik həm sosial, həm də iqtisadi problemdir. Bu, cəmiyyətdəki işsizlərin sayı ilə daimi işi olan insanların sayı arasındakı əlaqənin ölçüsüdür.

Fərqli ölkələrdə məşğulluq və işsizlik siyasətləri fərqli yanaşmalar tətbiq edir. Bir yanaşma ilk növbədə əmək tələbinə təsir etməkdir. Başqa bir yanaşma işçi qüvvəsi təklifinə diqqət yetirir. Və hər iki halda praktik qərarlar birbaşa və ya dolayısı ilə artan inflyasiya ilə bağlıdır. Bu səbəbdən inkişaf etmiş ölkələrdə getdikcə daha çox iqtisadçı işsizliyə makro siyasət məsələsi kimi baxır. Makro səviyyədə məşğulluq və işsizlik statistikasını əmək bazarının iki mühüm göstəricisi olduğundan iqtisadiyyatın düzgün fəaliyyət göstərən-keçməməsi barədə məlumat verir. Məşğulluq və işsizlik kimi əmək bazarı hadisələri insanların həyatına və rifahına birbaşa təsir göstərir. Məşğulluq tək fərdin deyil, həm də cəmiyyətin həyatında mühüm rol oynayır. Bu məsələ ilə bağlı fransız professor Guy Sorman hesab edir ki, məşğulluq və işsizlik problemləri ayrı-ayrı şirkətlər və firmalar səviyyəsində birbaşa dövlət müdaxiləsi olmadan effektiv şəkildə həll edilə bilər: əməyin yenidən bölüşdürülməsi, iş yerlərinin bağlanması qarşısını almaq üçün gəlir artım tempini məhdudlaşdırmaqla və s. kimi düşüncələri şərh etmişdir.

İşsizliyin, ümumiyyətlə, mənfi siyasi, iqtisadi, sosial və psixoloji nəticələri mövcuddur. İlk olaraq sosial nəticələrinə daxildir: sosial gərginliyin artması; sosial fərqliliyin gücləndirilməsi; əmək fəaliyyətinin azalması; işə motivasiyanın zəifləməsi; ixtisaslı işçilərin xaricə getməsi.

İkinci, iqtisadi: vergi daxilolmalarının azalması; ölkənin ÜDM-nin azalması; həyat səviyyəsinin aşağı düşməsi, işsizlərin ixtisaslarının itirilməsi.

Üçüncü, siyasi: etirazlar, mitinqlər, talanlar və son nəticə olaraq psixoloji: psixoloji stress, insan üçün şəxsi faciə.

Nəticədə insanın əmək potensialı zəifləyir, işsizlərin və onların ailələrinin həyat keyfiyyəti aşağı düşür, doğum səviyyəsi azalır, ölüm halları artır, ixtisaslı mütəxəssislər durğun rayonlardan daha perspektivli regionlara və ya xaricə köçürlər. Bununla belə, biz işsizliyin işçilərin əmək motivasiyasının gücləndirilməsi və mobil işçi qüvvəsi “ehtiyatının” yaradılması kimi müsbət nəticələrini də vurğulaya bilərik. Lakin işsizliyin mənfi nəticələri müsbət nəticələrdən qat-qat böyükdür və ölkənin milli təhlükəsizliyinə təhlükə yaradır.

Azərbaycanda mövcud olan məşğulluq və işsizliyin daimi və geniş miqyaslı tənzimlənməsi bu sahədə bir çox tendensiyaları müəyyən edir, xüsusən də bu, işçi qüvvəsinin hərəkətliyində, işsizliyin miqyasında, dinamikasında və məşğulluq göstəricilərində əks olunur. İşsizlik təkcə iş çatışmazlığı deyil, həm də insanlara güclü və dağıdıcı təsir göstərən sosial fəlakətdir. Odur ki, məşğulluq və işsizlik probleminin öyrənilməsi və onların həlli yollarının tapılması müasir mərhələdə təkcə vacib deyil, həmçinin çox aktual məsələdir. Son illərdə Azərbaycanda əmək bazarının formalaşması ölkə iqtisadiyyatının inkişafı və onun uzunmüddətli perspektivə yönəldilməsi, məşğulluğun artımına kömək edən proqramların qəbulu və həyata keçirilməsi kimi amillər müəyyən edilmişdir. Azərbaycanda işsizlik, məşğulluq və əmək bazarının bir çox problemləri bazar iqtisadiyyatı olan ölkələr üçün xarakterikdir. Əmək qabiliyyətli vətəndaşların bir hissəsinin peşəsini və ya istehsalat sahəsini dəyişmədən bir iş

yerindən digərinə keçdiyi üçün müvəqqəti işsiz olması o qədər də narahatçılığa səbəb olmamalıdır.

İstənilən proqramın müsbət və mənfi tərəfləri var və müəyyən bir strategiya seçərkən xərclərin və faydaların effektivliyini qiymətləndirmək vacibdir. Fikrimcə, məşğulluq siyasətinin daha səmərəli olması üçün differensiaslaşdırılmış siyasət aparmaq, işsizliyin konkret növlərinə yönəlmiş müxtəlif proqramlar həyata keçirmək lazımdır. Məsələn, ən savadlı və ixtisaslı hissəyə ayrıca yanaşma olmalıdır, bunun üçün dövlət qulluğunda işləmək və ya öz biznesini qurmaq üçün mümkün olan ən əlverişli şərait yaratmaq lazımdır. Əlilliyi olan işsiz insanların daha çox sosial yönümlü yaşamağa və dövlət tənzimlənməsinə ehtiyacı var, kənd sakinləri isə kreditə çıxışı təmin etməklə və regionlarda iqtisadi fəallığı stimullaşdırmaqla özünüməşğul olmağa və kiçik biznesi inkişaf etdirməyə təşviq edilməlidir. Məşğulluq imkanlarını yaxşılaşdırmaq üçün qabaqlayıcı tədbirlər baxımından mahiyyətə ən effektiv olan təhsil siyasəti islahat edilməlidir.

İnnovativ iqtisadiyyata keçid (iqtisadi sektorların restrukturizasiyası və şaxələndirilməsi) əhalinin məşğulluğunun mövcud strukturunun dəyişməsinə gətirib çıxaracaq və səmərəsiz iş yerlərinin azalması, işçilərin iqtisadi sektorlar üzrə yenidən bölüşdürülməsi, xidmətin genişləndirilməsi, sektoru, innovativ fəaliyyətin inkişafı və yeni məşğulluq sahələrinin yaranması ilə müşayiət olunacaqdır. Bu şəraitdə əmək bazarı yeni səmərəli iş yerlərinin, o cümlədən çevik məşğulluq formalarının yaradılmasını stimullaşdıracaq və onların dövryyəsinə artıracaqdır.

Kamran Sultanov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
kamran.sultanov.etc@gmail.com

INVESTMENTS IN GREEN ENERGY INFRASTRUCTURE IN AZERBAIJAN

Keywords: *Renewable energy resources, energy economy, green energy, energy efficiency, Azerbaijan*

Açar sözlər: *Bərpa olunan enerji resursları, enerji iqtisadiyyatı, yaşıl enerji, enerji səmərəliliyi, Azərbaycan*

The purpose of this paper is to analyze on the economic potentials of renewable energy resources in Azerbaijan and current economic challenges, as well as circumstances, emerged in the country's energy sector. Currently the government is working to stimulate investment in the inexhaustible energy sector. A higher share of renewable energy resources in the energy combination could bring the country many advantages including economic diversification in different fields. This sector can be a catalyst for new employment opportunities in the country that has traditionally been dominated by oil and gas and can lead to technological innovation, the opening up of new sectors, and economic growth to create economic value. As a result, ensuring harmony in the gradual use of renewable and traditional energy resources will be essential to the country's socioeconomic development, environmental sustainability, and energy security. The economic analysis of renewable energy potential and the establishment of a “green energy” industry are conducted in the article. Besides, the rapid deployment of

renewable energy, combined with the continuous improvement of energy efficiency, can reduce domestic consumption of oil and gas, which will be allowing for additional revenues through exports and reduced domestic subsidies in the country.

Azerbaijan, a country with a huge renewable energy potential, is already an example of successful transition to alternative energy. Although the emergency of modern Azerbaijan is inextricably linked to oil production, the country is a regional leader in terms of the application of innovative approaches aimed at transition to green energy and makes a tangible contribution to combating the effects of climate change.

The government's contributions to climate action, the transition to a green economy and Azerbaijan's undisputed international authority logically led to the decision to conduct one of the largest and most prestigious global events, the 29th session of the Conference of the Parties to the UN Framework Convention on Climate Change (COP29), in Baku in November of 2024. The holding of this conference in Azerbaijan will give the country's the opportunity to demonstrate to the world its achievements in technological solutions in the field of energy transition.

On December 25, 2023, President Ilham Aliyev, guided by paragraph 32 of Article 109 of the Constitution of the Republic of Azerbaijan, signed the Order "On declaring 2024 as a Year of Solidarity for a Green World" in the Republic of Azerbaijan in order to strengthen international solidarity in the global climate action. The document envisages such priorities as sustainable development of a competitive economy and transformation into a country with a clean environment and green growth (1).

By fostering the diversification and low-carbon transition of the energy sector, Azerbaijan would benefit from increasing energy efficiency, decarbonizing power generation by integrating more renewables into the grid, electrifying molecular energy demand where possible (e.g. electric vehicles) and decarbonizing hard-to-abate sectors through the use of hydrogen and derivatives (e.g. ammonia). Increasing energy efficiency is acknowledged as the most cost-effective way to reduce demand, save costs, improve energy security and reduce emissions. Although the government is already investing in the energy sector and fostering exploration through increasing cooperation with renewable energy companies, Azerbaijan has barely begun realizing its extensive potential for renewable energy, particularly wind and solar energy. Realizing this, the Government has set a target of increasing the share of renewable energy to 30% by 2030.

Azerbaijan also aims to create new economic opportunities in the liberated territories not only for itself but also for the region. In this regard, rehabilitation, reconstruction, and reintegration of the liberated and conflict-affected areas will be among the main directions of Azerbaijan's development path in the coming years.

Undoubtedly, Azerbaijan's long-term socio-economic vision is aligned with sustainable energy. To realize this vision, developing a strategy that would create a new wave of green and well-paid jobs and taking action to align policies, institutions, and finance around it should start now. A set of recommendations summarized below can help kick-start the green transition and facilitate addressing country-specific challenges:

1. Addressing the Bottom line: Policy Development and Institutional Capacity for Green Growth

For the transition to green growth, Azerbaijan needs public support and policies informed by adequate pricing of environmental and climate externalities (e.g. green taxation), scientific research and innovation. Implementation of green growth policies also needs the support of knowledge and institutional capacity to implement actions for mitigating transition shocks (e.g., improving the population's living conditions, training, and skills development to facilitate the delivery of green jobs), all of which, in the long term, would help develop the necessary human capital for green growth.

Strategizing and prioritizing the investment needs of non-oil and gas sectors will, in the long run, contribute to the higher value-added that these sectors bring to the economy. Investments in human capital development for the emerging green sectors would direct private investments to green and less polluting technologies.

2. Stepping up Private Sector-led Green Growth

Putting public policies in place that enable private sector growth into green markets will bring multiple benefits, innovation, financing, and a stronger focus on efficiency. The potential for job creation, private spending, and economic spillovers to other industries from private investments in green businesses will surpass the public spending in the green transition over time. Private investments will drive new poles of growth like the Blue Economy (BE), healthcare, and services. With the right policies and incentives over time, in sectors where capital financing requirements are the highest, such as green energy and smart infrastructure, the role of the private sector is indispensable.

3. Supporting Decarbonization Solutions through Green Financing

Public support for green investments will bring stability in the capital markets and financial institutions. Private investors need new public policies to benefit from green investment opportunities. Overcoming the perception of excessive private investment risk in low carbon projects requires the support of new policies based on more ambitious market-led principles and guidelines including the environmental, social, and governance (ESG) principles to foster green investments. Creating a new institutional ecosystem, including developing a green public taxonomy to distinguish between green and dirty economic activities, is a way to minimize the risk of greenwashing. The green taxonomy is an agreed-upon framework for what constitutes green / climate change projects in a specific country context. It can minimize the uncertainty of what counts as ‘green’ and help the financial actors make informed decisions. The development of a national taxonomy through careful planning, extensive consultations, collaboration, and technical expertise would open new investment opportunities and reduce investors’ transaction costs. Another important step for greening the public finances will be introducing Climate Budget Tagging (CBT) and starting to monitor and track climate-related expenditures in the national budget system.

References

1. Order of the President of the Republic of Azerbaijan on the declaration of 2024 in the Republic of Azerbaijan as the “Green World Solidarity Year” dated December 25, 2023, Available at: <https://president.az/az/articles/view/62737>

Gülay Məmmədli
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
gulay.memmedli.01@mail.ru

MÜASİR BANK XİDMƏTLƏRİNİN MAHIYYƏTİ VƏ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

***Açar sözlər:** müasir bankçılıq, bank xidmətləri, innovasiya, rəqabət və biznes*

***Keywords:** modern banking, banking services, innovation, competition and business*

Bank idarələrinin iş sferası fərqli-fərqlidir. Banklar çağdaş cəmiyyətdə əməliyyatların fərqli-fərqli növlərini əhatə edirlər. Onlar təkcə pul dövriyyəsinə və kredit əlaqələrini orqanizə etmir, həmçinin xalq təsərrüfat sferasını sərmayələşdirir, qiymətli kağızlar üzrə alqı-satqıları reallaşdırır, bəzi vəziyyətlərdə isə vasitəçi münasibətlər qurur və əmlakın idarə olunmasını əhatə edir. Kredit idarələri qanunverici və xalq təsərrüfatı proqramlarının müzakirəsində iştirak edir, məsləhətləşmələri realizə edir, statistikanı qurur, əlavə müəssisələrə yiyələnmiş olur. Bu faktorlara əsasən fəaliyyətlərinin bəzi tiplərini digər müəssisələrdə həyata keçirildiyindən, bankların əsas xassələri haqqında deyil, onların çox funksiyalıqı üzrə son nəticə almaq olar (Əliyev, 2011: 120).

Hüquqi və iqtisadi nöqtəyi nəzərindən bankın mahiyyətinin aydınlaşdırılmasına baxmaq olar. Hüquqi halda “funksiyalar” və “bank əməliyyatları” kimi anlayışlar ilkin vacibliyyətə malik olur. Burada söhbət qanunvericiliyə müvafiq şəkildə bank əməliyyatı ilə əlaqədar funksiyalardan və əməliyyatlardan gedir. Hüquqi tərəfin vacibliyinə əlavə olaraq, bankın

mahiyyəti qanun, normativ akt, bankın həyata keçirməli olduğu əməliyyatlarla təyin olunmadığından, bankın mahiyyəti problemi hələ də müəmmalıdır. İşin iqtisadi tərəfi bankın mahiyyətini təyin edir. Tarixi qanunauyğunluqlar, dəyişməz ənənəvi sazişlər bankın mahiyyətinin analizində diqqətə alınmalıdır (valyuta mübadiləsini, əməliyyatları, kreditləşdirməni, hesablaşmaları saxlayaraq). Eləcə də, iqtisadi konyuktura, ictimai infikşaafın müəyyən mərhələsinin xüsusiyyətləri ilə şərtləşdirilən cəhətləri ayırd etmək vacibdir. Bütövlükdə bankın mahiyyətinin istənilən digər təzahür kimi qavranması üçün, ilk növbədə bankın nə ilə məşğul olması, onun əvvəl və sonra hansı əməliyyatları yerinə yetirməsi, hansı keyfiyyətlərə malik olması kimi suallara cavab tapmaq lazımdır.

Bankın mənası haqqında məsələnin aydınlaşdırılması bank işinin xarakteristikasının təsadüfi toplumunun analizi deyil, metodoloji nöqteyi nəzərdən qoyulmuş müəyyən suallara həll tələb edir. Bu tələbləri yerinə yetirmədən bankın mahiyyətinin tərfi məqsədli təmayülünü itirir, bütün mühümlüyü ilə bankın real mahiyyətini gizlədən qlobal problemləri aydınlaşdırmayan və bankın həyata keçirdiyi əməliyyatların tiplərinin təsviri zamanı analizi bitir. Bəzi metodoloji tələblərə riayət etmək bankın mahiyyətinin nədən ibarət olduğunu aydınlaşdırarkən mühümdür.

1) İstənilən bankın bu və ya başqa müştəri üçün həyata keçirdiyi əməliyyatları gözdən keçirərək mahiyyətini başa düşmək çətindir. Bank istənilən anda bəzi bank əməliyyatlarını həyata keçirtməyə də bilər. İstənilən müştəri xidmətlərin yalnız məhdud sayından yararlanmaq hüququna malik olsa da, bank bununla bank kimi işini saxlamır. Analizdə ayırma götürülmüş bankın əməliyyatlarından təcrid olunma mütləqdir. Onun burada mahiyyəti abstraktır və o, bütövlükdə bankın real işinin

xarakteristikasını əhatə edir. Bu səbəbdən, mahiyyəti makro-səviyyədə, yəni müəyyən bankların faktiki işinin istənilən tiplərini əhatə etməklə iqtisadiyyatla bağlı əlaqədə gözdən keçirmək məqsədə uyğundur.

2) Bankın mahiyyəti özünün tipindən, yəni gözdən keçirilən bankdan: onun ixtisaslaşmış və ya universal, kommersiya və ya emissiya, regionlar arası və ya yerli bank, fərdi və ya hökumət olub - olmamasından asılı olmayaraq vahiddir. Amma bu hər bir bankların təcrübədə müvafiq olmaları demək deyildir. Tərsinə, onlardan hamısı fərdi xüsusiyyətli olsalar da, hər bir xüsusiyyət bütövlükdə bankların qammasını, müxtəlifliyini əhatə edir.

3) Bankın mahiyyəti onu başqa iqtisadi təsisatlardan fərqləndirən xassələrin, spesifik parametrlərin aydınlaşdırılmasını tələb edir. Bank ilk öncə spesifik məhsul istehsal edən təşkilatdır.

Bank spesifik təşkilat kimi maddi istehsalat sferasının məhsulundan mühüm dərəcədə fərqlənən məhsul, ödəniş vasitəsi kimi müəyyən bir mal, yəni pul vasitəsini buraxır. Pul vasitəsi istehsal mərhələsidir. İstehsal subyektlərinin cəmi çəkisində vahid inhisarçı şəklində işləyən bank tərəfindən istehsal olunan nəğd pullar həm istehsal sferasına, həm də təzədən - bölgü, istehlak və mübadilə sferasına xidmət göstərir. Bu məhsuldan başqa, banklar əsas etibarilə pul xarakteri olan fərqli-fərqli mənşəli xidmətləri təqdim edir. Sənaye təşkilatından fərqli olaraq xidmət sferasında bankın ilkin məhsulu formasında malların, istehak obyektlərinin istehsalı deyil, məhz kreditin verilməsidir. Bank kreditinin spesifik xassəsi isə onun müəyyən pul məbləği şəklində deyil, kapital formasında təqdim olunmasından təşkil olunur. Yəni borca verilən pullar nəinki borc alan fərdin təsərrüfatında dövr etməli, habelə təzə alınmış dəyərin bir hissəsi kimi kredit faizi formasında artırılmaqla

ilkin səviyyəyə gəlməlidir. Əgər bank baza kimi geri verilmək şərti ilə yığılmış könər pullar ilə fəaliyyət göstərsə, bu halda təşkilat işini şəxsi resursları hesabına reallaşdırır. Bank sənaye təşkilatından qiymətli kağızlar emissiya etmək xassəsi ilə də fərqlənir. O həm səhmlər və başqa qiymətli kağızlar təqdim edir, həm də başqa emitentlərin qiymətli kağızlarının registrasiyası və mühafizəsi üzrə fəaliyyətləri də reallaşdırır.

Bankda müəyyən əməkdaşlar – baza kimi fəhlələr deyil, qulluqçular: fiziki işlə məşğul olan şəxslər yox, pul prosedurları, rəqəmlərin, məlumatın emalı, iqtisadi analiz, registrasiyanın orqanizəsi, təşkilatlar arasında həyata keçirilən hesablaşmalar ilə məşğul olan insanlar işləyir.

Bank - sənaye təşkilatı deyil, vasitəçi, ticarət təşkilatıdır. Bankın ticarətlə əlaqəsi təsadüfi sayılır. Bank doğrudan da resurslar “alır”, “satır”, resursların təkrarən paylanması sferasında işləyir, malların mübadiləsinə köməklik göstərir. O “saticılarına”, anbarlarına, “müəyyən əmtəə resurslarına” malikdir və onun işi çoxsaylı vəziyyətlərdə dövriyyədən asılı olur. Ticarət təşkilatı da öz növbəsində bir sıra bank xidmətləri göstərmək gücündə olması ilə banka oxşayır. Misal üçün, böyük ticarət təşkilatı bank kimi böyük miqdarda pul krediti verə bilər. Ticarət isə daha çox müəyyən kapital ilə deyil, borc kimi götürülən kapitalın bazasında çalışa bilər. Ən sonda, ticarətdə olduğu kimi bank işində də bir çox vəziyyətlərdə qiymətin qarşılıqlı dinamikası baş verir. Bank xidmətlərini göstərir, onun əmtəə malının dəyəri itir; eyni vaxtda onun məhsulunu əldə edən fərddən məhsulun eyni ödənişi aparılır. Misal üçün, hesablaşma əməliyyatlarının, kassa, məsləhət və başqa xidmətlərə görə komisyon ödəmələr. Bank ilə ticarət sferası arasındakı bənzərlik bununla da sonlanır. Bankın ticarət təşkilatından əsas fərqi bankın əsasını qurur. Bankın əsasları

müəyyən təşkil etmə tələb edən həcmərdə əsasverici məşğuliyyət kimi banka tarixən təhkim olunan iş anlaşılır.

Belə vəziyyətdə bank qarşımızda ticarət təşkilatı kimi deyil, spesifik təşkilat kimi canlanır, əks halda:

1. Ticarət prosedurunda dəyər və kreditdə qarşılıqlı hərəkət birtərəfli formada reallaşar (dəyər ayrılmış zaman qurtardıqdan sonra krediti geri verən borclu şəxsə geri qaytarılır);

2. Ticarətdə əmtəyə haqqında mülkiyyət hüququ satıcıdan alıcıya ötürülür; kredit vaxtında isə bu prosedur reallaşmır (dəyər borc götürən şəxsin təkə davamlı olmayaraq ixtiyarına ötürülür);

3. Ticarət sazişində sahibin malı satıldığı halda, kredit vaxtında bu prosedur başqa cürədir (misal üçün, bank əsasən onun olmayan malı satır - o digərlərinin pul vəsaitləri ilə “ticarət” formalaşdırır);

4. Ticarətdə satıcı alıcıdan malının dəyərini aldığı zaman, kreditin təqdimatı formasında çoxalma sahibi olur.

Ədəbiyyat

1. Əliyev, M.F. (2011). Bankların inkişaf istiqamətləri. Monoqrafiya. Bakı, “Şərq-Qərb” Nəşriyyat evi, 120 s.

Hüsü Atamov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
husulatomov@gmail.com

AZƏRBAYCANDA DAXİLİ BAZARIN İNKİŞAFI VƏ ONUN PROBLEMLƏRİ

***Açar sözlər:** daxili bazar, iqtisadi inkişaf, bazar iqtisadiyyatı, daxili bazar problemləri*

***Keywords:** internal market, economic development, market economy, internal market problems*

Tarixən iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi dövlətlə cəmiyyətin iqtisadiyyatı arasında münasibətlərin, dövlətin iqtisadi funksiyasının inkişafının obyektiv, konkret mərhələsidir. Bunun ortaya çıxması formaları tarixən bir tərəfdən iqtisadiyyatın, digər tərəfdən isə dövlətin müvafiq inkişafı ilə müəyyən edilir. Dövlət iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin subyekti kimi mərkəzi aparatı və regional idarələri ilə təmsil olunur, habelə öz hissəsində dövlət funksiyaları daşıyan bələdiyyələrin idarələri tərəfindən. Eyni zamanda, dövlət əhalinin müxtəlif təbəqələri - iqtisadi maraqların daşıyıcıları və bu iqtisadi maraqların sözcüsü kimi çıxış edən ictimai təşkilatlarla sıx əlaqədə olur. Bununla əlaqədar olaraq, iqtisadi maraqların daşıyıcılarını, eksponentlərini və icraçılarını özündə birləşdirən iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi sistemi formalaşır (Нешитой А. 2006).

Məlumdur ki, 90-cı illərdə bazar iqtisadiyyatına keçidlə bağlı iki fikir formalaşmışdı: 1) keçid proseslərinin başlanğıcında üstünlük təşkil edən “böyük partlayış” və ya “şok terapiyası” nəzəriyyəsi; 2) effektivliyi bu gün əksər

iqtisadçılar tərəfindən etiraf edilən “təkamül-institusional” (tədrici) yanaşma. Biz hesab edirik ki, şok terapiyası bazarın inkişafının ümumi qanunauyğunluqlarını adekvat şəkildə əks etdirməyən bir nəzəriyyədir və buna görə də onun tövsiyələrinə əməl etmək yalnız az sayda konkret hallarda uğurlu ola bilər. Halbuki təkamül-institusional yanaşma bazarın inkişafının ümumi qanunauyğunluqlarına əsaslanır və buna görə də müstəqil şəkildə islahat strategiyasını tərtib edən və onun həyata keçirilməsi üçün lazımi resurslara malik olan ölkələr üçün effektivdir (Ролан Ж. 2007).

Bazar iqtisadiyyatı əmək bölgüsünün gücünə əsaslanan iqtisadi sistemdir ki, burada investisiya, istehsal və bölgü haqqında qərarlar tələb və təklif əsasında qəbul edilir, qiymətlər isə azad bazar sistemində müəyyən edilir. Sovet İttifaqında və digər Şərqi Avropa ölkələrində sosializmin süqutundan sonra azad bazar iqtisadiyyatı dünyada yeganə dominant iqtisadi sistemə çevrildi. Bu gün bazar bütün dünyada geniş istifadə olunur və tətbiq olunur. Müasir bazar iqtisadiyyatında dövlət tənzimlənməsi komandanlıq iqtisadiyyatına nisbətən çox az olsa da, dövlətin iqtisadi rolu, xüsusən rəqabət sistemi ilə müqayisədə hələ də kifayət qədər vacibdir. Bazar iqtisadi sistemində hökumət bazarın öz yolu ilə getməsinə kömək edən dəstəkləyici rol oynayır. Amma indiki dövrdə bütün dünyada xalis səciyyəli bazar iqtisadi sistemini tapmaq çox çətindir. Hər bir dövlətin iqtisadi artıma nail olmaq üçün müəyyən iqtisadi siyasətləri, kapital yığılması, sosial rifah üçün sosial siyasətin həyata keçirilməsi və geniş mənada ümumi sosiallaşma strategiyası var. Bu siyasəti həyata keçirmək üçün dövlət bazarı tənzimləyir (Bayzid Bappi).

Bu gün dövlətin vəzifəsi təkcə bazarın fəaliyyət göstərməsi üçün əlverişli şərait yaratmaq deyil, həm də müxtəlif sosial qrupların mənafelərinin tarazlığını təmin etmək, sosial sabitliyi

qorumaq, daxili və xarici siyasətin həyata keçirilməsində milli mənafeləri qorumaqdan və s. ibarətdir.

Ölkədə müəssisələrin, daxili bazarın inkişafının öyrənilməsi problemi davam edən iqtisadi böhran və dünyada çətin siyasi vəziyyət şəraitində xüsusi aktualıq kəsb edir. Bu, Azərbaycanda müəssisələrin qlobal və daxili bazarlarda effektiv işləməsi üçün kifayət qədər rəqabət qabiliyyətinin olmaması ilə əlaqələndirilir. Bu, xüsusilə, istehsal sənayesi müəssisələrinə aiddir. Bu məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələrin həlli gözlənilir:

1. Təsərrüfat uçotunun fəaliyyətinin idarə edilməsi vasitəsi kimi məzmununu və müəssisənin daxili bazarı ilə əlaqəsini tarixi perspektivdən nəzərdən keçirin.

2. Müəssisənin daxili bazarının təşkili problemlərini göstərin.

3. Müəssisənin daxili bazarını onun inkişafının perspektivli istiqamətlərindən biri kimi təşkil etmək üçün layihə yanaşmasından istifadə etmək zərurətini əsaslandırın.

Daxili bazarın inkişafı Azərbaycanda davamlı iqtisadi artım üçün ümumi strategiyanın ayrılmaz tərkib hissəsidir. Məsələ burasındadır ki, daxili bazarın təkmilləşdirilməsi və genişləndirilməsi dünya iqtisadiyyatının qlobalaşmasının çağırışlarına uyğun olaraq milli iqtisadiyyatın əsaslı şəkildə yeni inkişaf səviyyəsinə yüksəlməsinə öz töhfəsini verməlidir.

Tədqiqatlar göstərmişdir ki, daxili bazarlar iqtisadi artım üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir və onların inkişafı məhsul və gəlirin artımı ilə bağlı ölçülə bilər. Hazırda Azərbaycanın daxili bazarının əsas problemləri aşağıdakılardır:

Diversifikasiyalı iqtisadiyyatlar – Ölkədə neft gəlirlərindən asılılıq əsas narahatlıq olaraq qalır. Bu, digər iqtisadi sektorların inkişafının qarşısını alır və onları dünya neft və qaz bazarlarında dalğalanmalara qarşı həssas edir. Digər yerli

sənaye və sahələrin inkişafına neft-qaz sektorunun üstünlük təşkil etməsi mane olur. Səlahiyyətli istehsal, kənd təsərrüfatı və ya xidmətlər kimi alternativ sektorlara sərmayə qoymadığından bu, şaxələndirilməmiş iqtisadiyyatla nəticələnir. İqtisadiyyatın vahid sektorundan asılılıq iqtisadiyyatı əhəmiyyətli risklərə məruz qoyur və uzunmüddətli perspektivdə onun inkişaf perspektivlərini məhdudlaşdırır.

Regional inkişafda qeyri-bərabərlik - paytaxtın və regionların inkişafı qeyri-bərabərdir. Bunun səbəbi, az inkişaf etmiş regionların milli iqtisadi göstəricilərə verə biləcəyi potensial töhfəni məhdudlaşdırır. Regional bərabərsizliklər çox vaxt təhsil, səhiyyə və məşğulluq imkanlarına çıxışda bərabərsizliyin mənbəyidir. Qeyri-adekvat infrastruktur nəqliyyat xərclərini artırır, bazarlara çıxışı məhdudlaşdırır və müəssisələrin fəaliyyətini çətinləşdirir, bununla da daxili bazarda məhsuldarlığa və rəqabətə mane olur. Buna görə də biz regional inkişaf disbalanslarını aradan qaldırmağımız və inklüziv inkişafı və sosial birliyi təşviq etməyimiz vacibdir.

Müasir Azərbaycanın daxili bazarı zəif bazar institutları, bazarda iqtisadi proseslərin dövlət tənzimlənməsinin səmərəsiz mexanizmləri, kölgə, virtual və uydurma şəraitin inkişafı ilə xarakterizə olunur. İnkişafa təsir göstərən bütün makro (iqtisadi artım tempi, inflyasiya səviyyəsi, işsizlik səviyyəsi, iqtisadiyyatın monetar parametrləri və s.) və mikro (istehsalçıların və istehlakçıların iqtisadi davranışının motivləri və məqsədləri, mexanizmlər və alətlər) amillər nəzərə alınmalıdır.

Beləliklə, gələcəkdə daxili bazar yalnız müstəqil inkişaf etmiş maliyyə bazarı (ilk növbədə fond bazarı, korporativ qiymətli kağızlar bazarı) formalaşdıqda səmərəli fəaliyyət göstərəcəkdir. Beləliklə, istehsal, kommersiya və maliyyə kapitalının vahid dövriyyəsinin optimal tarazlaşdırılması,

ticarət sənayesinin fəaliyyətinin maliyyə mexanizminin təkmilləşdirilməsi əsasında daxili bazar üçün prinsipial olaraq yeni inkişaf şəraiti yaradılacaqdır.

Ölkədə daxili bazarın böyüməsi və təkmilləşməsi daha çox daxili ticarətin dinamik və səmərəli inkişafından asılıdır. Ticarət digər sənaye sahələri üçün iqtisadi mühərrik rolunu oynayır, təkrar istehsal proseslərinin fasiləsizliyinə kömək edir, istehlakçı tələb və təklifinin bazar koordinasiyasını həyata keçirir, səmərəli milli iqtisadi və regionlararası münasibətləri təmin edir.

Təbii ki, daxili ticarətin həcmnin artması milli əmtəə istehsalının genişlənməsinə və daxili bazarın yerli mallarla dolmasına uyğundursa, mütərəqqi hadisədir. Təəssüf ki, böhran şəraitində daxili ticarətin inkişafı milli iqtisadiyyatın makroiqtisadi strukturunun ümumi deformasiyasının təhrif olunmuş ifadə formasına çevrilmişdir. Daxili bazarının əsas problemlərinin aradan qaldırılmasının ölkə iqtisadiyyatında, daxili bazarın inkişafında müsabətə doğru böyük təsir göstəriləcəyi gözlənilməkdədir.

Kəmalə Sultanova
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
kamalasultanova91@gmail.com

MARKETİNQ VƏ ONUN ŞİRKƏTİN STRATEGİYASINDAKI ROLU

***Açar sözlər:** marketinq, strateji marketinq, əməliyyat marketinqi, marketinq strategiyası*

***Keywords:** marketing, strategic marketing, operational marketing, marketing strategy*

Məqalə şirkətlərdə marketinqin roluna həsr olunub. Müasir şəraitdə marketinq biznesin strateji idarə olunması üçün əsas vasitələrdən birinə çevrilir. Marketinqin tərfi çoxdur. Marketinq müştəri məmnuniyyətindən qazanc əldə etməkdir. Filip Kotlerin fikrincə, marketinqin məqsədi üstün müştəri dəyəri vəd etməklə yeni müştəriləri cəlb etmək və onların dəyişən ehtiyaclarını aydın şəkildə təmin etməklə mövcud müştəriləri saxlamaqdır.

Marketinq əməliyyat və strateji olaraq bölünür. Marketinqin bu komponentləri bir-birini tamamlayır, baxmayaraq ki, onlar planlaşdırma səviyyəsində və müəssisənin məqsədlərini müəyyənləşdirməkdə çox fərqlənirlər.

Strateji marketinq ehtiyacların daimi təhlilini, böhran şəraitinin qarşısının alınması kimi dəyişən xarici mühitdə davamlı rəqabət üstünlüyü və çevikliyi təmin edən effektiv məhsul və xidmətlərin inkişafını nəzərdə tutur, uzunmüddətli perspektivə yönəlmiş analitik prosesdir.

Əməliyyat (və ya taktiki) marketinq, alıcılara məhsulun fərqli keyfiyyətlərini nümayiş etdirmək və eyni zamanda onları

axtarmaq xərclərini azaltmaq üçün satışın, rabitənin təşkili kimi. Bu, yüksək fəallıq ilə xarakterizə olunan qısamüddətli planlaşdırma və taktiki idarəetmə prosesidir. Onun əsas məqsədi satışdan gəlir əldə etməkdir. Bu məqsəd istehsal proqramına və satış proqramına çevrilir. Əməliyyat marketinqi bilavasitə qısamüddətli gəlirliliyə təsir edir və bazar dəyişikliklərini nəzərə alaraq strateji planları tez bir zamanda idarə etməyə və tənzimləməyə imkan verir və buna görə də səmərəsiz planlaşdırmadan irəli gələn böhran hadisələrinin qarşısını effektiv şəkildə alır. Əməliyyat marketinqi çərçivəsində hədəf seqmentin seçilməsi, taktiki marketinq planının (proqramının) işlənilib hazırlanması, marketinq idarəetmə kompleksinin formalaşdırılması, büdcənin tərtibi, planın icrası və nəzarəti təmin edilir.

Strateji marketinq yüksək müştəri dəyərinə malik məhsullar yaratmaqla şirkətə öz biznes məqsədlərinə nail olmağa imkan verən marketinq fəaliyyətinin inkişafına yönəlmiş uzunmüddətli planlaşdırma prosesidir. Bütün planların qısa müddətə (ən çox 1 il) edildiyi əməliyyat marketinqindən fərqli olaraq, strateji marketinqdə planlaşdırma üfuku 3-5 il və ya daha çox olur. Buradan belə nəticə çıxır ki, əməliyyat marketinqində əsas diqqət qiymət və reklama düşür, strateji olaraq, rəqabətli qiymətə keyfiyyətli məhsullar təqdim etmək.

Filipp Kotler, Qari Armstronq, Veronika Vanq və Con Sonders kimi xarici alimlərin fikrincə, bir çox şirkətlər heç bir plan olmadan fəaliyyət göstərir. Yeni şirkətlərin rəhbərliyi adətən başqa işlərlə çox məşğul olur və planlaşdırmağa vaxt tapmır. Kiçik şirkətlər planlaşdırmanın yalnız böyük firmalar üçün lazım olduğuna inanırlar. Yetkin şirkətlər əvvəlcədən planlaşdırmadan yaxşı yola getdiklərini və onsuz da yaşamağa davam edəcəklərinə inanırlar. Planlar quraraq vaxt itirmək istəmirlər. Siz həmçinin bazarda dəyişikliklərin çox tez baş

verməsi və planın fayda gətirmək vaxtı çatmamış köhnəlməsi fikrini eşidə bilərsiniz. Planlaşdırmanın bütün mərhələlərinin ardıcıl şəkildə həyata keçirilməsi istənilən növ şirkətlərə üstünlük verəcəyindən: böyük və kiçik, yeni və yetkin - bu, sistem düşüncəsini stimullaşdıracaq; şirkət rəhbərliyini arzu olunan məqsədləri aydın şəkildə formalaşdırmağa məcbur etmək. Dəyişən mühitdə planlaşdırmanın səmərəsiz olduğu iddiası olduqca şübhəlidir. Bir çox araşdırmalar sübut etdi ki, diqqətli planlaşdırma şirkətə xarici dəyişiklikləri fərq etməyə və onlara tez reaksiya verməyə və qəfil dəyişikliklərə daha yaxşı hazırlaşmağa kömək edir.

Strateji planlaşdırma hər bir şirkət üçün vacibdir. O, marketing planının hazırlanması üçün əsas rolunu oynayır və şirkətin ümumi məqsəd və missiyasının formalaşdırılması ilə başlayır, bunun əsasında şirkətin konkret məqsədləri formalaşır. Sonra şirkət, rəqiblər, bazar və biznesə təsir edən ətraf mühit amilləri haqqında məlumat toplamaq və təhlil etmək lazımdır. SWOT təhlili nəticəsində şirkət güclü, zəif tərəfləri, imkanları və təhdidləri haqqında təsəvvür əldə edir. Rəhbərlik hansı fəaliyyətlərlə məşğul olacağına və hər birinə hansı resursların ayrılacağına qərar verir. Bundan sonra şirkətin fəaliyyətinin hədəfləndiyi strateji məqsədlərə çatmaq üçün formalaşır. Şirkətin bölmələri, ayrı-ayrı məhsullar və bazarlar üçün marketing planları tərtib edilir. Strateji planlardan fərqli olaraq, marketing planları konkret marketing imkanlarını daha ətraflı nəzərdən keçirir. Məsələn, baş ofisi İsveçrədə yerləşən dünyanın ən böyük qida şirkəti Nestle ümumi strateji plan hazırlayır. Bundan sonra şirkətin hər bir strateji bölməsi öz strateji planlarını hazırlayır. Bunlar, öz növbəsində, digər ölkələrdəki şirkət bölmələrində strateji planlaşdırma üçün əsas rolunu oynayır. Bu səviyyələrin hər birində marketing və digər funksional planlar hazırlanır. Nəhayət, milli bazarlarla bağlı

fərdi brendlər üçün planlar hazırlanır (Filip Kotler, Qari Armstrong, Veronika Vonq, Con Sonders, 2013).

Beləliklə, strateji marketinq bazar yönümlü bir təşkilat tərəfindən rəqiblərin ehtiyaclarından daha səmərəli şəkildə təmin edən mal və xidmətlərin yaradılması siyasətini sistemli şəkildə həyata keçirməklə bazarın orta göstəricisindən yüksək performansla nail olmaq məqsədi ilə həyata keçirilən bir prosesdir. Ona görə də strateji marketinq təkcə şirkətin deyil, həm də onun fəaliyyət göstərdiyi regionun iqtisadi inkişafında əsas amildir.

Strateji marketinqin mahiyyəti bir sıra elementlərlə təmsil oluna bilər, bunlara aşağıdakılar daxildir: ehtiyacların təhlili və baza bazarının müəyyən edilməsi, bazarın segmentasiyası, makro və mikro segmentasiyası, cəlb ediciliyin təhlili və rəqabət qabiliyyətinin təhlili, şirkətin inkişaf strategiyasının seçimi. Strateji marketinqin əsas vəzifəsi şirkətin bütün fəaliyyət dairəsini onun inkişafını və gəlirliliyini təmin edən istiqamətlərə yönəltmək və yenidən istiqamətləndirmək üçün fasiləsiz işdir, çünki ondan yaranan impulslar şirkətin həyata keçirdiyi bütün funksiyalara birbaşa təsir göstərir. Buna görə də, strateji marketinqin rolu ənənəvi marketinq menecmentindən daha genişdir, çünki o, həm də çarpaz funksional koordinasiyanı ehtiva edir.

Ədəbiyyat

1. Filip Kotler, Qari Armstrong, Veronika Vonq, Con Sonders. (2013). Marketinqin əsasları, 5-ci Avropa nəşri: Trans. ingilis dilindən – M.: MMC “İ.D. Williams, 752 s. İl. - Paral. Titus İngilis.

Cəmilə Ələsgərli
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
clsgrli@mail.ru

BÜDCƏYƏ VERGİ DAXİLOLMALARI VƏ ONA TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

Açar sözlər: *büdcə, vergi, vergi daxilolmaları, iqtisadi artım*

Keywords: *budget, tax, tax revenues, economic growth*

Dövlətin iqtisadi siyasətinin həyata keçirilməsinin ən vacib prioritetlərindən biri vergilərdir. Vergi amili ona görə qanunverici hesab edilir ki, vergilər dövlətin gəlirlərinin əsas formalaşma mənbəyi və dövlətin fəaliyyət prosesində həyata keçirilən xərclərinin ödənilməsi mənbəyidir. Vergilərin dövlətin gəliri kimi onun xərcləri ilə bağlı olmasına, xərclərin isə ölkə daxilində və onun hüdudlarından kənarında siyasi, iqtisadi, sosial, ekoloji və digər vəziyyətlərdən asılı olaraq dəyişməsinə əsaslanaraq, o zaman deyə bilərik ki, vergi münasibətləri dövlət tənzimləməsi obyektidir.

Vergi münasibətlərinin arxasında təsərrüfat subyektlərinə konkret vergi növlərinin qoyulması dayandığına görə və onların ümumi məbləğinin maliyyə nəticələrinə təsir etməsinə görə, o zaman demək olar ki, dövlət vergi ödəyicilərinin müəssisələrinin iqtisadiyyatına bilavasitə təsir göstərir, bu zaman vergi dərəcələrinin artırılması, vergi imtiyazlarının verilməsi və s. vasitəsilə onların maliyyə imkanlarını tənzimləyir.

Vergi daxilolmaları gəlir bazasının və konsolidasiya edilmiş büdcəsinin formalaşmasında həlledici rola malikdir.

Bununla əlaqədar olaraq büdcə sisteminin səviyyələri üzrə vergi daxilolmalarının bölüşdürülməsinin effektiv vergi-büdcə mexanizminin hazırlanması həm bütünlükdə və əsasən hər bir regionun iqtisadiyyatının yüksəldilməsi, həm də cəmiyyətin sosial tələbatlarının maliyyə ehtiyatları ilə təmin edilməsi üçün çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Məlum olduğu kimi, ölkənin ərazisində vergi mənbələrinin bölüşdürülməsi nə qədər qeyri-bərabər olarsa, o zaman vergi gəlirlərinin təkrar bölüşdürülməsi də bir o qədər yüksək dərəcədə həyata keçirilməlidir. Başqa sözlə desək, federal büdcədə vergi gəlirlərinin mərkəzləşdirilməsi artacaqdır.

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

Vergilərin müxtəlif növlərinin nisbətinə, vergi intizamının səviyyəsinə və vergi ödəyicisinin vergi mədəniyyətinə, vergiqoyma mənbələrinə, vergi qanunvericiliyinin pozulmasının qarşısını almaq üçün görülən tədbirlərə görə hər ölkədə vergi sistemlərinin xüsusiyyətləri bir çox amillərdən asılıdır: iqtisadi, sosial, siyasi, demoqrafik və dövlətin ÜDM və VG təkrar bölüşdürülməsi zamanı aparıcı rol oynayır.

Ölkəmizdə vergilərin rolunun artması, onların fiziki və hüquqi şəxslərin gəlirlərinin bir hissəsinin dövlət və yerli büdcələrə keçirilməsinin əsas üsuluna çevrilməsi cəmiyyətin maliyyə mədəniyyətinin artmasının sübutudur. Əhalinin müəyyən savadlılıq səviyyəsinə nail olduqda vergilər onları anlayışla, ümumdövlət vəzifələrinin, hər şeydən əvvəl sosial

vəzifələrin həllində öz vəsaitləri ilə iştirak forması kimi qəbul edəcək.

Təbii ki, əgər vergi dərəcələri vətəndaşların, sahibkarların, müəssisələrin və dövlətin maraqlarının balansını əks etdirərsə. Həm dünya, həm də yerli təcrübə vətəndaşların və müəssisələrin gəlirlərinin bir hissəsinin dövlət büdcəsinə daxil olmasının istənilən digər forması qarşısında vergi sisteminin üstünlüklərini sübut edir.

Bu üstünlüklərdən biri vergilərin hüquqi xarakteridir. Vergi qarşısında hər kəs bərabərdir. Bu o demək deyil ki, dərəcələri differensiasiya etmək olmaz, əksinə, lazımdır və olar, lakin differensiasiya ayrı – ayrı fiziki şəxslər və ya müəssisələr üzrə deyil, ödəyicilərin iqtisadi, sosial, regional kateqoriyaları üzrə aparılır.

İqtisadi artımın bərpa olunması, qeyri-neft sektorunda müşahidə olunan müsbət dinamika biznesin fəaliyyətində şəffaflaşma prosesinin davam etməsi şəraitində dövlət büdcəsinə vergi daxilolmalarının dinamikasında artım davam edir. 2022-ci ildə ümumi vergi daxilolmaları ilk dəfə olaraq 15 milyard manatı keçib. Ötən il ilə müqayisədə daxilolmalarda əhəmiyyətli artım qeydə alınıb. Özəl investisiyaların artımının tədricən sürətlənməsi, iqtisadiyyatın əksər sektorlarında müşahidə olunan artım prosesi xüsusi ilə qeyri-neft sektorunda ÜDM-in artım tempibü sektorun fiskal göstəricilərində öz əksini tapıb. Belə ki, qeyri-neft-qaz sektorunda daxilolmalar 8 milyard manata çatmışdır. Qeyri-neft sektorunda vergi daxilolmaların yüksək artım dinamikası sektorda əhəmiyyətli şəffaflaşmanın göstəricisidir. Eyni zamanda vergidən yayınma hallarının azalmasında vergi inzibatchılığının keyfiyyətinin artmasına dəlalət edir. Qeyri-neft sektoru üzrə dövriyyələrlə bağlı on ayın nəticələrinə əsaslanaraq iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sektorlarında dövriyyələrin əhəmiyyətli artımı müşahidə

olunur. Bütövlükdə qeyri-neft sektoru üzrə bu göstərici 25.1% təşkil edir. Könüllü vergi daxilolmaları ümumilikdə 95 %-dən çox, qeyri-neft sektorunda 91%-ə yaxındır.

Nərgiz Bəşirova
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
nergiz13.2001@icloud.com

BANKLARIN AKTİV ƏMƏLİYYATLARININ TƏŞKİLİNDƏ RƏQƏMSAL TEXNOLOGİYANIN ROLU

Açar sözlər: *bank, maliyyə xidməti, aktiv əməliyyatlar, texnologiya*

Keywords: *bank, financial service, active operations, technology*

İnformasiya texnologiyalarındakı sürətli irəliləyişlərin təsiri ilə müəssisələr üçün zamanla ayaqlaşmaq bir zərurətə çevrilmişdir. Bu prosesdə biznesin aparılması yollarının yenidən nəzərdən keçirilməsi və yeni biznes modellərinin dizaynı kimi rəqəmsallaşmaya əsaslanan transformasiya fəaliyyətləri həyata keçirmək lazımdır.

Transformasiyaya əməl etmək öhdəliyi hissi ilə yanaşı, transformasiyanı idarə edən menecerlərin rəqəmsallaşmanı kreativlik və innovasiya ilə birləşdirməsi, gələcəyin texnologiyasını əvvəlcədən yaratmağa və təqdim etməyə çalışması əsas məqsəd olmalıdır.

Biznes idarəçiliyində gələcəyə baxış kimi görülən rəqəmsal transformasiyaya uyğunlaşma prosesinin sürətlə aşılması və transformasiyanın reallaşması rəqabət üstünlüyü baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Rəqəmsal dövrün inkişafı ilə hər zamankından daha sürətlə inkişaf edən rəqəmsal dünyada rəqəmsal texnologiyaların qəbulu sürətlə irəliləməyə davam edir, biznes isə sürətlə dəyişməyə davam edir.

Maliyyə xidmətləri sektoru öz fəaliyyət sahəsini genişləndirdikcə bank sektoru da sürətlənmiş dəyişiklik və transfor-

masiyaya məruz qalmışdır. Kommunikasiya texnologiyaları və maliyyə bazarlarında irəliləyişlər bank xidmətləri proseslərinin daim yenilənməsinə səbəb olmuşdur. Texnologiya gündəlik həyatımıza kök salıb və maliyyə xidmətləri davamlı olaraq inkişaf etdikcə bank xidmətlərinə istənilən yerdən rahat çıxış ehtiyacı özünü büruzə verir. Bu gün əksər insanlar bank əməliyyatlarını həyata keçirmək üçün fiziki bank filialına getməməyə üstünlük verirlər. İnternet bankçılıq və mobil bankçılıq proqramları vasitəsilə pul köçürmələri, ödənişlər etmək və hesablara nəzarət etmək imkanı yaradıb.

Qlobal rəqəmsal bankçılıq sistemləri müştəri təcrübəsinin artırılmasına, mobil proqramlar vasitəsilə asan və sürətli əməliyyatların asanlaşdırılmasına və etibarlılığın təmin edilməsinə artan diqqət nəticəsində sürətlə genişlənilir. Banklar müştərilərinin inkişaf edən gözləntilərini qarşılamaq üçün qüsursuz və istifadəçi dostu rəqəmsal təcrübələr təqdim etməyin vacibliyini dərk edirlər.

Mobil proqramlar bank təcrübəsində inqilabi rol oynamışdır. Smartfonların çoxalması ilə indi fərdlər əllərinin içindən geniş bank fəaliyyətini həyata keçirmək səlahiyyətinə malikdirlər. Bu mobil proqramlar hesabın idarə edilməsi, pul köçürmələri, faktura ödənişləri və hətta investisiya xidmətləri kimi funksiyaları təklif edir. Müştəri tələblərinə cavab vermək üçün istifadəçi dostu interfeyslərə, intuitiv dizayna və fərdiləşdirilmiş təcrübələrə vurğu böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Üstəlik, rəqəmsal bankçılıqda etibarlılıq anlayışı çox vacibdir. Müştərilər maliyyə əməliyyatlarının hər zaman təhlükəsiz, qorunan və əlçatan olmasını gözləyirlər. Banklar müştəri məlumatlarının təhlükəsizliyini təmin etmək və icazəsiz girişin qarşısını almaq üçün şifrələmə, çoxfaktorlu autentifikasiya və biometrika kimi qabaqcıl təhlükəsizlik tədbirlərindən istifadə edirlər. Rəqəmsal bankçılıq platform-

larının etibarlılığı müştəri inamının və loyallığının yaradılmasında mühüm rol oynayır.

Rəqəmsal bankçılıq həm də maliyyə inklüzivliyi üçün imkanlar açaraq, əvvəllər ənənəvi bank sistemləri tərəfindən kifayət qədər xidmət görməyən şəxslərə maliyyə xidmətlərindən istifadə etmək imkanı verib. Onlayn bankçılıq platformaları ucqar ərazilərdə yaşayan və ya fiziki hərəkəti məhdud olan insanların maliyyə fəaliyyətlərində iştirakını asanlaşdırıb, onların maliyyələrini idarə etmək və bank xidmətlərindən istifadə etmək üçün bərabər imkanlara malik olmasını təmin edib.

Rəqəmsal bankçılığın böyüməsi və inkişafının texnologiyanın daha da irəliləməsi ilə davam edəcəyi gözlənilir. Süni intellekt, maşın öyrənməsi və blokçeyn kimi inkişaf etməkdə olan texnologiyalar, daha çox fərdiləşdirilmiş xidmətləri təmin etmək, prosesləri sadələşdirmək və əməliyyatların səmərəliliyini artırmaqla rəqəmsal bankçılıq təcrübəsini daha da artırmaq üçün böyük potensiala malikdir.

Rəqəmsal bankçılığın davam edən təkamülü insanların maliyyə institutları ilə qarşılıqlı əlaqəsini yenidən formalaşdırdı. Müştəri təcrübəsi, rahatlıq və təhlükəsizliyə diqqət yetirməklə, rəqəmsal bankçılıq müasir maliyyə xidmətlərinin ayrılmaz hissəsinə çevrilib, fərdlərə maliyyələrini səmərəli və effektiv şəkildə idarə etmək imkanı verir.

Bank sektorunda rəqəmsallaşma müştərilərin bank xidmətlərinə çıxış və istifadə üsullarında inqilab etdi. Bazarda rəqabətə davam etmək üçün banklar böyük texnologiya şirkətləri və fintech startapları ilə eyni keyfiyyət və çeviklikdə məhsul və xidmətlər təklif etməyə çalışırlar. Fintech şirkətlərinin fəaliyyəti artmaqdadır və bu, bankları süni intellekt, bulud hesablamaları və əşyaların interneti kimi texnoloji təbiiqlər vasitəsilə öz proseslərini modernləşdirməyə sövq edir.

Bu texnologiyalardan istifadə etməklə banklar müştəri təcrübələrini inkişaf etdirir, prosesləri sadələşdirir və xərclərdə üstünlüklər əldə edə bilirlər. Müştərilər vahid tətbiq vasitəsilə bank işini daha rahat və səmərəli etməklə geniş çeşiddə bank xidmətlərindən istifadə edə bilirlər. Banklar müştərilər üçün sürətli cavab müddətləri və problemsiz əməliyyat təcrübələrini təmin etmək üçün süni intellekt və səs köməkçiləri kimi texnologiyalara sərmayə qoyur. Bu texnoloji irəliləyişlər bankçılıqda müştəri təmsilçiliyi konsepsiyasını yenidən formalaşdırır, çünki banklar fərdi ehtiyaclara uyğunlaşdırılmış fərdi və ağıllı həllər təqdim etməyə çalışırlar.

Nəzrin Əliyeva
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
Nazava2017@gmail.com

AZƏRBAYCANDA MEDIA BAZARININ İNKİŞAFININ TƏHLİLİ

***Açar sözlər:** media bazarı, qlobal rəqəmsallaşma, media təşkilatı, media biznesi, internet, media istehlakı*

***Keywords:** media market, global digitization, media organization, media market, media business, internet, media consumption*

Media bazarı informasiya, əyləncə məzmunu və reklam imkanları təqdim etməklə ölkə iqtisadiyyatının inkişafında mühüm rol oynayır. Media bazarının inkişafının təhlili bu sahədə baş verən tendensiyaların və dəyişikliklərin, habelə onların istehlakçılara və biznesə təsirinin qiymətləndirilməsini əhatə edir. Bu yazıda son illər Azərbaycan iqtisadiyyatında media bazarının inkişafını təhlil edəcəyik. Bu bazarın əsas tendensiyaları, problemləri və perspektivləri nəzərdən keçiriləcək. Son illər Azərbaycanda rəqəmsal mediadan istifadədə ciddi artım müşahidə olunur. İnternet və mobil texnologiyaların inkişafı ənənəvi çap nəşrlərindən onlayn platformalara keçidi stimullaşdırıb. Media şirkətləri öz rəqəmsal platformalarını fəal şəkildə inkişaf etdirməyə başladılar ki, bu da auditoriya və gəlirin artmasına səbəb oldu. Xəbər saytları, elektron jurnallar və onlayn televiziya kanalları kimi əsas resurslar Azərbaycan istifadəçiləri arasında getdikcə populyarlaşır.

Azərbaycanda televiziya və radio sənayesi də fəal inkişaf etməyə başladı. Son bir neçə il ərzində yeni televiziya kanalları

və radio stansiyaları yaranıb, nəticədə proqram məzmununun müxtəlifliyi və reklamçılar üçün imkanlar artıb. Kabel televiziya və peyk yayımının inkişafı beynəlxalq informasiya və əyləncə kanallarına çıxış əldə etməyə imkan verib. Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, dövlət kanalları əksər azərbaycanlılar üçün əsas informasiya mənbəyi olmaqda davam edir.

Azərbaycan media bazarının beynəlxalq media biznesinə inteqrasiyası Azərbaycan media şirkətlərinin dünya arenasında mövcudluğunun inkişafı və genişlənməsi üçün mühüm addımdır. Bu kontekstdə Azərbaycan media bazarının beynəlxalq media biznesinə inteqrasiyasına kömək edəcək bir neçə aspekt və strategiya müəyyən edilə bilər.

1. Media məzmunu və məhsullarının ixracı: Azərbaycan media şirkətləri öz media məzmununu və məhsullarını ölkədən kənara ixrac etməyə cəhd edə bilər. Məsələn, xaricə televiziya proqramları və ya film və seriallar üçün lisenziya satışı Azərbaycan mədəniyyətinin yayılmasına və media şirkətlərinin tanınmasına kömək edə bilər.

2. Tərəfdaşlıq və Əməkdaşlıq: Azərbaycan media şirkətləri beynəlxalq media şirkətləri ilə tərəfdaşlıq və əməkdaşlıq qura bilər. Buraya məzmunun paylaşılması, proqram və filmlərin birgə istehsalı, marketinq və reklam sahəsində əməkdaşlıq daxil ola bilər.

3. Beynəlxalq media forumlarında və sərgilərində iştirak: Azərbaycan media şirkətləri beynəlxalq media forumlarında, sərgi və konfranslarda fəal iştirak edə bilərlər. Bu, məhsul və xidmətlərinizi təqdim etmək, həmçinin sənayenin əsas oyunçuları ilə əlaqə yaratmaq imkanı verəcək.

4. Xarici media şirkətlərinin sərmayə qoyuluşu və satın alınması: Azərbaycan media şirkətləri xarici media şirkətlərinə sərmayə qoymağı və onları əldə etməyi nəzərdən keçirə bilər.

Bu, onun beynəlxalq səviyyədə nüfuzunu və mövcudluğunu genişləndirəcəkdir.

5. Xarici investisiyaların cəlb edilməsi: Azərbaycan media şirkətləri öz layihələrini inkişaf etdirmək və beynəlxalq media biznesində genişlənmək üçün xarici investisiyaları cəlb edə bilərlər. Bu, xarici investorlar üçün cəlbedici şərait və təminatlar verməklə həyata keçirilə bilər.

6. Beynəlxalq Tərəfdaşlıq Şəbəkələrinin qurulması: Azərbaycan media şirkətləri bilik, təcrübə və resursları bölüşmək üçün digər media şirkətləri ilə beynəlxalq tərəfdaşlıq şəbəkələri yarada bilərlər. Bu cür əməkdaşlıq həm yeni layihələrin və ideyaların inkişafına, həm də coğrafi əhatə dairəsinin genişlənməsinə kömək edə bilər.

Yekun olaraq qeyd etmək ki, Azərbaycan media bazarının beynəlxalq media biznesinə inteqrasiyası media şirkətlərinin inkişafı və uğurları üçün mühüm amildir. İxrac strategiyalarının tətbiqi, tərəfdaşlıq, beynəlxalq tədbirlərdə iştirak, investisiya və tərəfdaşlıq şəbəkələri bu prosesə əhəmiyyətli töhfə verə bilər və Azərbaycan media şirkətləri üçün yeni imkanlar açar.

Sevinc Yoldaşlı
Lənkəran Dövlət Universiteti
magistrant
yoldashlisevinc@gmail.com

PEDAQOJİ TEXNOLOGİYALARIN MAHIYYƏTİ VƏ MƏZMUNU

Açar söz: texnologiya, təlim, metod, proses, texnika, program

Keywords: technology, training, method, process, technique, program

Pedaqogika texnoloji təlim prosesinə yeni baxışdır. Bu baxışa görə təlim prosesi ənənəvi təlimdən fərqli olaraq maksimum idarə olunan proses olmalıdır. Təlim texnologiyasının tarixi XX əsrin II yarısında bilikləri yoxlamaq üçün texniki qurğuların meydana gəlməsindən başlamışdır. Bir müddət təlim texnoloji təlimdə texniki vasitələrdən istifadə kimi başa düşülürdü. Alimlər belə hesab edirlər ki, texnikadan istifadə daha çox informasiya vermək üçün köməkçi xarakter daşıyır. Amma tədris prosesinin ayrı-ayrı mərhələlərində texnikanın tədris prosesinə daxil edilməsi aktiv inkişaf edir. Alimlər gələcəkdə müəllim və məktəbin köməyi olmadan öyrədici sistemlərdən müstəqil istifadə olacağını proqnozlaşdırırlar.

XX əsrin 50-ci illərindən başlayaraq alimlərin axtarırları başqa istiqamət götürdü. Nəticədə təlim texnikası və texnizasiyası deyil, təlim texnikası və texnologizasiyası anlayışları elmi dövriyyəyə daxil olur. Proqramlaşdırılmış təlim, daha sonra informatika, kibernetika və sistemli yanaşma təlim prosesini texnologiya kimi başa düşmək üçün bir əsas oldu. Təlim prosesinə geniş sistem kimi baxmağa başladılar. Buraya

məqsədlərdən tutmuş, nəticələrə nəzarətə qədər hər şey daxil oldu. Başlıca ideya öyrədici texnologiyayı ekranda canlandırmaq ideyası idi.

Mütəxəssislər və müəllimlərin özləri, təlimin texnikası ideyasına birmənalı münasibət bəsləmişlər. Müəllim əməyi hələ də mexanikləşdirilməmiş əl əməyi olaraq qalır. Bir çox pedaqoqlar belə hesab edirlər ki, bu belə də olmalıdır, çünki yalnız canlı insan oxuda, öyrədə bilər. Lakin təlim texnologiyasının inkişafı göstərir ki, hər bir fənni öyrətmək üçün texnoloji prosesi yaratmaq mümkündür. Texnologiya üzrə mütəxəssislər “Texnoloji proqramlar” təlim layihələri işləyib hazırlayırlar.

Müəllimlər həmin paketlər və layihələrlə işləyən zaman məsləhətçi-təşkilatçı funksiyasını yerinə yetirirlər. Çoxlarına elə gəlir ki, bu hamının müqəddəs saydığı müəllimlik peşəsinə hörmətsizlikdir. Amma yadda saxlamaq lazımdır ki, bir çox müəllimlər metodistlərin onlar üçün hazırladığı metodiki işləmələrdə, dərslər planlarından məmnuniyyətlə istifadə edirlər. Köhnə əmək əməliyyatlarından azad olan müəllim sözün həqiqi mənasında pedaqoji işlə, şagirdlərin inkişafı ilə məşğul olur. Təlimdə şəxsiyyətin, yaradıcılığın və mexanikləşdirmənin nisbəti məsələsi həqiqətən adi məsələ deyil, həll olunmalıdır. Beləliklə, pedaqoji texnologiya dedikdə, qabaqcadan verilmiş xarakteristikalar üzrə kompüter təlimi üçün işlənilib hazırlanmış, optimal, didaktik proseslər başa düşülür.

Bundan başqa, praktik planda pedaqoji texnologiya müəllimin hər hansı bir texnoloji cəhətdən işlənilib hazırlanmış metodlar və priyomlar sistemini, nəhayət tərbiyə işinin metodikasını və metodlarını da ifadə edə bilər.

Texnologiyanın köməyi ilə həll olunan başlıca problem təlim prosesinin idarə olunmasıdır. Ənənəvi “qeyri-təlim texnologiyası” metodlarının nöqsanları vardır. Qeyri-müəy-

yənlik öyrənmə əməliyyatlarının az idarə olunması, mənim-sənilmənin yoxlanılmasının obyektiv və epizodik xarakter daşması buna misal ola bilər. Ənənəvi yanaşmada müəllim teoremi öyrətmək, şəri təhlil etmək, kvadrat tənlikləri həll etmək və s. məqsədləri qoyur. Bu məqsədlər şagirdlərin fəaliyyətini təsvir etmir. Texnologiyaya görə təlimin məqsədi şagirdin vəziyyətini, onun biliklərini, fikirlərini, hisslərini, davranışını dəyişməkdir. Texnologiyanın vəzifəsi təlimedici sistemin bütün elementlərini öyrənmək və təlim prosesini layihələşdirməkdir.

Təhsil məktəblərində geniş yayılmış, lakin şəxsiyyətin hərtərəfli inkişaf etməsində imkanları məhdud olan ənənəvi təlim texnologiyaları XX əsrin sonunda bir çox yaradıcı, yenilikçi pedaqoqlar tərəfindən təhsildə effektiv olmayan, hətta zərərli nəticələr verən texnologiyalar kimi qiymətləndirilməyə başlandı. Bu cür qiymətləndirmə inkişaf etmiş ölkələrdə cəmiyyətin məlumatlılıq səciyyəsinin kifayət qədər yüksək olması ilə qiymətləndirilirdi. Tədris prosesində təhsil alanın hərtərəfli şəxsiyyət kimi formalaşması üçün yeni pedaqoji texnologiyalardan məqsədəuyğun və kompleks şəkildə istifadə edilməsi daha yüksək nailiyyətlər əldə etməyə imkan verir. Burada məqsədə və təlimin məzmununa uyğun texnologiyalar seçilməsi və onların ardıcıl, qabaqcadan müəyyənləşdirilmiş vaxtda yerinə yetirmək məqsədmüvafiqdir.

Səidə Rüstəmzadə
Lənkəran Dövlət Universiteti
magistrant
saida.rustamzada@gmail.com

TƏLİM PROSESİNDƏ İSTİFADƏ OLUNAN DİGƏR PEDAQOJİ TEXNOLOGİYALAR

***Açar sözlər:** pedaqoji texnologiyalar, informasiya texnologiyaları, təlim, tədris*

***Keywords:** pedagogical technologies, information technologies, training, teaching*

Təlim prosesində bir sıra pedaqoji texnologiyalardan istifadə olunur. Bu texnologiyalardan biri də informasiya texnologiyasıdır. Təlim, tədris prosesində fikir, informasiya, məlumat mübadiləsi yeni ideyaların, fikirlərin bəzən elmi tapıntıların da meydana gəlməsinə yol açır və mübadilə nəticəsində fikir və ideyalar təzələnir. Məlumatlar mübadiləsi nəticəsində təlimçi hər bir tələbənin potensialını özü üçün kəşf edir. Onların dünyagörüşü, bilik və bacarıqları da informasiya mübadiləsi zamanı aydınlaşır.

Mütəxəssislər qeyd edirlər ki, informasiya mübadiləsi zamanı aparıcı mövzunun hansı profilli elm sahəsinə aid olması böyük önəm kəsb edir. Çox vaxt humanitar elm sahələri biri-biri ilə, dəqiq elmlər də öz aralarında məlumatlar mübadiləsini təmin edir. Bu şərtə tədris prosesində də əməl olunarsa, nəticə daha effektiv olar. Təlimalan tələbə və ya şagirdlərin elmi tədqiqatda təcrübəsiz olduqlarını nəzərə alsaq, buradan da görünür ki, əsas məsuliyyət yenə də pedaqoqun üzərinə düşür. Bir sözlə təlimçi bütün tədris prosesinə olduğu kimi, informasiya mübadiləsinə də nəzarət etməli və auditoriyanı

düzgün şəkildə istiqamətləndirməyi bacarmalıdır. Tədris prosesində informasiya mübadiləsinin həyata keçirilməsi qarşılıqlı fəaliyyətə əsaslanır.

Məlumatlar mübadiləsi, informasiya texnologiyalarından istifadə və qarşılıqlı ünsiyyətə qabaqcıl dünya təcrübəsində də kifayət qədər rast gəlinir. Bu gün Avropanın, eləcə də dünyanın bir çox aparıcı elm-təhsil mərkəzlərində, universitetlərində informasiya mübadiləsinə ciddi önəm verilir. Müasir pedaqogika alimləri cari tədrisin əsas prinsiplərindən biri kimi məhz qarşılıqlı ünsiyyəti və müxtəlif elm sahələrinin biri-birilə məlumatlar çərçivəsində iş birliyini əsas götürülür.

İnformasiya texnologiyalarının getdikcə daha sürətli şəkildə inkişaf etməsi təhsilin də keyfiyyətinə birbaşa təsir edir. Müəllimlər dərs prosesində internetdən istifadə etməklə həm ölkə daxilində, həm də ölkə xaricində olan bir sıra kitabxanalara giriş əldə edirlər. Onlayn oxunan kitabların tələbə və şagirdlərə tədris edilməsi də informasiya texnologiyalarının yaratdığı imkanlar sırasındadır.

Pərvin Salahlı

Bakı Biznes Universiteti

magistrantpsalahli2000@gmail.com

KOMMERSİYA BANKLARINDA BANK RİSKLƏRİNİN İDARƏ OLUNMASININ ZƏRURİLİYİ VƏ İDARƏETMƏNİN TƏŞKİLİ PRİNSİPLƏRİ

***Açar sözlər:** risk strategiyası, risk siyasəti, risk minimallaşması, risk həddi limitləri, reputasiya riski*

***Keyword:** risk strategy, risk policy, risk minimization, risk threshold limits, reputation risk*

Tezisdə bank risklərinin idarə olunması vacibliyindən bəhs olunur. Bank risklərinin idarə olunmasının indiki dövrün bank menecmentinin tələblərinə uyğun olub-olmaması göstərilir. Onların meydana gəlməsi xüsusiyyətləri, habelə bank risklərinin normativ-hüquqi bazası müəyyən edilir. Bank risklərinin idarə olunması siyasətinin məqsəd və vəzifələri kompleks şəkildə və eyni zamanda bank risklərin idarə olunma siyasətinin başlıca istiqamətləri təhlil olunub araşdırılır.

Bank sisteminin dinamik inkişaf edən iqtisadi fəaliyyət mühiti, müxtəlif makroiqtisadi maliyyə böhranlarının yaranması şəraitində banklar ölkənin maliyyə sisteminin əsası kimi xarakterizə olunur. Səmərəli menecmenti olmayan bank sistemi çox vaxt eyni zamanda baş verən çoxsaylı böhran hallarına qarşı davamlı ola bilməz. İqtisadiyyatda böhran hallarına qarşı durmağın mümkünsüzlüyünün, onların nəticələrini aradan qaldırmaq imkanının olmamasının səbəblərindən biri, bəlkə də ən başlıcası bank risklərinin effektiv idarə olunmamasıdır. Bankın özünün etibarlılığı və səmərəliliyi bank risklərinin idarə edilməsi sisteminin alətlərinin tətbiqi vasitəsilə xarici və daxili

mühtidə dəyişikliklərə vaxtında reaksiya vermək qabiliyyə-tindən asılıdır. Bu cür sistem risklərin vaxtında proqnozlaş-dırılmasına, onların kəmiyyətinin və bankın maliyyə vəziy-yyətinə təsir dərəcəsinin müəyyən edilməsinə yönəlmiş tədbirlər və üsullar toplusundan istifadə edir ki, bu da belə risklərin qarşısını almağa və ya onlarla bağlı itkiləri minimuma endir-məyə imkan verir.

Amerika maliyyəçisi K.D.Valraven öz əsərlərində riskləri vaxt, səviyyə və yaranma amillərinə görə təsnifləşdirir. Müəllif onları xarici və daxili risklərə ayırır. Xarici risklər İlqar Məmmədov öz növbəsində ölkə, valyuta və təbii fəlakət risklərinə bölünür. Daxili risklər isə beş risk səviyyəsinə ayrılır: bankın müştərilərinin tərkibi riski, sui-istifadə riskləri, kommərsiya bank növü riski, bank əməliyyatları riskləri və əməliyyat riski.

Kommərsiya Banklarında Risklərin idarə edilməsi, Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankının Risklərin idarə edilməsi üzrə standart və qaydaları, Bazel Komitəsinin kredit təşkilatlarında risklərin idarə edilməsinə dair tövsiyələri və eləcə də, Kommərsiya bankının daxili nizamnamə, siyasət və metodologiyası üzərində qurulmuş qayda və prosedurlarına uyğun həyata keçirilir.

Kommərsiya banklarında risklərin idarəedilməsi prosesi aşağıdakı kimidir.

Müşahidə Şurası ümumilikdə bankın risklərinə nəzarəti həyata keçirir: bankın risk iştahı, dayanıqlılıq hesabatı, risk strategiyası, siyasəti, limitləri və digər strateji hesabat və normalarını təsdiqləyir, idarə heyətinin risklər üzrə fəaliyyətinə nəzarət funksiyasını həyata keçirir.

İdarə heyəti MŞ-in təsdiqlədiyi risk siyasətinə və strategi-yasına uyğun olaraq Müəssisə Risklərinin İdarə edilməsi (MRI) üzrə məqsəd və vəzifələri həyata keçirərək, bankın fəaliyyətini

idarə edir. Habelə, fəvqəladə hallar planı, risk iştahası və digər göstəricilərin hazırlanmasına və təkmilləşməsinə dəstək verir, müvafiq struktur bölmələri lazımı ehtiyatlarla təmin edir.

Risqləri İdarəetmə Komitəsi MRİ siyasətini, risk limitlərini, riskin idarə edilməsi modelini, eləcə də riskə dayanıqlılıq, nəticə və ehtimal şkalaları və digər bu kimi

sənədləri nəzərdən keçirir və təkliflər verir. RİK risklərin idarə edilməsi üzrə ümumi praktikanın təkmilləşdirilməsi, çağırışlar və yeni imkanlar barədə təkliflər hazırlanmasını təmin edir.

CRO risklərin idarə edilməsi fəaliyyətinə nəzarət etməklə bərabər bu sahədə müvafiq struktur bölmələrin və İdarə Heyətinin fəaliyyətini əlaqələndirir, düzgün və vaxtında hesabatlılığı təmin edir, habelə, riskə məruz qalma statusu, ümum-korporativ risk həddi limitləri və risk minimallaşması strategiyalarına nəzarət edir. CRO həm də resursların bölgüsü (investisiya) barədə qərarların ən düzgün və tam məlumatlar əsasında qəbul edilməsi, eləcə də tətbiq edilən qərar qəbulu üsullarının düzgün və müvafiq olmalarını təmin edir.

Kommersiya banklarında Risklərin təsnifləşdirilməsi aşağıdakı kimidir

Kredit riski:

Kredit riski borclunun borcunu ödəməməsi və ya digər kredit xətti üzrə ödənişini həyata keçirməməsi səbəbindən yaranan itki riskidir. Öhdəliyin yerinə yetirilməmə hallarına ödənişlərin gecikdirilməsi, borclunun ödənişinin restrukturizasiyası və defolt olma halları daxildir.

- Kredit riskinin idarə edilməsinə dair tənzimləyici çərçivə yaradılır, təkmilləşdirilir və icrasına nəzarət edilir

- Yeni məhsullar istifadəyə verilməzdən öncə kredit risklərinin məqbul hədlərdə olduğu qiymətləndirilir

- Kredit məhsullarının xüsusiyyətlərindən asılı olaraq yeni nəzarət alətləri və hesabatlıq sistemi (red flag, skoring, stop loss və s.) yaradılır

Likvidlik riski:

Likvidlik riski həm əməliyyat tələblərini, həm də strateji məqsədləri həyata keçirmək üçün lazımi səviyyədə likvid vəsaitin saxlanması ilə bağlı önə çıxan riskdir.

- Likvidlik risk üzrə metodlar və modellər seçilir və tətbiq edilir.

Gəldiyim qənaətə görə, bütün bankların qarşısında duran əsas məsələ kredit portfelini optimal idarə etməklə həmin portfelini keyfiyyətli şəkildə böyütmək və gələcəkdə böhrana gətirib çıxaracaq riskləri minimuma endirməkdir. Riskin minimuma endirilməsi zamanı bankın kredit bazarında iştirakına xələl gəlməməsi üçün cari bazar quruluşu nəzərə alınmalıdır ki, bu da banklarda risklərin idarə edilməsinin başlıca vəzifəsidir. Əsasən gəlirli fəaliyyət növünə malik olmaq istəyən banklar bəzən onun risklərini unudurlar. Lakin bazar münasibətlərinin inkişafı özü ilə bəzi qeyri-sabitliklər də gətirir ki, bunlar da öz növbəsində bir sıra bank risklərini yaradır.

Ləman Nəbiyeva
Bakı Biznes Universiteti
lnebiyeva932@gmail.com

KOMMERSİYA BANKLARININ PUL DÖVRİYYƏSİNİN VƏ HESABLAŞMA ƏMƏLİYYATLARININ TƏŞKİLİ İLƏ BAĞLI FƏALİYYƏTİNİN İQTİSADI MAHİYYƏTİ

Açar sözlər: *kommersiya bankı, kommersiya banklarının pul dövriyyəsi, banklarda hesablaşma əməliyyatları*

Keywords: *commercial bank, money circulation of commercial banks, settlement operations in banks*

Tezisdə kommersiya banklarının fəaliyyəti prinsiplərindən bəhs edilir. Kommersiya banklarının gəlir mənbəyindən, onların bölmələrindən bəhs edilmişdir. Həmçinin, Kommersiya banklarının hesablaşma əməliyyatlarından, onların növlərindən bəhs edilmişdir.

Kommersiya bankı – pul vəsaiti toplamaq məqsədi ilə pul bazarında müxtəlif əməliyyatlar həyata keçirən və müştərilərin tapşırıqlarını yerinə yetirən kredit təşkilatıdır. Kommersiya bankları – maliyyə-kredit piramidasının orta həlqəsini təşkil edirlər. Onlar kredit ticarəti aparan özünəməxsus supermarkətləri xatırladırlar. Kredit satışı həyata keçirmək üçün müvəqqəti olaraq sərbəst hesab edilən pul vəsaiti tapmaq lazımdır.

Kommersiya banklarının fəaliyyət prinsipləri bunlardır:

1. Mövcud vəsait müqabilində fəaliyyət göstərmək
2. İqtisadi cəhətdən tam müstəqillik
3. Müştərilərlə münasibətlərin kommersiya əsasında qurulması

4. Bankların fəaliyyətinin nizamlaşdırılmasının iqtisadi üsullarla aparılması

Kommersiya bankları əsas olaraq geniş əhali kütləsinə və biznesə maliyyə xidmətləri göstərməkdən, iqtisadi və sosial sabitliyi və iqtisadiyyatın davamlı artımını təmin etməkdən ibarətdir. Bu baxımdan kredit yaradılması kommersiya banklarının ən mühüm funksiyasıdır.

Kommersiya banklarının gəlir mənbəyinin əsasını fəaliyyətinin müxtəlif növləri təşkil edir. Bank fəaliyyətinin elementləri aşağıdakılardır:

- kredit fəaliyyəti,
- diskont-fəaliyyət,
- mühafizə fəaliyyəti,
- bankın zəmanətli fəaliyyəti,
- qiymətli kağızlarla fəaliyyət,
- əmanətçilərin tapşırığına əsasən depozit qoyuluşuna,
- əməliyyatların icrasına əsaslanan fəaliyyət,
- digər banklar ilə müxbir münasibətlərin şəbəkəsinin fəaliyyəti,
- qeyri-ənənəvi bankın xidmətlər şəbəkəsinin fəaliyyəti

Kredit fəaliyyəti iki əsas elementdən ibarətdir:

- faiz mükafatı müqabilində müştərilərə və digər kommersiya banklarına kreditin və sərbəst resursların müvəqqəti istifadəyə verilməsi.

- kredit fəaliyyətinin ikinci hissəsi digər bankda banklararası kredit və ya müddətli depozit forması ala bilər. Kredit fəaliyyətində gəlir faiz şəklində çıxış edir.

Diskont-fəaliyyəti bank tərəfindən ödənilməmiş veksəllərin, çeklərin, müəyyən güzəştlər ilə diskontların alınması deməkdir. Diskont-fəaliyyətin müxtəlif növlərindən biri də bankın faktoring əməliyyatlarıdır.

Qiymətli kağızlarla fəaliyyət - bankın qiymətli kağızlar buraxmasından, qiymətli kağızların bazarda reallaşmasından, ikinci növ bazar sistemində digər emitent idarələrin qiymətli kağızları ilə təşkil olunmuş əməliyyatlardan, müəssisələrin özəlləşdirilməsi ilə əlaqədar xidmətlər şəbəkəsindən ibarətdir.

Bankın əməliyyat və digər məsrəflərinə bank tərəfindən ödənilən vergilər, cəlb edilmiş vəsaitlərə görə ödənilən faizlər, əsas fondların amortizasiyası, qeyri-maddi aktivlər, icarə məsrəfləri, reklam xərcləri, hesablaşma mərkəzlərinin xidmətlərinin ödəniş, poçt və teleqraf xərcləri, təhsil məsrəfləri, blank məsrəfləri məlumatın maqnit daşıyıcıları, məxfi sənədlər və qeyri-maddi xüsusiyyətli məsrəflər də aiddir.

Banklarda vəsaitlərin düzgün və vaxtında dövriyyəsinə təmin etmək üçün tətbiq edilən hesablaşma formasının əhəmiyyəti böyükdür.

Hesablaşmaların səmərəli formalarından istifadə olunması mövcud olan məhsulun vaxtında satılmasını və işin fasiləsizliyini təmin edir. Müəssisələr arasında hesablaşma əlaqələrinin forma və qaydaları Mərkəzi Bankın normaları ilə müəyyən olunur. Mulkiyyət formasından asılı olmayaraq bütün müəssisələr bir qayda olaraq əməliyyatların qeyri-nəğd hesablaşma formasında aparılması müəyyən olunmuşdur. Lakin bəzi alqı-satqı əməliyyatlarının nəğd pulla hesablaşması da nəzərdə tutulur.

Nağdsız tədiyyə dövriyyəsi – məcmu pul dövriyyəsinin bir hissəsi olmaqla nağd pulun iştirakı olmadan bank hesablarından vəsaitlərin nağdsız köçürmə yolu ilə aparılan dövriyyədir. Nağdsız köçürmə qaydasında həyata keçirilən hesablamalar nağd hesablamalara nisbətən daha sərfəlidir. Belə ki, bu zaman nağd pula qənaət edilir, tədavül xərcləri azalır, müəssisələrin əməliyyatlarına vergi ödəmə və hesablaşma intizamına nəzarət təmin edilir.

Nağdsız pul dövriyyəsinin aparıldığı qurumlar:

- Kredit təşkilatlarında hesabı olan müəssisə, idarə və qurumlar
- Kreditin alınması və ödənilməsi ilə əlaqədar hüquqi və fiziki şəxslərlə banklar arasında
- Əmək haqqı və qiymətli kağızlara görə gəlirlərin bölünməsi üzrə hüquqi şəxslərlə fiziki şəxslər arasında
- Fiziki və hüquqi şəxslərlə dövlətin xəzinəsi arasındakı münasibət

Nağdsız hesablaşmaların formaları

1. Ödəniş tapşırığı
2. Akkredit
3. İnkasso
4. İnkasso sərəncamları

Ödəniş tapşırığı – ödəyicinin öz hesabından müəyyən məbləğ pul vəsaitlərinin silinib, digər müəssisələrin hesabına daxil edilməsi haqqında özünə xidmət edən banka verdiyi yazılı tapşırıqdır.

Akkreditiv hesablaşma forması təminatlı ödəniş vasitəsidir. Akkreditivdən bir müəssisə ilə hesablaşmalarda istifadə olunur. Akkreditiv qaydasında hesablaşma tərəflər arasında bağlanan müqavilə ilə tənmişdir. Hesablaşmanın bu formasında ödəniş satıcının yerləşdiyi yerdə aparılır

İnkasso sərəncamları ilə hesablaşma zamanı ödəyicinin (borclunun) hesabına xidmət göstərən bank məcburi icra orqanlarının göstərişi ilə və əlavə edilən icra sənədinə əsasən ödənişi ödəyicinin hesabından mübahisəsiz qaydada (ödəyicinin sərəncamı olmadan) həyata keçirir.

Ölkəmizdə hesablaşmaların bir qismi nağd pulların iştirakı ilə aparılır.

Azərbaycanda pul tədavülü tədavüldə nağd pulların yüksək səviyyəsində olması ilə səciyyələnir.

Nağd pulların tədavülünün təşkili üçün Mərkəzi Bank:

1. Pul nişanələrinin istehsalını təşkil edir;
2. Pul nişanələrinə olan tələbatı müəyyən edir;
3. Pul nişanələrinin ehtiyatını yaradır;
4. Pulun saxlanılma və inkassasiya qaydalarını müəyyən edir;
5. Kredit təşkilatlarında kassa əməliyyatlarının aparılma qaydasını müəyyən edir.

Nağd pul dövriyyəsinin təşkili Mərkəzi Bankın ərazi idarələri və kommərsiya bankları vasitəsi ilə aparılır. Müştərilərə kassa xidməti göstərilməsi dedikdə bankın nağd pul ödənişləri ilə olan əməliyyatları başa düşülür. Nağd pulların banka daxil olmasını təmin etmək və kassa intizamına riayət edilməsi üçün banklar təsərrüfat təşkilatları ilə birlikdə onlar üçün kassa qalığı limitini müəyyən edir. Hər bir bankda limitdən artıq kassa qalığı müvafiq banka verilir və bank onu müəssisənin cari hesabına daxil edir.

Leyla Ağayeva
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
agayevaleyla96@mail.ru

“PANDA SCHOOL”DA İNNOVASIYA FƏALİYYƏTİNİN İSTİQAMƏTLƏRİ

Açar sözlər: innovasiya, təhsil, təlim, adaptiv öyrənmə platformaları, kurikulum

Keywords: innovation, education, training, adaptive learning platforms, curriculum

Daim inkişaf edən təhsil mənzərəsində Panda Məktəbi kimi uşaq bağçaları gənc zehinlərin yetişdirilməsinə yönəlmiş innovativ layihələrin önündədir. Gələcəyə baxsaq, belə layihələrin gələcək perspektivi daha dinamik və təsirli olacaqdır.

Belə aspektlərdən biri uşaqların təhsil məzmunu ilə məşğul olma tərzini dəyişdirmək üçün nəzərdə tutulmuş fərdiləşdirilmiş öyrənmədir. Panda Məktəbi kontekstində fərdiləşdirilmiş təlim layihələri süni intellektin (AI) və adaptiv təlim platformalarının gücündən istifadə edərək təhsil təcrübələrini hər bir tələbənin unikal ehtiyac və maraqlarına uyğunlaşdırmağa bilər.

Bu yanaşma qəbul edir ki, hər bir uşağın öz öyrənmə tempi və materialla necə məşğul olmaq üçün fərqli üstünlükləri var. Süni intellektlə idarə olunan sistemlər uşağın öyrənmə nümunələri, güclü tərəfləri və təkmilləşdirmə sahələri ilə bağlı çoxlu məlumatı təhlil edə bilər. Bu məlumatlardan istifadə etməklə, Panda Məktəbinin müəllimləri hər bir şagirdin fərdi ehtiyaclarına cavab verən fərdiləşdirilmiş öyrənmə yollarını

inkişaf etdirə bilərlər. Məsələn, əgər uşaq problem həll etmək üçün xüsusi qabiliyyət nümayiş etdirirsə, kurikulumuna onların daha da inkişafını təmin etmək üçün daha çətin tapmacalar və fəaliyyətlər daxil edilməklə uyğunlaşdırıla bilər. Üstəlik, adaptiv öyrənmə platformaları real vaxt rejimində şagirdin performansına əsaslanaraq tapşırıqların çətinlik səviyyəsini tənzimləyə bilər və onlara həddən artıq yüklənmədən daim etiraz edilməsini təmin edə bilər. Bu, nəinki konsepsiyaların daha dərinə dərk edilməsinə kömək edir, həm də gənc öyrənənlərdə muxtariyyət və öz-özünə effektivlik hissini inkişaf etdirir. Bundan əlavə, fərdiləşdirilmiş təlim layihələri interaktiv multimedia, praktiki fəaliyyətlər və əməkdaşlıq layihələri də daxil olmaqla müxtəlif təlim üsullarını özündə birləşdirə bilər.

Bu çoxölçülü yanaşma təkcə müxtəlif öyrənmə üslublarına xidmət etmir, həm də uşaqlarda yaradıcılıq, tənqidi düşüncə və sosial bacarıqları inkişaf etdirir. Bundan əlavə, texnologiyanın fərdiləşdirilmiş təlim layihələrinə inteqrasiyası müəllimlər, valideynlər və tələbələr arasında qüsursuz əlaqə yaratmağa imkan verir. Rəqəmsal platformalar vasitəsilə valideynlər real vaxt rejimində övladlarının tərəqqisini izləyə, zənginləşdirmə fəaliyyətləri üçün fərdi tövsiyələr ala və onların təhsil səyahətində fəal iştirak edə bilərlər.

Ümumilikdə, Panda School kimi uşaq bağçalarında innovativ layihələrin gələcəyi süni intellekt və adaptiv texnologiyalar tərəfindən dəstəklənən fərdiləşdirilmiş təlim təşəbbüsləri ilə dərinə bağlıdır. Bu yanaşmaları mənimsəməklə, pedaqoqlar hər bir uşağın bütün potensialını açar, ömür boyu öyrənmə və uğur üçün möhkəm zəmin yarada bilər.

Gələcəyə nəzər salsaq, Panda Məktəbində innovativ layihələrin gələcək perspektivi virtual reallıq (VR) və genişlənmiş reallıq (AR) kimi immersiv öyrənmə texnolo-

giyalarının inteqrasiyasını əhatə edir. Bu qabaqcıl vasitələr öyrənməni dərinlən inkişaf etdirən immersiv, interaktiv təcrübələr təqdim etməklə erkən uşaqılıq təhsilində inqilab etmək potensialına malikdir. VR vasitəsilə gənc öyrənənlərdə maraq və təxəyyül yaradan abstrakt anlayışlar və uzaq yerlər canlandırılı bilər .

Digər tərəfdən, AR rəqəmsal məzmunu real dünyaya üst-üstə düşür, sinif daxilində interaktiv öyrənmə mühitləri yaradır. Məsələn, uşaqlar heyvanların, planetlərin və ya tarixi artefaktların 3D modelləri ilə birbaşa öz iş masalarında qarşılıqlı əlaqə yaratmaq üçün AR-a imkan verən cihazlardan istifadə edə bilərlər. Bu praktiki yanaşma öyrənməyi daha cəlbedici etməklə yanaşı, biliyin daha dərinlən dərk edilməsini və saxlanması asanlaşdırır.

Bundan əlavə, immersiv öyrənmə təcrübələri müxtəlif öyrənmə üslublarına və qabiliyyətlərinə cavab verə bilər ki, bu da uşaqlara konsepsiyaları öz sürətləri ilə və şəxsən onlarla rezonans doğuran yollarla araşdırmaq imkanı verir. Bundan əlavə, immersiv öyrənmə layihələri problemləri həll etmək və virtual mühitləri araşdırmaq üçün birlikdə işlədikləri üçün tələbələr arasında əməkdaşlığı və sosial qarşılıqlı əlaqəni inkişaf etdirə bilər. Bu əməkdaşlıq aspekti təkcə vacib sosial bacarıqları inkişaf etdirmir, həm də komanda işini və ünsiyyəti təşviq edir.

Bundan əlavə, VR və AR texnologiyaları müxtəlif ehtiyacları və üstünlükləri nəzərə alaraq inklüziv təhsil üçün imkanlar təmin edə bilər. Məsələn, əlilliyi olan uşaqlar fiziki məhdudiyətləri aşan və kəşfiyyat və ifadə üçün yeni imkanlar təklif edən immersiv təcrübələrdən faydalana bilərlər.

Ümumiyyətlə, Panda Məktəbində VR və AR texnologiyalarının innovativ layihələrə inteqrasiyası gənc öyrənənlərin təhsil təcrübələrini zənginləşdirmək üçün böyük potensiala

malikdir. Maraqlı, yaradıcılıq və əməkdaşlığı stimullaşdıran immersiv öyrənmə mühitləri yaratmaqla pedaqoqlar uşaqları gələcəyin çağırışlarına və imkanlarına hazırlaya bilərlər.

Gələcəyə baxaraq, Panda Məktəbi uşaqları gələcəyin rəqəmsal mənzərəsinə hazırlamaq üçün kodlaşdırma və robototexnika konsepsiyalarını uşaq bağçası kurikulumuna inteqrasiya etməyi nəzərdə tutur. Proqramlaşdırıla bilən oyuncaqlar kimi yaşa uyğun fəaliyyətlər və alətlər vasitəsilə bu bacarıqları erkən yaşda təqdim etməklə, Panda Məktəbi gənc öyrənənlərində problem həll etmə bacarıqlarını və hesablamalı düşünmə bacarıqlarını inkişaf etdirməyi hədəfləyir. Panda Məktəbində kodlaşdırma və robot texnikasını uşaq bağçası təhsilinə daxil etmək saysız-hesabsız öyrənmə imkanlarına qapı açır. Uşaqlar labirintlərdə naviqasiya və ya obyektlərin çeşidlənməsi kimi sadə tapşırıqları yerinə yetirmək üçün proqramlaşdırma robotlarını əhatə edən praktik fəaliyyətlərlə məşğul ola bilərlər. Bu fəaliyyətlər yalnız ardıcılıq və döngələr kimi əsas kodlaşdırma anlayışlarını təqdim etmir, həm də uşaqlar istədikləri nəticələrə nail olmaq üçün dizaynlarını təkrarlayan kimi təcrübə və tənqidi düşüncəni təşviq edir. Bundan əlavə, kodlaşdırma və robototexnika layihələri əməkdaşlıq və komanda işini təşviq edir, çünki uşaqlar ideyaları beyin fırtınası etmək, problemləri həll etmək və yaradıcılıqlarını təkmilləşdirmək üçün birlikdə işləyirlər.

Layihələr üzərində əməkdaşlıq edərək, tələbələr ünsiyyət, əməkdaşlıq və empatiya kimi mühüm sosial bacarıqları inkişaf etdirərək, birgə iş mühitində gələcək uğurun təməlini qoyurlar. Bundan əlavə, kodlaşdırma və robototexnika fəaliyyətləri yaradıcılığı və innovasiyanı təşviq edir, çünki uşaqlar qutudan kənarında düşünməyə və problemlərin həllinin yeni yollarını kəşf etməyə təşviq olunurlar. İstər öz robot personajlarını dizayn etsin, istərsə də unikal davranışları proqramlaşdırsın, Panda

Məktəbində tələbələr dəstəkləyici və cəlbədicə öyrənmə mühitində öz yaradıcılıqlarını və təxəyyüllərini ifadə etmək imkanı əldə edirlər. Bundan əlavə, kodlaşdırma və robot texnikasının kurrikuluma inteqrasiyası mücərrəd anlayışlar və real dünya tətbiqləri arasındakı boşluğu aradan qaldırmağa kömək edir, öyrənməni gənc öyrənənlər üçün daha uyğun və mənalı edir. Kodlaşdırma prinsiplərinin maddi hərəkətlərə necə çevrildiyini görənlər uşaqlar hesablamada tərəkürü və onun müasir texnologiyaya əsaslanan cəmiyyətdə aktuallığını daha dərindən dərk edirlər.

Ümumiyyətlə, Panda Məktəbində innovativ layihələrin gələcək perspektivi uşaq bağçasında kodlaşdırma və robototexnika təhsilinə güclü diqqəti əhatə edir. Uşaqları əsas rəqəmsal bacarıqlarla təchiz etməklə və öyrənmə və kəşfiyyat həvəsini inkişaf etdirməklə, Panda Məktəbi şagirdlərini getdikcə bir-birinə bağlı olan və texnologiyaya əsaslanan dünyada inkişaf etməyə hazırlayır.

Gələcəyə baxaraq, Panda Məktəbi uşaqların hərtərəfli inkişafında sosial və emosional öyrənmənin (SEL) kritik əhəmiyyətini dərk edir və bu əsas bacarıqların inkişaf etdirilməsinə üstünlük verən innovativ layihələri nəzərdə tutur. Rol oyunu, zəhinlilik məşqləri və əməkdaşlıq layihələri kimi fəaliyyətlər vasitəsilə SEL-i uşaq bağçası kurrikuluma inteqrasiya etməklə, Panda Məktəbi gənc şagirdlərdə empatiya, özünüdərkətmə və münəfişələrin həlli bacarıqlarını inkişaf etdirməyi hədəfləyir.

Panda Məktəbində innovativ SEL layihələri uşaqlara dəstəkləyici və tərbiyəvi mühitdə sosial və emosional bacarıqları araşdırmaq və tətbiq etmək imkanları verir. Rol oynama ssenariləri vasitəsilə uşaqlar müxtəlif perspektivlərə qədəm qoya və başqalarının təcrübələrini və emosiyalarını başa düşməyi və empatiya qurmağı öyrənmə bilirlər. Bu, nəinki on-

ların empatiyasını gücləndirir, həm də sağlam sosial qarşılıqlı əlaqənin əsasını qoyaraq perspektivləri qəbul etməyi və ünsiyyət bacarıqlarını inkişaf etdirir.

Rövşən Əliyev
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
rovshan.aliyev83@gmail.com

MƏŞĞULLUQ SOSIAL TƏHLÜKƏSİZLIYIN MÜHÜM AMİLİ KİMİ

***Açar sözlər:** sosial siyasət, sosial təhlükəsizlik, məşğulluq, əmək fəaliyyəti, əmək bazarı*

***Keywords:** social policy, social security, employment, labor activity, labor market*

Hüquqi dövlətdə sosial siyasətin tətbiq olunduğu sahələrdən biri də və başlıca prioritet sahə məşğulluğun səmərəli və düzgün təmini sahəsidir. Tarixi dövrlərə nəzər salanda görürük ki, məşğulluğun təmini sosial təhlükəsizliyin həyata keçirilməsində vacib nüanslardandır. Məşğulluq haqqında Azərbaycan Respublikasının qanununda göstərilmişdir: Bu Qanun məşğulluğa kömək sahəsində dövlət siyasətinin hüquqi, iqtisadi və təşkilati əsaslarını, eləcə də vətəndaşların əmək sahəsində və işsizlərin sosial müdafiəsi sahəsində dövlət təminatlarını müəyyən edir. Məşğulluq Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının, Azərbaycan ərazisində yaşayan vətəndaşlığı olmayan şəxslərin və əcnəbilərin (bundan sonra-vətəndaşların) Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə zidd olmayan və bir qayda olaraq onlara qazanc (gəlir) gətirən hər hansı fəaliyyətidir.

Məşğulluq dövlətin iqtisadi vəziyyətindən, ölkədə mövcud sülh şəraitindən, ölkə əhalisinin sıxlığından, relyefinin müxtəlifliyindən, ərazisinin iqlim şəraitindən, beynəlxalq qurumlarla əməkdaşlığından və s. məsələlərdən asılıdır. Əlbəttə, bu

məsələləri daxili və xarici siyasətin düzgün istiqamətdə irəliləməsi sayəsində həll etmək mümkündür. Onu da qeyd edək ki, insanın öz həyat şəraitini yaxşılaşdırması üçün işlə təmin olunması, yəni məşğulluğu vacibdir. Əmək şəraiti və məşğulluq sosial sahənin əsas qolunu təşkil etməklə bilavasitə sosial siyasətin reallaşdığı müstəvidir.

Hər bir dövlət vətəndaşının səmərəli və sərbəst seçilmiş məşğulluğunun təmin edilməsinə köməklik göstərir. Bu baxımdan Azərbaycan Respublikasının məşğulluq haqqında qanununun 6-cı maddəsində göstərilmişdir ki, məşğulluq sahəsində dövlət siyasətinin əsas istiqamətləri aşağıdakılardır:

1.İrqiindən, milliliyətindən, dinindən, dilindən, cinsindən, ailə vəziyyətindən, ictimai-sosial mənşəyindən, yaşayış yerindən, əmlak vəziyyətindən, əqidəsindən, siyasi partiyalara, həmkarlar ittifaqlarına və digər ictimai birliklərə mənsubiyyətindən asılı olmayaraq bütün vətəndaşlara əmək və məşğulluğu sərbəst seçmək hüququnun həyata keçirilməsində bərabər imkanların təmin edilməsi;

2.Vətəndaşların qanun çərçivəsində həyata keçirilən əmək və sahibkarlıq təşəbbüsünün müdafiə edilməsi, sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə onlara köməklik göstərilməsi;

3.Əmək fəaliyyətinin və məşğulluq növünün seçilməsində vətəndaşların öz iradəsini sərbəst ifadə etməsinə şərait yaradılması;

4.İşsizlərin sosial müdafiəsinin təmin edilməsi, işə düzəlməkdə çətinlik çəkən vətəndaşların məşğulluğunun təmin edilməsinə köməklik göstərən xüsusi tədbirlərin görülməsi;

5.Məşğulluq sahəsində fəaliyyətin iqtisadi və sosial siyasətin digər istiqamətləri ilə əlaqələndirilməsi;

6.Sosial müdafiəyə xüsusi ehtiyacı olan və işə düzəlməkdə çətinlik çəkən vətəndaşlar üçün əlavə iş yerləri yaradan işgötürənlərin həvəsləndirilməsi;

7. Məşğulluğun təmin edilməsinə yönəldilmiş tədbirlərin hazırlanmasında və həyata keçirilməsində, onların yerinə yetirilməsinə nəzarətdə Azərbaycan Respublikasının dövlət orqanlarının, həmkarlar ittifaqlarının, işəgötürənlər birliklərinin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi;

8. Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının ölkə hüdudlarından kənarında, habelə vətəndaşlığı olmayan şəxslərin və əcnəbilərin Azərbaycan Respublikasının ərazisində əmək fəaliyyəti ilə məşğul olmasına şərait yaradılması;

9. Beynəlxalq əmək normalarına riayət olunması.

Əhalinin məşğulluğu bilavasitə əmək bazarında (iş qüvvəsinə olan tələb və təklifin məcmusu) vakansiyalara kvotaları da daxil etməklə işi və qazancı olmayan, işə başlamağa hazır olub, əmək qabiliyyətli yaşda olan əmək qabiliyyətli şəxslərin işlə təmin olunması prosesidir. Kvota - müvafiq icra hakimiyyəti orqanları tərəfindən işəgötürənlərə sosial müdafiəyə xüsusi ehtiyacı olan və işə düzəlməkdə çətinlik çəkən şəxsləri işlə təmin etmək üçün müəyyən edilmiş iş yerlərinin (işçilərin) minimum sayıdır. İşlə təmin olunmuş şəxs artıq məşğul şəxs adlanır. Məşğul şəxslər qrupuna muzzla işləyən, o cümlədən əmək müqaviləsi (kontraktı) ilə tam və ya tam olmayan iş vaxtı ərzində haqq müqabilində iş görənlər, habelə haqqı ödənilən başqa işi (xidməti) olanlar; sahibkarlar, fərdi əmək fəaliyyəti ilə məşğul olanlar, mülkiyyətində torpaq payı olanlar; haqqı ödənilən vəzifəyə seçilən, təyin və ya təsdiq edilənlər əmək qabiliyyətinin müvəqqəti itirilməsi, məzuniyyət, əlavə təhsil, tətillər, istehsalatın dayanması və ya başqa səbəblər ilə əlaqədar iş yerində müvəqqəti olmayanlar aiddir.

Əmək fəaliyyətinə cəlb olunma formasına görə iqtisadiyyatla məşğul olanları üç qrupa bölə bilərik:

1. muzzla işləyənlər; 2. işəgötürənlər; 3. özləri məşğul olanlar. Bu qrupa öz hesabına işləyənlər, muzzlu işçi qüvvəsindən

daimi əsaslarla istifadə etməyən istehsal kooperativlərinin üzvləri daxildir.

Məşğulluq statusunun beynəlxalq təsnifatına görə əhalinin məşğul hissəsinin altı qrupu fərqləndirilir:

1.Muzdla işləyənlər; 2.İşəgötürənlər; 3.Öz hesabına işləyənlər; 4.İstehsal kooperativlərinin üzvləri; 5.Ailənin yardım göstərilən üzvləri; 6.Statusuna görə təsnif olunmayanlar.

Bu təhlilə əsaslanaraq deyə bilirik ki, məşğulluğun müxtəlif təsnifatları mövcuddur. Göründüyü kimi, məşğul şəxslərin qruplara ayrılmasında və təsnifatında vahid bir prinsip yoxdur. Bu da əhalinin məşğul qruplarının elmi baxımdan dəqiqləşdirilməməsindən irəli gələn məsələdir. Tədqiqat sahəsinə belə yanaşma məşğul olanların başqa təsnif formalarının da irəli sürülməsinə imkanlar açır. Eyni zamanda, qeyd etmək lazımdır ki, belə təsnifatların hər birində əsas göstərici məşğul olanların tam dairəsinin əhatə edilməsi olmalıdır.

Əhalinin məşğulluq probleminin həllində əsasən üç prinsip rəhbər tutulur.

Başlıca və birinci prinsip ölkə qanunvericiliyinə əsalanmaqla və ya konstitusiyaya ilə vətəndaşlara verilən hüquqdur.

İkinci prinsip isə dövlətin Konstitusiyaya ilə verilən bu hüququndan istifadə üçün vətəndaşa zəruri şəraitin yaradılmasıdır. Bu isə dövlətin digər qanunverici aktı ilə təsbit olunur. Üçüncü prinsip isə məşğulluq probleminin həllinə kompleks şəkildə yanaşmadan ibarətdir. Belə ki, mövcud situasiyada dövlət məşğulluğunun mərkəzləşmiş üsulunu tətbiq etmir. Məşğulluğun təmin edilməsi sistemi tədricən həyata keçirilir. Bu sistemdə əsas rolu qanunlar, məşğulluğun stimullaşdırıcı proqramları oynayır.

Məşğulluq dərəcəsi müxtəlif meyarlarla ölçülə bilər. Zaman meyarı baxımından tam zamanlı məşğulluq, natamam zamanlı

məşğulluq anlayışlarını qəbul edə bilərik. Tam zamanlı məşğulluqda işçi əmək fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün nəzərdə tutulan bütün iş vaxtı ərzində əmək fəaliyyətinə cəlb olunur. Natamam zamanlı məşğulluqda isə əmək fəaliyyəti üçün nəzərdə tutulan iş vaxtının bir qisminə vətəndaş işə cəlb olunur.

Elmi ədəbiyyatlarda tam və səmərəli məşğulluq məsələlərinə xüsusi önəm verilir. Tam məşğulluq-iqtisadi baxımdan məqsədəuyğun iş yerləri (insana özünün şəxsi maraqlarını gerçəkləşdirməyə, yüksək əmək məhsuldarlığına nail olmağa, onun ailəsinin normal dolanışığını təmin etməyə imkan verən iş yeri) və bu yerlərdə işləmək üçün təklif olunan peşə-ixtisas hazırlığına malik işçi qüvvəsi arasında tarazlıq yaranmasıdır. Lakin reallıqlara əsaslanaraq deyə bilərik ki, məşğulluğun bu formasının inkişaf etmiş ölkələrdə belə təmin edilməsi mümkün deyildir. Səmərəli məşğulluq-peşəkar əməklə məşğulluq səviyyəsi, əmək qabiliyyətli əhalinin ictimai təsərrüfatda məşğulluq səviyyəsi, cəmiyyətin əmək ehtiyatlarının sahələr üzrə paylanma nisbəti, işləyənlərin iqtisadi sahələr və sektorlar üzrə rəasional paylanması kimi göstəricilərlə səciyyələnir.

Hazırda dövlət siyasətinin başlıca istiqamətlərindən biri də ölkə əhalisinin məşğulluğunun sosial səmərəliliyinin təmin edilməsinə yönələn dövlət məşğulluq siyasətinin formalaşdırılması və əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə edilməsidir. Göründüyü kimi, məşğulluq sosial problemdir. Bu problemin həlli ilə məşğul olmaq isə dövlət siyasətinin prioritet məsələlərindən biridir. Azərbaycanda məşğulluq haqqında dövlət siyasətinin öyrənilməsi “işsizlik” və “işsizlər” anlayışının açıqlamasını tələb edir. “Məşğulluq haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanununda göstərilir ki, işsiz vətəndaş işi və qazancı olmayan, işə başlamağa hazır olub, dövlət məşğulluq xidməti orqanlarında işaxtaran kimi qeydiyyatda alınan, əmək

qabiliyyətli yaşda olan əmək qabiliyyətli şəxsdir. Qanunvericiliyə əsasən ilk dəfə iş axtaranlar əmək fəaliyyətinə başlamaq istəyən və əvvəllər işləməyən əmək qabiliyyətli şəxslərdir.

Dövrümüzdə işsizliyin azaldılması, məşğulluğun təmin olunması, işsizlərin sosial müdafiəsinin gücləndirilməsi və aztəminatlı və sosial müdafiəyə daha çox ehtiyacı olan insanlara ünvanlanmış iş yerlərinin yaradılması dövlətin sosial siyasətini başlıca istiqamətlərindəndir. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasının 12-ci maddəsi I bəndində nəzərdə tutur ki, insan və vətəndaş hüquqlarının və azadlıqlarının, ümumiyyətcə məşğulluq və işsizliyin tənzimlənməsi hər bir regionda əhalinin durumunun yaxşılaşmasında önəm daşıyır. Hər bir açılan yeni iş yerləri bu duruma müsbət təsir göstərir. Azərbaycan Respublikasının prezidentinin 2019-2030-cu illər üçün imzaladığı “Azərbaycan Respublikası Məşğulluq Strategiyası” fərmanında tədbirlər planlarının əsas məqsədi də işsizlik səviyyəsinin azalmasına xidmət edir.

Hüseyn Həsənov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
hesenovhuseyn666@gmail.com

MÜƏSSİSƏDƏ TEXNOLOJİ TƏTBİQLƏR VƏ INNOVASİYALARIN ƏHƏMİYYƏTİ

Açar sözlər: texnoloji tətbiqlər, inovasiya, informasiya texnologiyaları, strategiya, optimizasiya

Keywords: technological applications, innovation, information technologies, strategy, optimization

Texnologiya tətbiqləri və innovasiyalar, müxtəlif sahələrdə işləyən şirkətlər üçün əsasən konkurensiya baxımından əhəmiyyətli olan bir məsələdir. Yeni texnologiyaların tətbiqi və innovativ proseslər, şirkətlərin effektivliyini artırmaq, məhsulları və xidmətləri təkmilləşdirmək və təcrübələrin müştərilər üçün daha yaxşı olmasına imkan verir.

Yeni texnologiyaların tətbiqi, müxtəlif sahələrdə müxtəlif formalar ala bilər. Bu, istehsal, informasiya texnologiyaları, sağlamlıq, mühəndislik, mədəniyyət və daha bir çox sahəni əhatə edir. İşlərə özünü tətbiq etmək üçün bu texnologiyaları inkişaf etdirmək, şirkətlərin verimliliklərini artırmaq və həmçinin, yeni bazarları fəth etmək üçün mövcud olan bazarlarda üstünlük qazanmaq əhəmiyyətli rol oynayır.

Innovativ proseslər və metodlar isə müxtəlif şirkətlərə məhsullarını və xidmətlərini inkişaf etdirmək və təkmilləşdirmək üçün bir sıra effektiv həllər təqdim edir. Bu proseslər, müştərilərin tələblərinə cavab vermək üçün şirkətlərin strukturlarını dəyişdirməyə, yaradıcı tədqiqat və inkişafa təşviq etmək, təcrübələrini dəyişmək və optimallaşdırmaq üçün

metodlar və yollar təmin etmək kimi bir çox əməliyyatları əhatə edir.

Bir şirkətin müvəffəqiyyəti, yeni texnologiyaların tətbiqi və innovativ proseslər vasitəsilə nəqliyyatı inkişaf etdirməsi, iş təcrübələrini təkmilləşdirməsi və müştərilərin tələblərinə cavab verməsi ilə mümkündür. Bu səbəblə, şirkətlər bu sahələrdə yenilikçi və sürətli olmaq üçün daim inkişaf etməlidirlər.

Effektivlik optimizasiyası, bir şirkətin resurslarını maksimum səviyyədə istifadə edərək sərfəli və keyfiyyətli məhsullar və xidmətlər təklif etməsi məqsədilə hər hansı bir iş tədbiridir. Bu tədbirlər, şirkətin maliyyə, vaxt, insan resursları və digər keyfiyyətli faktorları effektiv şəkildə idarə etməyə kömək edir.

Bu, şirkətin sərfəliliyini artırmaq və eyni zamanda məhsullarının və xidmətlərinin keyfiyyətini yüksəltmək məqsədi ilə aparılan prosesləri əhatə edir. Bu, sərfəlilik mənbələrinin daha yaxşı istifadəsi, texnoloji təkmilləşdirmələr, keyfiyyətə nəzarət prosesləri və işlərinin avtomatlaşdırılması ilə əldə oluna bilər.

Şirkətlər, rəqabət üstünlüyü qazanmaq üçün effektivlik strategiyalarına ehtiyac duyurlar. Bu strategiyalar, müştərilər üçün daha yaxşı qiymət və keyfiyyət təklif etməyə və ya müxtəlifləşməyə və ya innovativ məhsullar və xidmətlər təqdim etməyə kömək edə bilər.

Yenilikçi texnologiyalar və effektivlik təcrübələri, şirkətlərə iş proseslərini təkmilləşdirmək, avtomatlaşdırmaq və operativləşdirmək imkanı verir. Bu, məsələn, ERP (Enterprise Resource Planning) sistemləri, CRM (Customer Relationship Management) proqramları, proseslərin avtomatlaşdırılması alətləri və s. kimi texnologiyaları əhatə edir.

Effektivlik optimizasiyası, şirkətlərə fərqli sahələrdə mövqelərini yaxşılaşdırmaq və uzunmüddətli rəqabət üstünlüyü qazanmaq üçün lazım olan metod və strategiyaları təmin edir.

Bu, daim inkişaf edən bir prosesdir və rəqabətin hər zaman yaxşı olmaq məqsədi ilə təbiiq olunmalıdır.

Performansın idarə edilməsi və yaxınlaşdırılması, şirkətlərin müvəffəqiyyətini artırmaq və məqsədlərini həyata keçirmək üçün əhəmiyyətli bir məsələdir. Bu məqsədlə, performans monitorinqi, ölçmələr, analiz və yaxınlığa dair effektiv alətlər və proseslər təbiiq edilir.

Şirkətlər, özlərini monitor edərək və qiymətləndirərək hər hansı bir performans planının effektivliyini qiymətləndirməlidirlər. Bu, müxtəlif keyfiyyətdə məlumatları, satış və hasilat statistikasını, müştəri rəyləri, əməkdaş performansını və s. kimi göstəricilərin izlənməsini əhatə edir. Bu monitorinq və ölçmələr, şirkətlərin hədəflərinə necə yaxın olduğunu qiymətləndirmələrinə kömək edir. Monitorinq və ölçmələrə əsaslanaraq, performans analizi aparılmalıdır. Bu, şirkətin mövqeyini qiymətləndirmək və məqsədlərinə çatmaq üçün necə daha effektiv olacağını analiz etməyə kömək edir. Performans analizi, şirkətin güclü və zəif tərəflərini müəyyənləşdirmək, müştəri tələblərinə daha yaxşı cavab vermək üçün strateji dəyişiklikləri təklif etmək və s. kimi məqsədlərlə təyin olunur.

Performansın idarə edilməsi və yaxınlaşdırılması, performans yaxınlığını dəstəkləyən bir prosesdir. Bu həm iş təcrübələri, həm də əməkdaşların tərəfindən əməliyyat təcrübələrində və məqsədlərə nail olmaqda yaşanan hər hansı bir çətinlik və problemləri yaxın qaydada təhlil etməyi əhatə edir.

Bu proseslər, şirkətlərin mövqeyini qiymətləndirməyə, strateji dəyişikliklər etməyə və daha effektiv olmaq üçün tədbirlər görməyə kömək edir. Performansın idarə edilməsi və yaxınlaşdırılması, şirkətlərin rekordlaşma və uzunmüddətli uğurlarını təmin etmək üçün əsaslı bir alətdir.

Fuad Əliyev
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
fuad_aliyev_1991@inbox.ru

AZƏRBAYCANIN İPOTEKA BAZARININ ÖLKƏNİN SOSIAL-İQTİSADI HƏYATINDA ROLU VƏ ƏHƏMİYYƏTİ

***Açar sözlər:** ipoteka, biznes, elektron kommunikasiya, mənzil təsərrüfatı, investisiya*

***Keywords:** mortgage, business, electronic communication, housing, investment*

Məqalədə qeyd olunur ki, müasir dövrdə dünyanın bütün ölkələrində, xüsusən də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə mənzil təsərrüfatı tədricən dirçəlir və iqtisadiyyatın mühüm sahələrindən birinə çevrilir. Ölkəmizdə 2005-ci ildən tətbiq edilən ipoteka sistemi əhaliyə uzunmüddətli ipoteka kreditindən istifadə edərək mənzilə sahib olmaq imkanı yaradır. Ümummillə lider Heydər Əliyevin başlatdığı genişmiqyaslı islahatlar prosesi dünyada baş verən son hadisələr, eləcə də sosial-iqtisadi böhranlar fonunda ölkədə davamlı inkişafın təmin edilməsinə xidmət etmişdir. Bu uğurlu siyasətin davamı olaraq bu gün Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən həyata keçirilən uzaqgörən dövlət siyasəti ölkəmizin davamlı inkişafının təmin edilməsinə, vətəndaşların sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına, əhalinin maddi rifahının yüksəldilməsinə yönəlmişdir.

Azərbaycan əhalisinin, xüsusilə də gənclərin mənzilə olan tələbatının ödənilməsi, mənzil-məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması dövlətin sosial-iqtisadi siyasətində mühüm yer tutan əsas

məsələlərdəndir. Ölkədə ipoteka bazarının inkişafına töhfə verən sosial-iqtisadi amillərə aşağıdakılar daxildir:

- orta gəlirli insanların öz mənzilinə sahib olmaq istəyi: Qloballaşan dünyada hər bir insan daşınmaz əmlaka, şəxsi torpaq sahəsinə və ya mənzilə sahib olmaq istəyir. Lakin bu istək təkcə ailə üzvlərinin istəkləri nəzərə alınmaqla deyil, həm də gəlirləri nəzərə alınmaqla həyata keçirilə bilər. Ölkəmizdə ipoteka haqqında qanunların qəbul edildiyi ilk illərdə ipoteka şərtləri nə qədər çətin olsa da, bu şərtlər uğurlu iqtisadi inkişafın göstəricisidir.

Zaman-zaman sadələşdirilir və insanlar üçün daha əlçatan edilir. Belə ki, əvvəllər ipoteka kreditləri daha yüksək gəlir qrupuna aid olan şəxslərə verildisə, bu gün sosial ipotekanın əhəmiyyəti artır. Nəticə etibarı ilə, orta və aşağı gəlir qrupuna aid insanlar ipoteka bazarından yararlı ola bilərlər. 2016-cı ildə yaradılmış Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Mənzil İnşaatı Dövlət Agentliyinin əsas məqsədi əhalinin mənzil-məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması, mənzillərin ölkənin ekoloji cəhətdən təmiz və əlverişli bölgəsində yerləşdirilməsidir. Bu səbəbdən də Yasamal yaşayış kompleksinin və Hövsan yaşayış kompleksinin tikintisi orta və aztəminatlı qrupa aid insanların mənzil sahibi olmaq istəyini həyata keçirir.

- İnvestisiya aləti kimi mənzil almağa meyl: Bazar iqtisadiyyatı şəraitində hər bir insan müxtəlif layihələrə investisiya qoymağa, qoyduğu sərmayənin müqabilində gəlir əldə etməyə və bununla da sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmağa çalışır. Əhalinin ipoteka bazarından istifadə edərək investisiya aləti kimi mənzilə sahib olmaq istəyini belə izah edə bilərik. Belə ki, ipoteka bazarının xidmətlərindən istifadə edən hər bir şəxs aldığı mənzildən həm yaşamaq, həm də kirayə vermək üçün istifadə edə bilər. Əgər şəxs mənzili icarəyə vermək məqsədi ilə alırsa, o zaman ondan investisiya aləti kimi istifadə edir.

- Şəhər əhalisinin artımı: Çoxlu iş yerlərinin yaradılması məşğulluğun artırıl-masına və işsizliyin azaldılmasına kömək edir, həmçinin şəhər əhalisinin artımını təmin edir. Şəhərlərdə, xüsusən də paytaxt Bakıda əhalinin artımı yüksək sıxlıq yaradır və mənzilə ehtiyacı artırır.

Ölkənin sosial-iqtisadi həyatında ipoteka bazarının inkişafını təmin edən amillərə aşağıdakılar daxildir:

- İqtisadi qeyri-sabitliyin yaratdığı qeyri-müəyyənlik: son zamanlar dünyanı və ölkəmizi bürümüş dərin iqtisadi böhran onun mənzil bazarına da təsirsiz ötüşməyib. 2015-ci il fevralın 21-də manatın dollara nisbətdə məzənnəsinin əsaslı şəkildə dəyişməsi ölkədə qeyri-müəyyənlik yaradıb, bir sıra bankların və sənaye müəssisələrinin bağlanmasına səbəb olub. Təbii ki, böhranın yaratdığı qeyri-sabitlik ipoteka bazarına mənfi təsir göstərüb, məşğulluğun azalmasına səbəb olub. Bu dövrdə manatın dollara nisbətdə bu cür ucuzlaşmasına baxmayaraq, neft sektorunun inkişafı, yeni iş yerlərinin açılması ölkəni bu böhrandan çıxara bildi.

- Qorxudan yaranan narahatlıq, insanlar işlərini itirirlər: ipoteka kreditləri uzun müddətə verildiyi üçün, yəni 20-30 il, ipoteka bazarına müraciət edən insanlar daim işlərini itirmək-dən narahat olurlar. Bu baxımdan, ipoteka krediti verən kredit təşkilatları nəzərə alınır və bu riskin qarşısını almaq üçün vətəndaşların həyatının, əməyinin və əmlakının sığortasını tələb edirlər.

- Gəlir bölgüsündə qeyri-bərabərlik: Respublikamızda gəlir bərabərsizliyi ipoteka bazarına müraciət etmək istəyənlərin sayının azalmasına səbəb olur. Belə ki, 2018-ci ildə ölkədə orta əməkhaqqı 510,8 manat, minimum əmək haqqı 173 manat olub. Öz mənzilinə sahib olmaq istəyən aztəminatlı ailələr üçün işdən belə gəlir yaranmır. Bu səbəbdən də Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 2016-cı il 11 aprel

tarixli 858 nömrəli Fərmanına uyğun olaraq, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Mənzil İnşaatı Dövlət Agentliyi yaradılıb. Bu agentliyin əsas məqsədi aztəminatlı ailələrin öz evinə sahib olmaq arzusunu reallaşdırmaqdır.

- Yüksək işsizlik: Artıq qeyd etdiyimiz kimi, 21 fevral 2015-ci il böhranı ölkənin sosial-iqtisadi həyatına ciddi təsir göstərdi. Bir çox bankların, sənaye müəssisələrinin və iş yerlərinin bağlanması əhalinin bir hissəsinin işsiz qalmasına səbəb oldu. İşsizliyin yüksək həddə çatdığı o dövrlərdə bəşəriyyət nəinki ipoteka bazarından yararlanmaq imkanı əldə etdi, hətta banklardan götürülmüş kreditlərin qaytarılmasında çətinliklərlə üzləşməyə davam etdi, nəticədə ölkədə problemlə kreditlərin səviyyəsi aşağı düşdü. Lakin ötən dövr ərzində neft sektorunun iqtisadiyyatın iştirakı ilə inkişafı işsizliyin səviyyəsinin azalmasına səbəb olub.

- Xüsusilə regionlarda yoxsulluğun səviyyəsinin artması: Bu gün regionların zəif iqtisadi vəziyyəti ölkənin müasir iqtisadiyyatının əsas problemlərindən biridir. Belə ki, 2004-cü ildən bu sahədə işlər aparılır. Bu işlərin davamı olaraq “Azərbaycan Respublikası regionunun 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı” regionlarda makroiqtisadi vəziyyətin sabitləşdirilməsinə, yeni iş yerlərinin açılmasına, sahibkarlıq fəallığının artırılmasına səbəb olub. Regionlarda yaşayan əhalinin ipoteka kreditlərindən yararlanma bilməsi bu gün ipoteka bazarının gündəmini zəbt edən məsələlərdəndir.

- Regionlarda yaşayan əhalinin şəhərlərə axınının mənfi nəticələri: ölkəmizin sürətli inkişafı və bu inkişafın paytaxt Bakıda və digər şəhərlərimizdə daha çox qızıqması əhalini bu mərkəzlərə köçməyə məcbur edir. Şəhərlərdə yaşamağın üstünlükləri və iş yerlərinin çoxluğu regionlarda yaşayan əhalinin şəhərlərə köçərək burada məskunlaşmasına səbəb olur.

Bu, şəhər əhalisinin kütləvi artmasına və mənzil çatışmazlığına səbəb olur.

-Mənzilə yüksək tələbat: hər bir insan daşınmaz əmlaka, evə və ya mənzilə sahib olmaq istəyir. Yaşayış yerlərindən təsadüfi istifadənin yolverilməzliyi də əhalinin sağlamlığı üçün xüsusi narahatlıq doğuran məqamdır. Təəssüf ki, bu gün mənzil bazarında yüksək qiymətlər hamını ev sahibi edə bilmir. Belə ki, ölkəmizdə ailə quran kişinin orta yaşı 28, qadının isə 24 yaşdır. Gənclərin nikah yaşının artması onların daha yaxşı karyera qurmaq istəyi ilə yanaşı, şəxsi mənzil sahibi olmaq istəyi ilə bağlıdır.

Beləliklə, mənzilə sahib olmağın həm iqtisadi, həm də sosial əhəmiyyəti var. Xüsusilə ilk ev almaq bir çox ailənin həyatında və istehlakçı karyerasında dönüş nöqtəsidir. Məhz buna görə də mənzillə təmin olunması əhalinin sosial vəziyyətindən xəbər verir və bütövlükdə ölkənin inkişafının əsas makroiqtisadi göstəricisidir.

Müşgünaz Göyüşova
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
goyusovamusgunaz@gmail.com

QARABAĞ İQTİSADI RAYONUNDA TƏHSİLİN YENİDƏN TƏŞKİLİ STRATEGİYASI

Açar sözlər: keyfiyyətli təhsil, təhsilin bərpası, təhsil tərəqqisi, təhsil müəssisələri, təhsilin təşkili

Keywords: quality education, recovery of education, educational progress, educational institutions, organization of education

44 günlük Vətən müharibəsinin böyük qələbə ilə yekunlaşması məcburi köçkünlərin öz doğma torpaqlarına qayıdaraq orada yaşaması imkanı yaratmışdır. İşğaldan azad olunmuş bölgələrdə əhalinin dayanıqlı məskunlaşması təmin edilməlidir. Bu məqsədlə həmin ərazilər cəmiyyətin ən sağlam, müasir və abad yaşayış mühitinə çevrilməli, dayanıqlı məskunlaşma üçün müasir yaşam standartlarına əsaslanan yaşayış mühiti yaradılmalıdır.

Azərbaycan sistemli, davamlı və vahid mövqedən yanaşaraq işğaldan azad olunmuş ərazilərdə bərpa işləri aparmağa start verib. Bura cəmiyyətin bütün əsas sferalarında fəaliyyət göstərən sosial, siyasi, iqtisadi, mədəni təsisatlar və təşkilatların yenidən qurulması daxildir. Onların sırasında təhsil ayrıca yer tutur və bunun böyük əhəmiyyəti vardır. Azərbaycanın dövlət başçısının məsələyə yüksək dərəcədə həssaslıq və ən müasir layihələri reallaşdırmaq əzmi ilə yanaşmasının ciddi əsasları vardır. Məsələ ondan ibarətdir ki, ermənilər işğal etdikləri Azərbaycan torpaqlarında mədəniyyət, təhsil və dini

obyektləri vəhşicəsinə dağıtmışlar. Rəsmi məlumatlara əsasən, erməni işğalçıları və separatçıları 1107 təhsil müəssisəsini tamamilə dağıtmış, 855 uşaq bağçasını vəhşicəsinə məhv etmişlər. Bundan başqa, 74 məscid və 800-dən çox qəbiristanlığı yerlə-yeksan etmişlər.

İşğalçılar tarixi Şuşa Real Məktəbini dağıtmışlar. Zəngəzurda ilk dünyəvi məktəb (rus-tatar məktəbi) 1882-ci ildə Qubadlıda yaradılmışdı. Bütövlükdə işğaldan əvvəl Qubadlıda 61 ümumtəhsil məktəbi mövcud olmuşdur. İndi orada həm tarixi rus-tatar məktəbindən, həm də başqa məktəblərdən əsərəlamət qalmamışdır. Bunlardan başqa, Cəbrayıl rayonunun Soltanlı kəndində 1912-ci ilə kimi rus-tatar məktəbi kimi fəaliyyətə başlayan və sonralar həmin kəndin orta məktəbi olan tarixi təhsil müəssisəsini tamamilə dağıtmışlar. Kəlbəcərdə də işğaldan əvvəl mövcud olan 96 ümumtəhsil məktəbi məhv edilmişdir. İşğalçı Ermənistan 30 il müddətində Azərbaycanın qədim Qarabağ bölgəsində tarixi-mədəni və dini abidələrə, təhsil müəssisələrinə qarşı böyük vəhşiliklər etmişlər, onları dağıtmışlar. Bu səbəbdən, cənab Prezidentin Qarabağda yenidənqurma işləri, o cümlədən təhsilin bərpaası ilə bağlı ardıcıl və sistemli siyasət yeritməsi dövlətçilik və cəmiyyətin inkişafı baxımından son dərəcə əhəmiyyətlidir. Artıq bu istiqamətdə konkret nəticələr özünü göstərmişdir. Cəbrayıl rayonunun Cocuq Mərcanlı kəndində qısa müddət ərzində məktəb və uşaq bağçası inşa edilmişdir. Hər iki müəssisə müasir avadanlıqlarla tam təmin edilmişdir. Eyni sürət və keyfiyyətlə işğal dövründə zərər görmüş bütün təhsil ocaqları bərpa edilir. Bu zaman Azərbaycan təhsil işçilərinin başlıca hədəfi BMT-nin 2030-cu ilə qədər 17 Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərindən olan “Hər kəs üçün inklüziv və keyfiyyətli təhsili təmin etmək və ömürboyu təhsili təşviq etmək” proqramına tam uyğun işləri aparmaqdan ibarətdir.

8 noyabr 2020-ci ildən bu günə qədər Qarabağ İqtisadi rayonunda çox sayda abaqlıq işləri görülmüşdür. İnfrastrukturun yenidən qurulması istiqamətində bir çox işlər həyata keçirilmişdir. Eyni zamanda bir çox təhsil müəssisələrinin təmirinə başlanılmışdır. Zəngilan rayonunun Ağalı kəndində modern, müasir standartlara cavab verən orta məktəb istifadəyə verilmişdir.

Qarabağda təhsilin yenidən təşkil edilməsi istiqamətində görülən bu işlər, əlbəttə, təqdirəlayiqdir. Çünki qısa bir müddətdə xeyli işlər görülmüşdür və o, intensiv olaraq davam edir. Aydın görünür ki, dövlətimiz ardıcıl olaraq, düşünülmüş şəkildə prosesləri davam etdirməkdə tam qərarlıdır.

Azərbaycan dövləti, o cümlədən, Elm və Təhsil Nazirliyi bütün bu işləri BMT-nin Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinə tam uyğun həyata keçirir. Bu isə həm təhsilə müasir yanaşmanı, həm də keyfiyyətli tədrisə nail olmağı təmin edən mühüm şərtlərdəndir.

Hazırda təhsil hər bir xalq üçün ciddi strateji məna daşıyır. Keyfiyyətli təhsil insan kapitalının başlıca inkişaf şərtlərindəndir. Azərbaycanda təhsil sahəsində mükəmməl dövlət proqramları və islahatlar həyata keçirilir. Onun bariz nümunəsi kimi Qarabağda təhsilin yenidən təşkilini göstərmək mümkündür. Bütövlükdə isə təhsilin sistem olaraq müasir tələblərə uyğun inkişafı həm müstəqil dövlətçiliyin möhkəmlənməsində, həm də Azərbaycanın gələcək təhsil tərəqqisində əhəmiyyətli rol oynayacaqdır.

Cavanşir Ramazanov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
ramazanovcavanshir@gmail.com

KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ SAHƏSİNDƏ BİZNESİN TƏŞKİLİNİN SƏCİYYƏVİ CƏHƏTLƏRİ

***Açar sözlər:** biznes, kiçik sahibkarlıq, bazar prinsipləri, iqtisadiyyat, valyuta*

***Keywords:** business, small business, market conditions, economy, currency*

Bazar iqtisadiyyatının mühüm tərkib hissəsi olan sahibkarlıq hər şeydən əvvəl kiçik biznesdə təzahür edir. Kiçik biznes istehlak bazarında rəqabət mühitinin yaradılmasına, ümumi milli məhsulun artım tempinə, strukturuna və keyfiyyətinə təsir göstərir. Bazar prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərən yeni iqtisadi sistemi formalaşdırmaq istiqamətində tənzimləyici siyasət aparən hökumətimiz kiçik biznesin təşəkkülü və inkişafı ilə bağlı bir çox məqsədyönlü və sistemli tədbirlər həyata keçirir. Lakin bu sahədə hələ də bir sıra problemlər qalmaqda davam edir. Bununla yanaşı, kiçik biznesin səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün dövlətin strateji siyasəti davamlı olmalı, düzgün müəyyənəndirilməli, təsərrüfat fəaliyyəti ilə məşğul olan sahibkarlar arasında baş verə biləcək inhisarçılıq meyilləri bazar prinsipləri əsasında aradan qaldırılmalı, haqsız rəqabətin qarşısının alınması və aradan qaldırılması tədbirləri ön plana çəkilməlidir. Adından görüldüyü kimi, “kiçik biznes” bazar iqtisadiyyatının subyektləri tərəfindən həyata keçirilən sahibkarlıq fəaliyyətidir. Sahibkarlıq iqtisadi fəaliyyətdir. Müasir dövrdə sahibkarlıq

insan cəmiyyətinin iqtisadi həyatının bütün sahələrində özünü büruzə verir. İqtisadi fikirlərin inkişafında olan dəyişikliklərin araşdırılması göstərir ki, sahibkarlıq haqqındakı düşüncələr bu fəaliyyət istiqamətinin təkamülünü xarakterizə edir. Məhz bu prosesin müasir dövrdə aktuallaşması sahibkarlığın çağdaş iqtisadiyyatın inkişafında əsas amillərdən biri olduğunu sübuta yetirir. Dünya təcrübəsindən məlum olduğu kimi, kiçik müəssisələr bir çox hallarda işçi heyətinin orta sayı ilə müəyyən olunur. Bununla belə bəzi ədəbiyyatlarda bu iqtisadi subyektlər kiçik bir qrupun iqtisadi fəaliyyəti kimi də başa düşülür. Ümumilikdə isə əsaslı olaraq iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan kiçik biznes kateqoriyasına aid olan subyektləri işçi heyəti, nizamnamə kapitalı, aktivlərin böyüklüyü və dövriyyənin həcmi göstəricilərinə uyğun olaraq, müəyyən edilirlər. Lakin valyutaların dönrəliyində baş verən dəyişikliklər və bir sıra digər səbəblərdən dolayı bölgünün işçilərin sayına görə aparılması daha məqsədəuyğun hesab olunmuşdur.

Kiçik biznesin səmərəli fəaliyyət göstərməsi imkanları iri istehsalla müqayisədə bir sıra üstünlüklərə malikdir. Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir: 1) yerli bazarlara məsafə baxımından yaxınlıq; 2) istehlakçıların (müşlərilərin) tələbatlarına maksimum uyğunlaşma; 3) iri firmalar üçün əlverişli olmayan xırda partiyalarla məhsul istehsalı; 4) idarəetmədə paralel səviyyələrin ixtisar edilməsi və s. Kiçik biznesin fəaliyyətinin genişləndirilməsi iqtisadiyyatın sağlamlaşdırılması üçün əlverişli şərait yaradır, yəni sağlam rəqabət mühiti yaradır; əlavə iş yerlərinin açılmasına səbəb olur; struktur yenidənqurulmasını təkmilləşdirir; istehlak sektorunun genişləndirilməsini təmin edir; tələbatçılar sektoru genişləndirilir; bazar mallar və xidmətlərlə zənginləşir; ixrac imkanları genişləndirilir; yerli xammal resurslarından səmərəli istifadə edilməsinə şərait

yaradır; Əmək tutumlu sahələrin genişləndirilməsi, əhalinin sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsi istehsal güclərindən maksimum istifadə olunması kiçik müəssisələrin yaradılmasını zəruri edir.

Ümumiyyətlə, kiçik biznesin inkişaf etdirilməsi iqtisadiyyatın möhkəmliyinin təməlidir. Bir çox tədqiqatçıların fikrincə, bazar iqtisadiyyatı sisteminə keçən ölkələrdə kiçik biznesin inkişafı həmin dövlətlərdə yeni iqtisadiyyata inteqrasiya prosesini sürətləndirir.

Sahibkara məxsus kiçik müəssisənin spesifik çətinlikləri də vardır. Məsələn; müəssisəni quran şəxsin bilik və bacarığı, fəaliyyət göstərdiyi sahədə təcrübə və qabiliyyəti aşağı səviyyədə ola bilər. Odur ki, o, başqalarının (mütəxəssis, idarəedici) bilik və bacarıqlarından gərəkli istifadə etmədikdə iflasa uğrayar və ya zərərlə üzləşər. Belə müəssisələrdə işləyənlər ümumi qazancdan əlavə pay almaq imkanından da məhrum qalırlar. Odur ki, onların imkanları məhdud olduğundan fəaliyyət dairələrini təkmilləşdirməkdə, genişləndirməkdə və daha məhsuldar çalışmaqda maraqlı olurlar; Tək şəxsin müəssisəsi, bir şəxsin sərmayəsi ilə yaradıldığından onun həcmi də məhdud olur. Kredit almaq imkanı məhdudlaşır, ala bilsə də, yüksək faizlə almalı olur və aldığı qaytarmaq imkanı da müəssisənin qazancı qarşısında çətinliklər törədir. Belə müəssisələr uzunömürlü olurlar. Çünki bütün ixtiyar sahibinin bir şəxs olması üzündən onun dünyasını dəyişməsi və ya müəyyən səbəblər üzündən işini davam etdirə bilməməsi, bu cür müəssisələrin fəaliyyətinə son qoyur. İstər işçiləri, istər mal göndərənlər və istərsə də mal alanlarla əlaqədə məsuliyyəti bir şəxs daşıyır. Bütün baş verə biləcək müqavilə, cavabdehlik və iddialara bir nəfər bütün varidatı ilə cavab verməli olur. Qazancın bir nəfərdə toplanması və onun paylanılan qazancdan daha irihəcmli olması ortaqlı müəssisələrə nisbətən belə

müəssisələrdə gəlir vergisinin ödənilməsinin yüksək olmasına gətirib çıxarır.

Kiçik biznes strukturları ilk növbədə müəssisə və birliklərin tərkibindən struktur və istehsal vahidlərinin, eləcə də istehsal bölmələrinin ayrılması, digər hallarda isə səhm qoyulması əsasında yaradıla bilər. Bazar münasibətlərinə keçildiyi və bazar infrastrukturunun yaradıldığı müasir şəraitdə axırıncı yol daha optimal hesab edilir. Kiçik biznes dövlət, ictimai kooperativ müəssisələrlə, xüsusi şəxslərə, həmçinin mülkiyyətin digər formalarına əsaslanan təşkilatlarla birlikdə təsis edilə bilər. Biznesin hər hansı formasının inkişafı əsas etibarilə iki şərtdən: bütünlüklə ölkədəki və onun regionlarındakı daxili iqtisadi şəraitdən və konkret sahibkarın təsərrüfat məqsədlərini reallaşdırmaq üçün öz hüquqlarından istifadə etməsi imkanlarından asılıdır. Bu amillər daha əhəmiyyətli dərəcədə mikro-iqtisadiyyatın inkişafına təsir göstərir. Belə ki, konkret şəraitdə bu amillərin bazar konyukturasına və qəbul edilmiş idarəetmə qərarlarının son nəticəsinə təsiri çox böyükdür. Bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində iqtisadi-sosial problemlərin həlli inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə olduğu kimi, Azərbaycan Respublikasında da iri müəssisələrlə yanaşı kiçik biznesin inkişafı ilə bağlıdır və bunların iqtisadiyyatda öz yeri və rolu vardır. Kiçik biznesin ölkə iqtisadiyyatının müxtəlif sahələrində özünəməxsus yer tutması ilk növbədə müstəqillik əldə etdikdən sonra ölkədə başlanan demokratikləşmə prosesinin və bazar münasibətlərinin inkişafının, iqtisadiyyatın transformasiyasının real nəticəsidir.

Kiçik biznes subyektləri də öz növbəsində həm respublikanın daxili bazarlarının əmtəə və xidmətlərlə zənginləşməsində, inhisarçılığın ləğv edilməsində, bütün sahələrdə rəqabətin dərinləşməsində, təşəbbüskar insanların yaradıcılığının üzə çıxmasında, mövcud əmək və material ehtiyatlarının

təsərrüfat dövryyəsinə cəlb olunmasında və əhalinin tələbatının optimal ödənilməsində mühüm rol oynayırlar. Eyni zamanda, kiçik biznes ölkənin bazar münasibətlərinə keçməsində və bazar mexanizminin təkmilləşdirilməsində, istehsalçılarla istehlakçılar arasında birbaşa iqtisadi əlaqələrin qurulmasında, keçid dövründə yaranmış əhalinin məşğulluq problemlərinin həll edilməsində, əhalinin gəlirlərinin və alıcılıq qabiliyyətinin artırılmasında böyük əhəmiyyət kəsb edirlər. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə kiçik biznesin rolunu qiymətləndirmək üçün müxtəlif meyarlardan istifadə edilir. Xüsusilə, kiçik müəssisələrin ümumi daxili məhsulda, məşğulluqda və s. payı əsas götürülür. Kiçik biznes subyektlərinin sayının sahələr üzrə artması ilk növbədə ölkədə iqtisadi islahatların aparılması, istehsalın texnoloji və idarəetmə strukturunun yenidən qurulması ilə əlaqədardır. Bu da öz növbəsində kiçik həcmli istehsal müəssisələrinin inkişafını sürətləndirir və əlavə iş qüvvəsini istehsala cəlb edir. Həmçinin, iri müəssisələrin strukturunun dəyişməsi nəticəsində sexlər və filiallar müstəqil istehsal vahidlərinə çevrilirlər ki, bu da xırda partiyalarla kiçik seriyalı məhsul istehsalçılarının sayını və rolunu xeyli artırır. Bununla belə ölkədə biznes fəaliyyətinin inkişafı əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsində və pul gəlirlərinin artırılmasında mühüm rol oynayır. Hazırda istehsal münasibətlərində baş verən sürətli dəyişikliklər, əhalinin maddi və mənəvi tələbatının daim artması və istehsalın fasiləsizliyinin təmin olunması biznes fəaliyyətinin inkişafına əlverişli şərait yaradılmasını zəruri edən məsələlərdən biridir.

Samir Məhəmmədov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
Samir.Mahammadov@gmail.com

KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİ VƏ ONUN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Açar sözlər: *kommersiya, biznes, müəssisə, mal və xidmətlər*

Keywords: *commerce, business, enterprise, goods and services*

Müasir dünyada iqtisadi fəaliyyətlər bir çox müəssisə və fərdlər üçün əsas həyat tərzinə çevrilib. Müəssisələr mal və xidmətlərin istehsalı, alınması və satışı ilə mənfəət əldə etmək məqsədi ilə kommersiya fəaliyyətini həyata keçirirlər. Kommersiya fəaliyyətinin əsas xüsusiyyətləri bizə biznesin dinamikasını və iqtisadiyyatın fəaliyyətini anlamağa kömək edir. Kommersiya fəaliyyətinin ən səciyyəvi xüsusiyyəti mənfəət əldə etmək məqsədi daşmasıdır. Müəssisələr öz məhsul və xidmətlərini müştərilərə təklif edərək qazanc əldə etməyi hədəfləyirlər. Bu mənfəət müəssisələrin davamlılığı və inkişafı üçün çox vacibdir. Malların və xidmətlərin istehsalı biznes fəaliyyətinin əsas elementidir. Müəssisələr fiziki məhsullar istehsal edir və ya xidmət göstərir. Bu proseslər biznesin fəaliyyətinin əsasını təşkil edir.

Kommersiya fəaliyyətinə mal və xidmətlərin alqı-satqısı daxildir. Müəssisələr mal və xidmətləri təchizatçılardan alıb müştərilərə satmaqla biznes aparırlar. Marketinq, paylama və satış prosesləri bu fəaliyyətlərin mühüm hissəsini təşkil edir. Müştəri yönümlülük biznes əməliyyatlarının əvəzsiz

xüsusiyyətidir. Müəssisələr müştərilərin ehtiyaclarını ödəmək və müştəri məmnuniyyətini təmin etmək üçün məhsul və xidmətlərini inkişaf etdirirlər. Bazar şərtlərini izləməklə rəqabət üstünlüyü əldə etməyə çalışırlar.

Kommersiya fəaliyyəti bugünkü iqtisadiyyatın əsasını təşkil edən ticarət və biznesə yönəlmiş geniş spektrli fəaliyyətləri əhatə edir. Bu fəaliyyətlərə əmtəə və xidmətlərin istehsalından başlayaraq onların marketinqi, satışı və istehlakçılara çatdırılmasına qədər olan proseslər daxildir. İqtisadi artımın və sosial rifahın əsas elementlərindən biri olan Kommersiya fəaliyyətləri həm də iş dünyasının dinamikasını və rəqabət mühitini formalaşdırır. Müasir iqtisadiyyatda kommersiya fəaliyyətinin rolu yalnız mənfəət əldə etməklə məhdudlaşmır. Bu fəaliyyətlər həm də iş yerlərinin yaradılması, innovasiyalar, texnoloji inkişaf və hətta mədəni dəyişikliklər kimi geniş spektrdə sosial təsirlərə malikdir. Bizneslərin bu fəaliyyətləri həyata keçirərkən qarşılaşdıqları çətinliklər və imkanlar onların strategiyalarını, biznes modellərini və hətta etik yanaşmalarını formalaşdırır. Kommersiya fəaliyyəti əsasən kommersiya fəaliyyəti və biznesdə aparılan əməliyyatlarla bağlıdır. Bu konsepsiya istehsaldan tutmuş mal və xidmətlərin marketinqinə, satışına və paylanmasına qədər geniş spektri əhatə edir

Mənfəət müəssisələrin sağ qalması və böyüməsi üçün vacib olan əsas məqsəddir. İş dünyasının əsası sayılan Kommersiya fəaliyyətləri qazanc əldə etməyi hədəfləyərək bizneslərin iqtisadi və sosial rollarını yerinə yetirir. Mənfəət müəssisənin maliyyə uğurunu ölçən göstəricidir. Müəssisələr öz məhsullarını və ya xidmətlərini müştərilərə təklif etdikdə, bu fəaliyyətlərdən əldə etdikləri gəlirlərin onların xərclərini ödəməsi və müəyyən izafi dəyər yaratması gözlənilir. Bu izafi dəyər biznesin mənfəət adlanan xalis gəlirini təşkil edir.

Müəssisələr bu mənfəətdən dövriyyə kapitalını artırmaq, investisiya qoymaq və ya gələcək inkişaf imkanlarını qiymətləndirmək üçün istifadə edə bilirlər. Mənfəət əldə etmək biznesin davamlılığı üçün çox vacibdir. Müəssisələr qazanc əldə etmirsə, maliyyə çətinlikləri ilə üzləşə və fəaliyyətlərini davam etdirə bilməyəcəklər. Buna görə də, müəssisələr mənfəət əldə etməyə diqqət etməlidirlər. Mənfəətdən başqa, müştərilərin məmnunluğunun təmin edilməsi və keyfiyyətli məhsul və xidmətlərin təmin edilməsi kimi digər məqsədlərə nail olmaq biznes üçün vacibdir, lakin mənfəət bu məqsədlərə çatmaqda onlara dəstək olur. Mənfəət əldə etmək məqsədi həm də biznesin rəqabət xarakterini gücləndirir. Müəssisələr daha çox qazanc əldə etmək üçün bazar rəqabətində üstün olmağa çalışırlar. Bu rəqabət innovasiyaları təşviq edir, məhsul və xidmət keyfiyyətini artırır və istehlakçılara daha yaxşı seçimlər təqdim edir. Rəqabət iş dünyasının dinamizmini və inkişafını stimullaşdırır və nəticədə iqtisadiyyata müsbət töhfə verir.

Mənfəət əldə etmək məqsədi həm də müəssisələrin davamlılığı və inkişafı üçün resursları təmin edir. Bizneslər yeni layihələrə və genişlənmələrə imkan verən mənfəətləri yenidən investisiya edir. Bu, iş yerlərinin yaradılması, yeni bazarların açılması və iqtisadi artımın dəstəklənməsi üçün vacibdir. Bu, həm də bizneslərin maliyyə gücünü artırmaqla cəmiyyətə daha çox töhfə verməyə kömək edir. Bununla belə, iş dünyasında qazanc əldə etmək məqsədi də tənqidlərə məruz qalır. Bəzi tənqidçilər iddia edirlər ki, biznesin yalnız mənfəətə diqqət yetirməsi onların sosial məsuliyyətlərini laqeyd qoymasına səbəb olur. Müəssisələr ekoloji davamlılıq, etik təcrübələr və sosial məsuliyyət kimi digər amillərə də diqqət yetirməlidirlər. Bu tənqidlər, bizneslərin mənfəət əldə etmək məqsədi ilə sosial məsuliyyətlərini balanslaşdırmalı olduqları fikrini artırır.

İqtisadi fəaliyyətlər ölkənin və ya bölgənin iqtisadi strukturunun təməl daşlarıdır və iqtisadi artım prosesinə əhəmiyyətli töhfələr verir. İqtisadi fəaliyyətlərin əhəmiyyəti böyük ölçüdə məşğulluğun yaradılması, vergi daxilolmalarının artması və milli gəlirin artması kimi iqtisadi təsirləri ilə ölçülə bilər. İqtisadi fəaliyyət məşğulluğun yaradılmasında mühüm rol oynayır. Müəssisələr və sənayelər istehsal prosesləri və xidmətlərin göstərilməsi üçün işçilərə ehtiyac duyurlar. Buna görə də iqtisadi fəallığın artması işçi qüvvəsinə tələbatı artırır və işsizlik nisbətini azaldır. Məşğulluğun yaradılması həm fərdlərin iqtisadi təhlükəsizliyini təmin edir, həm də daha sabit cəmiyyətə töhfə verir. İqtisadi fəaliyyət vergi daxilolmalarının artmasına səbəb olur. Müəssisələr məhsullarını satarkən və ya xidmətlərini təqdim edərkən satış vergiləri və ya gəlir vergiləri kimi müxtəlif növ vergilər ödəməlidirlər. Bu vergilər hökumətə gəlir gətirir və dövlət xidmətlərini maliyyələşdirmək üçün istifadə olunur. İqtisadi fəaliyyətin artması vergi daxilolmalarının artmasına və buna görə də dövlət xidmətlərinin inkişafına və təkmilləşdirilməsinə imkan verir. İqtisadi fəaliyyət milli gəlirin artmasına kömək edir. Müəssisələr və fiziki şəxslər məhsul və ya xidmətlərini sataraq gəlir əldə edirlər. Bu gəlirlər milli gəlir hesab olunur və ölkənin iqtisadi rifahını əks etdirir. İqtisadi fəaliyyətin artması məcmu gəlirin artmasına gətirib çıxarır ki, bu da həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə və iqtisadiyyat daxilində daha çox resursların dövriyyəsinə kömək edir. Lakin iqtisadi fəaliyyətin müsbət təsirləri ilə yanaşı, bəzi problemlər də yarana bilər. Məsələn, təbii ehtiyatların həddindən artıq istehsalı və ya sui-istifadəsi ekoloji problemlərə səbəb ola bilər. Buna görə də iqtisadi fəaliyyətlərin davamlı və ekoloji cəhətdən təmiz olması vacibdir.

Kommersiya fəaliyyəti iqtisadi artıma töhfə verən mənfəət məqsədi daşıyan biznes fəaliyyətlərinə aiddir. Bu fəaliyyətlərə mal və xidmətlərin istehsalı, satışı və paylanması daxildir. Onun əsas xüsusiyyətlərinə mənfəət motivi, rəqabət, bazar yönümlülük, qanuni qaydalara uyğunluq və istehlakçı məmnunluğuna diqqət daxildir. Kommersiya fəaliyyətləri biznesə iqtisadi artıma töhfə verməyə və biznes ictimaiyyətinin böyük bir hissəsini təşkil etməyə kömək edir.

Xəyalə Məmmədli
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
mkeyale422@gmail.com

NEFT SƏNAYESİNİN MAHIYYƏTİ, MƏQSƏDİ VƏ METODOLOJİ ƏSASLARI

Açar sözlər: *neft sənayesi, neftin mahiyyəti, neftin məqsədi, metodoloji əsasları*

Keywords: *oil industry, essence of oil, purpose of oil, methodological foundations*

Neft sənayesi, neftin hasilatı, işlənməsi, daşınması və satışı ilə məşğul olan bir sənaye sektorüdür. Bu sektor, neftin enerji təminatı, yanacaq maddələrinin istehsalı, kimyəvi maddələrin və plastiklərin istehsalı, texniki və sənaye maddələrinin istehsalı, və digər bir çox məhsulların istehsalı üçün əhəmiyyətli bir təchizatçıdır. Neft sənayesi, dünya iqtisadiyyatında önəmli bir rol oynayır və bir çox ölkələr üçün əsas bir mənbədir. Bu sektorun effektiv işlənməsi və sürdürülməsi, enerji təminatının təmin edilməsi və iqtisadi inkişafın dəstəklənməsi üçün əhəmiyyətlidir.

Neft sənayesi, enerji mənbələrinin effektiv istifadəsi, enerji təhlükəsizliyi və iqtisadi inkişaf üçün strateji zərər kəsb edir. Bu sektor, neft və neft məhsullarının dünya bazarında ticarəti təmin edir və bir iqtisadiyyata dövriyyə gəlir gətirir.

Neft sənayesi, kompleks texnologiya və texnologiya tələb edir. Bu potensial arasında neftin araşdırılması, yataqların qiymətləndirilməsi, alınması, işlənməsi, depolanması neft məhsullarının ixracı yer alır. Bu sənaye, mühəndislik, texnologiya və başqa mütəxəssislik tələb edir.

Neft sənayesi, çevik və dəyişən bir sektordur, yalnız neftin qiyməti, dünya bazarında tələbat və təklif dəyişikliklərinə bağlı olaraq dəyişir. Bu sənaye, enerji təhlükəsizliyini təmin etmək, iqtisadiyyatı artırmaq və iş imkanları yaratmaq üçün strateji bir sektordur.

Neft sənayesinin məqsədi, neft və neft məhsullarının hasilatı, işlənməsi, daşınması və satışı ilə məşğul olan bir sənaye sektourunda fəaliyyət göstərməkdir. Bu sənaye neftin enerji təminatı, yanacaq maddələrin istehsalı, kimyəvi maddələrin və plastiklərin istehsalı, texniki və sənaye maddələrinin istehsalı və digər bir çox məhsulların istehsalı üçün əhəmiyyətli bir təchizatçıdır. Məqsədi, neft və neft məhsullarının effektiv istifadəsi və dünya iqtisadiyyatına təchizatın təmin edilməsidir.

Neft sənayesinin metodoloji əsasları, neftin hasilatı, işlənməsi və daşınması ilə bağlı texniki və idarəetmə proseslərini tənzimləməyi və optimallaşdırmağı hədəfləyir. Bu metodoloji əsaslar aşağıdakıları əhatə edir:

1. Yeraltı neft hasilatı: Neftin yeraltından hasil edilməsi üçün texniki proseslər, kəşfiyyat və sondaj texnikası, qazma və çıxarma texnikası kimi metodlar tətbiq edilir.

2. Neft işlənməsi: Neftin rafineriyalarda işlənməsi, ayrışdırılması və təmizlənməsi üçün proseslər və texnologiyalar tətbiq edilir. Bu proseslər, neftin yanacaq maddələr, kimyəvi maddələr və digər neft məhsullarına çevrilməsini təmin edir.

3. Neft daşınması: Neftin hasilat və işlənmə bölgələrindən istehsalçılar, rafineriyalar və nəqliyyat vasitələri vasitəsilə müştərilərə çatdırılması üçün daşınma sistemləri və texnologiyaları tətbiq edilir. Bu, neftin boru kəmərləri, tankerlər, qazla işləyən kompressorlar və digər nəqliyyat vasitələri ilə hərəkət etməsini əhatə edir.

4. İdarəetmə və təhlükəsizlik: Neft sənayesində idarəetmə və təhlükəsizlik prosesləri, neft sahələrinin effektiv idarə olunması, texniki problemlərin həll edilməsi, işçi təhlükəsizliyi və çevrə təhlükəsizliyi ilə bağlı tədbirləri əhatə edir.

Bu metodoloji əsaslar, neft sənayesinin effektiv və təhlükəsiz şəkildə fəaliyyət göstərməsini təmin edir və neftin dünya iqtisadiyyatına təchizatının davamlılığını sağlayır.

Neft sənayesi, neftin hasilatı, işlənməsi, daşınması və satışı ilə məşğul olan bir sənaye sektorudur. Bu sektor, neftin enerji təminatı, yanacaq maddələrinin istehsalı, kimyəvi maddələrin və plastiklərin istehsalı, texniki və sənaye maddələrinin istehsalı və digər bir çox məhsul istehsalı ilə əlaqəlidir. Neft sənayesinin biznesin inkişafına təsiri çeşitli boyutlarda ola bilər. İlk olaraq, neft sənayesi enerji təminatının sağlanmasında kritik bir rol oynayır. Bir çox iş sektoru, enerjiyə olan bağımlılığından dolayı neft sənayesinə dayanır. Bu sektorlar arasında yanacaq maddələr, kimyəvi maddələr, plastiklər, texniki və sənaye maddələri istehsalı, transport və logistik, enerji istehsalı və digər bir çox sektorlar yer alır. Bununla birlikdə, neft sənayesi çevrəyə və insan sağlamlığına da təsir edə bilər. Neft hasilatı və işlənməsi prosesləri çevrədəki ekosistemi təsirləyə bilər və çevrədə zərərli tullantılar və təbii fədakarlıqlar yarada bilər. Bu, çevrə mühafizəsi və sürdürülməsi ilə bağlı ciddi məsələləri ortaya çıxara bilər.

Azərbaycanda neft, iqtisadiyyatın ən mühüm sektorlarından biridir. Nefti, Azərbaycanın milli büdcəsinə böyük investisiyalar gəlir gətirir və ölkənin ixracatının əsas hissəsini təşkil edir. Azərbaycanda neft və qaz yataqlarına ehtiyac var və bu resursları effektiv şəkildə istehsal edir, işləyir və ixrac edir. Neft sənayesi, Azərbaycanın iqtisadi inkişafına dəstək olur və bir çox iş imkanları yaradır. Bu, neft və qaz kimi enerji resurslarının istehsalı, işlənməsi, ixracı və başqa bağlı idarə

edilməsi fəaliyyəti bir çox şirkətlərin fəaliyyətini təmin edir. Neft sənayesinin qurulması, iş imkanlarının yaradılmasına da təkan verir.

Bu sektor, bir çox insan üçün iş yerləri yaradır və iş bazarında istihdamın artmasına kömək edir. Bu da sosial və iqtisadi inkişafa təsir edir.

Biznesin neft sənayesinə təsiri müxtəlif boyutlarda ola bilər. İş dünyası, neft sənayesinin inkişafından çox və ya dolayı olaraq faydalana bilər. Aşağıda, neft sənayesinin iş dünyasına olan təsirlərinin bir neçə nümunəsini təmin edir:

1. İstehsal və ixrac imkanları: Neft sənayesi, iş dünyasına geniş istehsal və istehsal imkanları təmin edir. Neft və qaz sektorunda fəaliyyət göstərən şirkətlər, neftin əldə edilməsi, işlənməsi, daşınması və ixracı ilə məşğul olmaq, bu potensial iş imkanları yaradır və böyümə potensialı yaradır.

2. Təchizatçılar və xidmət şirkətləri: Neft sənayesi, təchizatçıları və şirkətləri üçün böyük bir bazar təşkil edir. Bu şirkətlər, neft sənayesinin tələbatını qarşılayan məhsullar və xidmətləri təmin edir, bu sektorda fəaliyyət göstərir və bu da iş imkanları yaradır.

3. Enerji təhlükəsizliyi: Neft sənayesi, iş dünyasının enerji təhlükəsizliyini təmin etməkdə mühüm rol oynayır. Neft və qaz, bir çox iş sahələri üçün əsas enerji mənbəyidir, bu sektorun inkişafı, iş enerjisinin enerji təhlükəsizliyini təmin etməsinə kömək edir.

4. İnfrastruktur və lojistik: Neft sənayesi, infrastruktur və lojistik sektoruna təsir edir. Neft və qazın daşınması və ixracı üçün gərəkli olan boru kəmərləri, limanlar, depolar və digər infrastruktur layihələri, iş dünyasına yeni iş imkanları və təchizat tələb olunur.

5. Maliyyə və investisiyalar: Neft sənayesi, maliyyə və investisiya sektoruna da təsir edir. Bu sektor, böyük vəsaitlərdə

maliyyə resursları və investisiyaların artırılmasına imkan verir. Neft sənayesinin inkişafı, iş dünyasına yeni investisiya imkanları və maliyyələşmə modelləri təqdim edir.

Yelmar Məmmədov
Bakı Dövlət Universiteti
magistrant
yelmar.memmedov.555@gmail.com

HADISƏ TURİZMİNİN İNKİŞAFININ İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ TURİST AXINLARINA TƏSİRİ

Açar sözlər: hadisə, turizm, festival, bayram, turist
Keywords: *event, tourism, festival, holiday, tourist*

Hadisə tədbirləri şəhər və regionlara turistlərin və investorların cəlb olunması, turizm destinasiyasında turizmin inkişafı və rəqabətin artırılmasında istifadə olunan əsas elementlərdən biridir. Hadisələr müxtəlif yerli icmalar və şəxsi şirkətlər tərəfindən təşkil olunan və planlaşdırılan, həmçinin müxtəlif fəaliyyətlərdən ibarət olan xüsusi tədbirlərdir. Bundan əlavə, hadisələr potensial turistlərin cəlb olunma imkanı olan ərazilərdə təbii və digər turizm resurslarından istifadə etməklə planlaşdırılan turizm təklifinin xüsusi formasından biridir. Hadisələrin əsas xüsusiyyətləri ilə bağlı Getz onların sahib olmalı olduğu əsas xüsusiyyətləri aşağıdakı kimi qeyd edib (D. Getz 2012, 23):

- ildə bir dəfə baş verən bir faktın qeyd olunmasını əsas məqsəd kimi qəbul edərək ictimaiyyətə açıq olmaq;
- daha tez-tez, əvvəlcədən müəyyən edilmiş tarixlərdə keçirilməsi;
- mütəşəkkil fəaliyyət proqramına malik olması və turizm destinasiyasında keçirilməsi.

Hadisələrin kateqoriyalara bölünməsinin vacibliyini dərk edərək, Hall turizm hadisələrinin beş əsas struktur blokuna əsaslanaraq təsnifatını təqdim edir (C.M. Hall, 1989: 268): 1.

Dini və müqəddəs bayramlar; 2. Karnavallar və mədəni tədbirlər; 3. Kommersiya tədbirləri; 4. İdman yarışları; 5. Siyasi görüşlər. Getz müxtəlif növ hadisələrin spektrini daha da genişləndirir və onları (D. Getz 2012, 403): 1. Xüsusi; 2. “Hallmark”; 3. Meqa tədbirlər; 4. Festivallar, yarmarkalar və sərgilər; 5. Görüşlər və digər iş növləri; 6. Təhsil tədbirləri; 7. İdman tədbirləri; 8. İncəsənət tədbirləri. Dini hadisələr. Dini tədbirlərdə iştirak etmək üçün səyahətlər dünya miqyasında artmışdır. Hal-hazırda, müxtəlif növ dini bayramlar hər il həcc ziyarətləri, tacqoyma mərasimləri, abadlıq, ziyarətgahlar, məbədlər, kilsələr, ibadətqahlar və ya Pasxa bayramları ilə bağlı tədbirlər ətrafında artan sayda insanı cəlb edir. BMT-nin məlumatına görə, hər il 330 milyondan artıq insan dini turizmdə iştirak edir. Dünyada təxminən 25% insan bu hadisə tədbirlərindən istifadə edir. Qastronomik hadisələr. Qastro-nomik turizm, artıq turizm üzrə sürətlə inkişaf edən bir sahəyə çevrilir, çünki qida ilə əlaqəli fəaliyyətlər ziyarətçilərə təyinat yerində yeni və unikal dadma təcrübələri kimi cazibədarlıqlar təmin etməklə destinasiyalara dəyər qatır. Hall və Mitchell təklif edirlər ki, qastronomiya turizmi adətən qida istehsalçılarına, yemək festivallarına, restoranlara və dequstasiya təcrübəsinin səyahət üçün ilk səbəb olduğu xüsusi yerlərə səfərləri əhatə edir. Festivallar və musiqi tədbirləri. Getzin fikrincə, musiqi festivalları musiqili tematik şənliklər hesab edilə bilər. Bütün festivallarda izlənilə bilən unikal xüsusiyyət yoxdur, çünki onların hər biri öz əhatə dairəsi, xüsusiyyətləri, xeyriyyəçilik və ya kommersiya xarakterləri və məqsədləri və digər atributları əsasında fərqli yanaşma saxlaya bilər (Andersson, T. & Getz, D. 2008: 17). Buna baxmayaraq, onların əksəriyyəti qeyri-maddilik və dövrü xarakter, sabit uzunluq və hər təşkilində eyni məkan kimi bəzi ümumi xüsusiyyətlərə malikdir, lakin əsas məqsəd iştirak etməkdə

maraqlı olan müəyyən auditoriyaya yönləndirilməsidir. Mədəni tədbirlər. Mədəni tədbirlərdə mədəniyyət və məkan arasında mühüm və güclü əlaqə vardır. Bu tip tədbirlərdə memarlıq irsi və mədəniyyət obyektləri yaxşı işlənmiş və diqqətli tanıtım kampaniyalarından istifadə etməklə turistləri cəlb etmək məqsədi daşıyan turizm strategiyalarının hazırlanmasında istifadə olunan əsas komponentlərdir. 2019-cu ildə Avropa İttifaqında 16 yaş və daha yuxarı yaşa malik olan əhalinin 62.6 %-i mədəni tədbirlərdə iştirak etmişdir, bu mədəni tədbirlərə konsertlər, teatrlar, açıq havada təşkil olunan mədəni tədbirlər, muzeylər, incəsənət qalereyalarında təşkil olunan sərgilər aid edilir. İdman tədbirləri. İdman turizmi tədbirlərinə ev sahibliyi etmək turistlərin xərclərinə görə əraziyə iqtisadi fayda gətirir. Ziyarətçiləri cəlb etmək, medianın diqqətini cəlb etmək və iqtisadi təsir imkanlarına görə bu, həm fərdi, həm də kollektiv idman növləri baxımından sürətlə böyüyən segmentdir. 2019-cu ildə idman tədbirlərində 179 milyon turist iştirak edib. Pandemiyadan sonra idman tədbirləri ilə bağlı turist sayı yenidən artmağa başlamış və 2022-ci ildə 175 milyon təşkil etmişdir. Meqa hadisələr. Meqa hadisələr qısamüddətli, lakin müxtəlif növ uzunmüddətli nəticələri olan və çoxlu sayda beynəlxalq turisti cəlb edən hadisələr kimi müəyyən edilə bilər. Bu tip hadisələrin ölçüsü və xüsusi xarakteri bir şəhərin və ya bölgənin, hətta bir ölkənin bütün iqtisadiyyatını üstələyir. Bu kateqoriyaya Olimpiya Oyunları, Dünya Kuboku, Açıq Tennis, Universal Sərgilər və ya bəzi Karnavallar kimi böyük təsirə malik tədbirlər daxil edilə bilər.

Ədəbiyyat

1. Andersson, T. & Getz, D. (2008). Sustainable Festivals: on becoming an institution, *Event Management*, 12, pp.1-17.

2. Hall, C.M. (1989). The definition and analysis of hallmark tourist events *GeoJournal*, 19 (3), pp. 263-268.
3. Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research *Tourism Management*, 29, pp. 403-42.
4. Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (2nd ed.), Routledge, Abingdon, p. 23.

Günel Aslanova
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
gunelaslan001@gmail.com

ŞƏKİ-ZAQATALA İQTİSADI RAYONUNDA TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Açar sözlər: turizmin inkişaf perspektivləri, turizm layihələri, tarixi abidələr

Keywords: developmental prospects of tourism, tourism project, historical monuments

Məqalədə Şəki-Zaqatala iqtisadi rayon ərazisini əhatə edən mədəni və tarixi abidələr haqqında məlumat verilmişdir. Turizmin inkişafı yönündə həyata keçirilən təşkilati və əməli tədbirlərin həyata keçirilməsindən bəhs edir.

Azərbaycan Respublikasının zəngin bölgələrindən sayılan Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu Balakən, Qax, Qəbələ, Oğuz, Zaqatala, Şəki inzibati rayonlarının ərazisini əhatə etməklə Azərbaycanın şimal-qərbində - Böyük Qafqaz dağlarının cənub yamacında yerləşir. Rayon ərazisində mövcud olan tarixi və mədəniyyət abidələri qorunaraq dövrümüzdə gəlib çıxmışdır. Bu abidələrdən “Şeyx Bədrəddin” türbəsini, “Şeyx Mansur” türbəsini, Yaloylu təpə adlandırılan ərazidəki abidələri misal göstərmək olar. Rayon mərkəzindən on beş kilometr aralıda, Corlu çay ilə Qaraçay arasında yerləşən tarixi Qəbələ xarabalıqları, bu əraziyə ekskursiya zamanı turistlərin diqqətini çəkir. Turistlər qalalarda dövrümüzdə gəlib çatmış qədim divarları və müxtəlif tarixi izləri görə bilirlər.

Azərbaycanın qədim mədəniyyət məskənlərindən olan Şəki qədim zamanlardan bəri Respublikanın önəmli turizm

mərkəzlərindən biri olmuşdur. Öz tarixiliyi, qədimliyi ilə seçilən Şəkidə tarixi, mədəni, atçılıq və s. turizm növləri geniş yayılmışdır. Şəkidə turizmin daha da inkişaf etdirilməsi, bura daha çox turist cəlb edilməsi üçün bir sıra tədbirlər görülür. Məhz bu məqsədlə turizm sahəsi üzrə bir sıra qanunlar, sərəncamlar qəbul edilmişdir. Rayondakı tarixi-mədəniyyət abidələri, Kiş kəndindəki qədim alban məbədi, orta əsrlərə aid karvansaralar, Şəki xanlarının sarayı, bacarıqlı ustaların sənət əsərləri sərgilənən “Sənət evi”, bu baxımdan turistlər üçün cəlbedici məkanlardır. Şəkiyə ayaq basan istər yerli, istərsə də əcnəbi qonaqların ziyarət etdikləri ilk məkan Şəki xanlarının yay sarayıdır. Bu memarlıq incisi Azərbaycanda ilk müstəqil xanlığın əsasını qoyan Hacı Çələbi xanın nəvəsi Hüseyn xanın dövründə tikilib.

Azərbaycanın əsas turizm şəhərlərindən olan Şəkidə turizmin inkişafı yönündə təşkilati və əməli tədbirlər həyata keçirilir. Azərbaycanın qədim mədəniyyət mərkəzlərindən olan Şəki şəhərində son illər turizm sahəsinin inkişafı ilə bağlı mühüm layihələr həyata keçirilib.

Aşağı Karvansara kompleksi, Şəki Xanlarının evi bərpa olunub, müasir tələblərə uyğun, “Şəki Saray”, “Şəki Palace”, “Yaffle Inn” mehmanxanaları, Şəki park istirahət mərkəzi, Marxal istirahət kompleksi inşa edilib. Şəhərdə mütəmadi olaraq keçirilən “İpək Yolu” musiqi festivalı, eləcə də şirniyyat, teatr, zərb alətləri festivalı xalqımızın mədəni irsinin qorunub saxlanmasında və təbliğində, eyni zamanda şəhərin turizm imkanlarının daha da artmasında və bu bölgənin beynəlxalq səviyyədə tanınmasında böyük rol oynayır.

Prezident İlham Əliyev 2017-ci il sentyabrın 27-də “Şəki rayonunun Kiş kəndində abadlıq quruculuq işləri aparılmasına dair tədbirlər haqqında” sərəncam imzalayıb. “Kiş Alban məbədinə” aparən dairəvi avtomobil yolunun tikintisi və yol

boyu ərazinin abadlaşdırılmasını nəzərdə tutan sərəncam Şəki rayonunun mövcud turizm potensialından istifadə imkanlarının genişləndirilməsi məqsədi daşıyır.

Turizm infrastrukturunda əsas sahələrdən biri də yollardır. Şəkidə turizm obyektlərinə, xüsusilə də beynəlxalq turizm marşrutuna daxil olan tarix və mədəniyyət abidələrinə aparan yollar vaxtaşırı təmir olunur. Bundan əlavə, şəhərin müvafiq küçə, meydan və xiyabanlarında turizm obyektlərinin ünvanı və onlar haqqında qeyd edilən xüsusi lövhələr vurulur. Cari ilin yaz-yay turizm mövsümündə bir sıra yeniliklər də tətbiq edilib. Məsələn, şəhərin Yuxarıbaş tarix Memarlıq Qoruğu ərazisində atla gəzintilər və bədii özfəaliyyət kollektivlərinin konsertləri təşkil olunub.

Şəkidə turizmin daha sürətlə inkişaf etdirilməsi məqsədilə verilən qərarlar, sərəncamlar əsasında həyata keçirilən işlər nəticəsində rayonun turizmi ildən-ilə daha çox inkişaf edir və bu zona dünyanın fərqli yerlərindən turistlərin diqqətini çəkir. Artıq bu gün Şəkidə turistlərin istifadə etməsi üçün verilən keyli sayda istirahət və əyləncə mərkəzləri, mehmanxana, otellər inşa edilmişdir. Rayonda ümumilikdə təxminən 14-dən çox əyləncə və istirahət mərkəzi, otel, mehmanxana tipli müəssisə var.

Bölgədə həmçinin digər turizm növləri, atçılıq, dağ və ovçuluq turizminin inkişafı üçün yeni layihələr hazırlanmada və inkişaf etməkdədir. Şəkinin Daşüz kəndində Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin tərkibində Respublika üzrə Atçılıq Turizm Mərkəzi yerləşir. Burada müəyyən sayda cinsi arəb qaçağanları, Almaniyanın trakenen cins atları və s. olmaqla cəmi 45 at əhliləşdirilir. Bu baxımdan digər bölgələrdən at sürmək üçün Şəkiyə çoxlu sayda insan gəlir.

Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu, son illərdə turizmin sahəsində ciddi inkişaf potensialına malik olmuşdur. Şəki-Zaqatala

iqtisadi rayonu, təbiətinin gözəlliyi ilə diqqət çəkir. Gözəl dağ mənzərələri, şlalələr, meşələri ilə təbiət sevənlərin marağını cəlb edir. Bu ərazidə trekking, dağçılıq kimi fəaliyyətlərin inkişafı turistlərin bölgəyə marağını artırır.

Əlavə olaraq Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu, zəngin tarixi və mədəni irsə malikdir. Şəki şəhəri, UNESCO Dünya İrs siyahısında olan tarixi evləri, karvansarayları və məscidləri ilə məşhurdur. Zaqatala isə tarixi körpüləri və qalası ilə diqqət çəkir. Bu tarixi və mədəni dəyərlərin qorunması və tanınması bölgənin turizm potensialını daha da artırır.

Turizmin infrastrukturunun inkişafı da Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonunda turizmi gücləndirəcək əhəmiyyətli bir addımdır. Yüksək keyfiyyətli otellərin, restoranların və turizm xidmətlərinin artırılması turizmin inkişafına təsir edir.

Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu turizm sektorunun inkişafı üçün yerli iş birlikləri və turizm şirkətləri ilə əməkdaşlığın gücləndirilməsi önəmlidir. Turizm təşviqatı və reklam kompaniyaları vasitəsi ilə Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonunun turistik atraksiyaları və imkanlarını dünya miqyasında daha geniş bir kütləyə çatdırmaq mümkündür.

Xanlar Mustafayev
Bakı Dövlət Universiteti
magistrant
xanlar.mustafayev.01@mail.ru

TURİZM MƏHSULLARININ CƏLBEDİCİLİK AMİLLƏRİ VƏ MARKETİNG İŞİNİN TƏŞKİLİ

***Açar sözlər:** marketing anlayışı, turizm məhsulları, cəlbəcilik amilləri, turist destinasiyaları, marketing strategiyası*

***Keywords:** marketing concept, tourism products, attraction factors, tourist destinations, marketing strategy*

Marketing dünyə bazarında məşhur olan müxtəlif kateqoriyalı məhsullar (xidmətlər) istehsal edən müəssisələrin daha səmərəli istehsal prosesinin həyata keçirilməsində mühüm amildir. Turizmdə marketingin məzmunu dedikdə turizmin müxtəlif fəaliyyət sahələrinin idarə edilməsi, daha yüksək mənfəət əldə etmək üçün daha keyfiyyətli məhsulların istehsal edilməsinin təmin edilməsi və bu prosesin düzgün şəkildə həyata keçirilməsi üçün beynəlxalq turizm bazarında baş verən hadisələrin nəzərə alınması kimi başa düşülür (Grashchenkova, 2012: 45).

Ümumdünya Turizm Təşkilatı turizm marketingi üçün 3 əsas funksiya müəyyən etmişdir və bunlara: istehlakçılarla əlaqə yaratmaq, onlara nəzarət etmək və inkişafını təmin etmək aiddir. İlk funksiyanın həyata keçirilməsində əsas məqsəd istehlakçıları müəssisənin hazırladığı məhsulların dünyə standartlarına tam cavab verdiyinə razı salmaqdır. Digər bir funksiya olan inkişaf funksiyası isə mövcud müştərilərin daha çox pul xərcləməsi və yeni müştərilərin cəlb edilməsi üçün

mövcud xidmətlərin müəssisənin hazırladığı yeniliklərdən istifadə edərək yaxşılaşdırılması. Son funksiya olan nəzarət funksiyası isə turizm bazarında baş verən proseslərin nəticələrinin təhlil edilməsinə əhəmiyyət verir (Rüstəmov, 2020: 224).

Böyük Sədd Rifi Avstraliyada yerləşən və yer üzərində olan ən böyük canlı orqanizmdir. Dünyanın təbii yeddi möcüzəsindən biri olan Böyük Sədd Rifi sahəsi 344,400 kvadrat kilometr olub, demək olar ki, Yaponiya və İtaliya ilə eyni ölçüdədir.

Böyük Sədd Rifinin turizm destinasiyası kimi məşhur olmasının bir neçə səbəbi vardır, bunlardan birincisi balıq və digər dəniz canlılarının rəngarəngliyidir. 600-dən çox növə malik olan yumşaq və sərt mərcan, 100-dən çox meduza, 133 növ köpəkbalığı və dəniz şeytanı, 30-dan çox növə malik olan balina və delfin və sonda 1625 balıq növünə malik olaq Böyük Sədd Rifi 2900 fərdi mərcan rifindən ibarətdir və bu göstərici dünya balıq ehtiyatının 10%-ini təşkil edir (Coghlan, 2011: 169).

Digər bir turist cəlb edən amil isə burada olan tropik adalardır. Tropik adalar turistlərin istirahət üçün əsas turist destinasiyalarından birinə çevrilmişdir və bu adalar arasında ən məşhurları isə Fitzroy, Hayman və Heron adasıdır.

Böyük Sədd Rifi turizm destinasiyası, həm də öz su idman xidmətlərinə görə də seçilir və bunlardan biri də şnorkellə okeanın dərinliklərinə səyahət etməkdir. Böyük Sədd Rifi dünyanın ən məşhur dalğıcı və şnirke yerlərindən biridir və hər yaş və qabiliyyətə xidmət etmək üçün çoxlu sayda turizm firmaları fəaliyyət göstərir.

Digər bir cəlbedici amil isə balinaları izləməkdir. Böyük Sədd Rifi dünya üzrə yer alan balina və delfin növlərinin 35%-ə ev sahibliyi edir. Turistlər tərəfindən ən çox görünənlər isə

cırtıdan minke balinaları, şüşəburun delfinlər və donqar balinalardır.

Sırada isə turizm destinasiyasını gözoşxayan Whitehaven çimərliyi vardır. Bu çimərlik Whitsunday adasında yerləşən və təmizliyinə görə mükafat alan çimərlikdir. Onu bir çox digər çimərliklərdən fərqləndirən cəhət yüksək temperaturda belə qumun ilıq qalmasıdır.

Turizm destinasiyasının əsas hissələrindən biri olan Daintree yağış meşəsini dünya irs siyahısına daxil edilmişdir. Hər il müxtəlif ölkələrdən bu meşələrə hiking məqsədi ilə turist axnını müşahidə olunur.

Bu destinasiyaların əsas tanıtılma yolu beynəlxalq yarışlara ev sahibliyi etməsidir. Bura da olan bir çox turizm təşkilatları müxtəlif idman tədbirlərinin burada keçirilməsi onların beynəlxalq səviyyədə yayımlanması turistlərin bura əsas cəlb edilmə yoludur. Digər bir marketing strategiyası isə Avstraliyada olan peşəkar idman klublarına ev sahibliyi etməsidir və məhz bunun vasitəsi ilə Böyük Sədd Rifi tətillik paketlərinin atılmasına nail olur (Coghlan, 2011: 175).

Cəlbediciliyə görə seçilən destinasiyalardan danışanda Maçu Piççuya toxunmamaq qeyri-mümkündür. Bu ərazidən danışdıqda ağıla ilk gələn İndiana Cons filmidir. Bəli, ərazi tarixi xüsusiyyətlərinə və öz təbii gözoşxayan mənzərələrinə görə seçilsə də, bu filmin bu ərazidə çəkilməyi ərazi haqda insanlarda daha geniş həcmli təəssüratın yaranmasına səbəb olmuşdur.

İnkaların qədim yaşayış məskəni olan Maçu Piççu təbii ehtiyatların üstünlük təşkil etdiyi bir destinasiyadır. Bu macərə dolu səyahət Kusko hava limanından etibarən başlayır. Kusko şəhəri UNESKO-nun dünya irs siyahısına daxil edilmişdir. Hər il buranı 2 milyona yaxın turist ziyarət edir. Daha çox

ekskursiya məqsədi ilə gələn turistlər Ataud, Siete Culebras və Arpis kimi tarixi küçələrə getməyə üstünlük verirlər.

Maçu Piççunun marketinq strategiyası “ConsutingPress” turizm firmasının hazırladığı strategiya əsasında həyata keçirilir. Bu firmanın hazırladığı marketinq strategiyası 2016-cı il may ayında başlamış və avqustda bitmişdir. Bu strategiya mövcud turizm yerlərinin qiymətləndirilməsi, turizm planlaşdırılmasının həyata keçirilməsi və yeni turistik məkanların inkişaf etdirilməsindən ibarətdir. Nəticədə, burada olan, əsasən də ətraf regionlarda turist evlərinin sayında 35%-ə qədər yüksəliş müşahidə olunmuşdur. Bu firmanın fəaliyyətlərinə isə bunlar daxildir:

- texniki-iqtisadi avadanlıqlardan buranın turizm bölgələrində daha geniş miqyasda istifadə edilməsi;

- turistlərin sayının və mövcud turizm məhsullarının keyfiyyətinin artırılması və bu işin düzgün şəkildə həyata keçirilməsi üçün qiymətləndirmə strategiyasının tətbiq edilməsi;

- yeni turizm brendlərinin yaradılması və yeni layihələrin təmin edilməsi (Carlson, 2012: 7).

Nəticə etibarlı ilə bunu söyləmək olar ki, cəlbəedicilik amili turizm sektorunun özü kimi çoxsahəlidir. Bunun əsas səbəblərindən biri də müxtəlif turist destinasiyalarında müxtəlif turizm məhsullarına maraq olmasıdır. Turist destinasiyalarındakı cəlbəedici xüsusiyyətlərin üzə çıxarılması isə birbaşa marketinq strategiyasından asılıdır. Bir çox turist destinasiyalarında standart marketinq üsullarından istifadə olunması müşahidə olunsada, bəzi turist destinasiyaları yeniliklərlə bu strategiyanın təkmilləşdirilməsində mühüm işlər görməkdədir.

Ədəbiyyat

1. Grashchenkova, T.M., Drobysheskaya, O.N. (2012). Marketing v turizme. Vitebsk: VGU imeni P.M. Masherova, 45 s.
2. Rüstəmovə, S. və b. (2020). Turizmin marketinqi və menecmenti. Bakı: “Elm və təhsil”, 224 s.
3. Coghlan, A. (2011). Successful Interpretation in Great Barrier Reef Tourism: Dive in or Keep Out of it? // Tourism in Marine Environments, No 7(3/4). Putnam Valley: p.167-178.
Doi: 10.3727/154427311X13195453162813
4. Carlson, B. (2012). Impacts of Infrastructure Related to Tourism on Machu Picchu // Geography and the environment capstone projects, Richmond: p. 0-10.

Cabir Fərzəlizadə
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
cabirfərzəlizadə@gmail.com

YERLİ ÖZÜNÜ İDARƏETMƏNİN TƏŞKİLİ PRİNSİPLƏRİ

Açar sözlər: yerli idarəetmə, prinsiplər, xarici təcrübə, müstəqillik

Keywords: local administration, principles, foreign experience, independence

Müasir xarici ölkələrdə yerli idarəetmə uzun, mahiyyət etibarilə təkamül inkişafı nəticəsində inkişaf etmiş yerli idarəetmənin mərkəzləşdirilmiş bir təşkilati sistemidir. Mərkəzi dövlətlərin yaranması ictimai hakimiyyətin dövlətlərə və bələdiyyələrə bölünməsinə səbəb oldu. Dövlət işlərinin effektiv idarə olunmasına müxtəlif səviyyəli dövlət hakimiyyətinin qarşılıqlı əlaqəsi əsasında nail olunur.

Müxtəlif ölkələrdə ictimaiyyətlə əlaqələrdə birpilləli qrupların inkişafını nəzərə alaraq, onları Rusiya Federasiyasındakı mövcud vəziyyətlə müqayisə edərək, müxtəlif yerli özünüidarə modellərinin özünəməxsus xüsusiyyətlərini tanımaqla yanaşı, bir sıra universal humanitar, ümumi humanitar yardımın ümumi modellərini də açıqlamaq əhəmiyyətlidir.

Hər şeydən əvvəl, demokratiya ideyasının populyar tətbiqinin beynəlxalq tarixi təcrübəsi iki dialektik ziddiyyət-özünüidarə (yerli, regional) və dövlətçilik arasında daima tarazlıq axtarışına şahidlik edir.

Mərkəzçiliyə və onun yaratdığı dövlət bürokratiyasına qarşı mübarizə indi keçmişdə qaldı. Mərkəzləşdirilmiş hiper

tənzimlənən gücün əleyhdarları bir məsələdə həmrəylik nümayiş etdirən fərqli inanclara, istiqamətlərə sahib insanlardır: mərkəziyyətin yaratdığı fenomenlərə mənfi münasibət bəsləyirlər-sözdə yeganə rəşional qüvvə “seçilmişlərin” gücüdür. Milli səviyyədə və faktiki inzibati funksiyalar mexaniki tətbiqi nəzərdə tutur və vətəndaşların aktiv həyat mövqeyini təmin etmək üçün şəraitin yaradılmasını dəstəkləyir.

Amerika təcrübəsini əldə edənlərin dövlət quruluşu onu əks etdirmir, əksinə, Amerika demokratiyasının hazırki vəziyyətini böhran olaraq qiymətləndirir.

Böhranın səbəbi məhz ondadır ki, köhnə günlərin əksinə olaraq, insanlar mərkəzi hökumətə və federal qanunlara, onlardan daha ağıllı birinin problemlərini həll edəcəyi “yuxarıda” çox etibar etməyə başlayırlar. Bu, dövlətin avtokratlar və ya xalq tərəfindən seçilmiş hökmdarlar tərəfindən idarə olunmasından asılı olmayaraq demokratiya və azadlıq üçün ciddi bir təhdiddir.

Müxtəlif ölkələrdə yerli özünüidarəetmənin formalaşmasını və inkişafını təmsil edən başlanğıc nöqtələrindəki ciddi fərqlərə baxmayaraq, yerli özünüidarə təşkilat sistemlərini birləşdirən və ümumi inkişaf qanunlarına şahidlik edən bir çox ümumi cəhəti var.

Bunlar aşağıdakılardır:

1) mərkəzləşdirilməmiş meyillərin çoxşaxəli inkişafı, inzibati mərkəzləşməni məhdudlaşdırmaq istəyi (inqilabi transformasiyalar dövrü);

2) ciddi inzibati mərkəzləşməyə keçid, icra orqanlarının aydın, ciddi şəkildə təşkil olunmuş inzibati iyerarxiyasının yaradılması;

3) yerli idarəetmə orqanlarında mərkəzləşmiş və mərkəzləşdirilməmiş meyillər arasında müəyyən bir tarazlığın yaradılması;

4) bürokratik mərkəzləşmənin gücləndirilməsi ilə əlaqədar olaraq yerli idarəetmənin yenidən təşkili və modernləşdirilməsi səyləri;

5) mərkəzsizləşdirmədən keçid (yerli idarəetmə orqanlarının funksiyaları və səlahiyyətlərinin genişləndirilməsi və nəticədə mərkəzi dövlət orqanlarının səlahiyyətlərinin məhdudlaşdırılması kimi başa düşülür) (mərkəzləşdirilmiş dövlət orqanlarının mərkəzləşdirilmiş sistemlərində qərar qəbul etmə səlahiyyətlərini hökumətin aşağı səviyyələrinə ötürmək).

Müasir Qərb demokratiyalarında dövlət hakimiyyətinin konstitusiyaya mexanizminin nisbətən təcrid olunmuş hissəsi olan yerli özünüidarəetmə aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

1. Təmsilçilik prinsiplərinə əsaslanır;
2. Yerli xarakterli məsələlərdə dövlət orqanlarından asılı deyildir;
3. Qanunun müddəaları ilə məhdudlaşır;
4. Müstəqil mülkiyyətə və öz gəlir mənbələrinə malikdir;
5. Yerli özünüidarə orqanlarının formalaşması dövlət himayəsi olmadan baş verir.

Müasir dövlət alimləri, yerli özünüidarəetmənin kökü 19-cu əsrin bələdiyyə islahatlarından qaynaqlandığı ilə razılaşırlar;

Eyni zamanda ortaqlıqlar, birliklər, azad şəhərlər kimi orta əsr fikirlərinin davamlılığına diqqət çəkirlər. Yerli nümayəndə orqanlarının meydana çıxması feodal formasıyadan kapitalizmə keçid prosesləri ilə əlaqələndirilir. İnkişafının ilk mərhələsində yerli idarəetmə mərkəzi hökumət ilə münasibətlərdə güclü muxtariyyət ilə xarakterizə olunurdu.

Kontinental model isə bu xüsusiyyətlərlə seçilir:

- ✓ Dövlət idarəsi və yerli idarəetmənin birləşməsi;
- ✓ Yerlərdə ciddi inzibati nəzarət sistemi;
- ✓ Müxtəlif səviyyəli dövlət orqanları arasında bürokratik sədaqət;

Mərkəzi hökumətin inzibati təsiri üçün geniş imkanlar dedikdə: yerli özünüidarə orqanlarının qərarları, ləğv olunma ehtimalı ilə qəbul edilmiş qərarlar, yerli idarəetmə orqanlarının müvəqqəti dayandırılması və nəzərdən keçirilməsi, dəyişdirilməsi, geri çağırılması, istefası, bağlanması və s. nəzərdə tutulur.

Qəzənfər Zamanov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
qezenferzamanov1998@gmail.com

MÜƏSSİSƏNİN MALİYYƏ NƏTİCƏLƏRİNİN UÇOTUNUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Açar sözlər: mühasibat uçotu, vergi, mənfəət, qanun, dövlət
Keywords: *accounting, tax, benefit, law, government*

Müəssisənin rentabelliyi, yəni gəlirli olub-olmaması, hesabat dövrü ərzində həyata keçirilən istehsalat və maliyyə fəaliyyətinin sonucunda əldə edilən maliyyə göstəriciləri ilə ölçülür. Bu göstəricilər, müəssisənin qazanc və ya zərər etməsi ilə əlaqədardır. Maliyyə nəticələri, Azərbaycan Respublikasının “Mühasibat uçotu haqqında” qanununun müddəalarına uyğun olaraq, hesabat dövrü boyunca aparılan bütün əməliyyatlar və mühasibat uçotu maddələrinin sonucları əsasında hesablanır. Bu, müəssisənin maliyyə performansını dəyərləndirmək və gələcək qərarlar üçün mühüm məlumatlar təmin etmək üçün vacib bir prosedurdur.

Maliyyə nəticələrinin uçotu hər hansı bir müəssisənin maliyyə fəaliyyətinin təşkili və idarə edilməsi üçün əsas prosesi təşkil edir. Bu, maliyyə məlumatlarının toplanmasını, təhlilini, təsdiqini və hesabatını əhatə edir. Xidmət müəssisələri öz fəaliyyətlərinin maliyyə səmərəliliyini təmin etmək üçün bu prosesi həyata keçirirlər.

Müasir Azərbaycanın mənfəət vergisi qanunlarına əsasən, mənfəət vergisi üç əsas komponentdən ibarətdir: mənfəət vergisi, korporativ mənfəət vergisi və ənənəvi mənfəət vergisi. Korporativ gəlir vergisi şirkətlərin, o cümlədən xidmət sek-

torunda fəaliyyət göstərən şirkətlərin əldə etdiyi mənfəətdən tutulur.

Maliyyə nəticələri gəlir və məxaric dərəcələrinin, maliyyə səmərəliliyinin və rentabelliyn ölçülməsi üçün mühüm məlumat mənbəyi kimi xidmət edir.

Maliyyə uçotu müəssisənin maliyyə nəticələrini və maliyyə məlumatlarını toplamaq, təhlil etmək, qeyd etmək və hesabat vermək prosesini əhatə edir. Aşağıdakı təlimatlar maliyyə uçotunun necə aparılmalı olduğuna dair ümumi məlumat verir.

Maliyyə uçotunun aparılması prinsipləri geniş mənalı olub, maliyyə uçotunun bütün tərəflərini əhatə edir. Aşağıda maliyyə uçotunun aparılması prinsipləri təqdim edilmişdir:

1. Müştərək ölçü prinsipi: Bu prinsip, maliyyə məlumatlarının dəyərləndirilməsində və təhlilində eyni ölçü vahidinin istifadə olunmasını tələb edir. Bu, maliyyə məlumatlarının müqayisəli və konsistent olmasını təmin edir.

2. Davamlılıq prinsipi: Davamlılıq prinsipi, müəssisənin maliyyə uçot metodlarının və prosedurlarının zamanla dəyişməməsini tələb edir. Bu prinsip, maliyyə məlumatlarının müqayisəli və dəqiqliyini təmin edir.

3. Dəqiqlik prinsipi: Dəqiqlik prinsipi, maliyyə məlumatlarının dəqiq və tam olmasını tələb edir. Bu prinsip, maliyyə uçotunun effektivliyini və dəqiqliyini təmin edir.

4. Obyektivlik prinsipi: Obyektivlik prinsipi, maliyyə məlumatlarının tərəfsiz və obyektiv olmasını tələb edir. Bu prinsip, maliyyə məlumatlarının dəqiqliyini və maliyyə uçotunun effektivliyini təmin edir.

5. Əhəmiyyət prinsipi: Əhəmiyyət prinsipi, maliyyə məlumatlarının müəssisənin maliyyə nəticələrinin təhlilində və dəyərləndirilməsində əhəmiyyətli olmasını tələb edir. Bu prinsip, maliyyə məlumatlarının relevansını və əhəmiyyətini təmin edir.

Auditorlar tərəfindən auditin planlaşdırılması prosesində bir çox əsas amillər nəzərə alınır. Bu prosesin məqsədi, auditorun müştəri ilə bağlı məlumatları toplamaq və audit üçün ən effektiv yanaşmanı təyin etmək üçün hərəkət planı hazırlamağıdır.

Xidmət şirkətləri maliyyə nəticələrini qiymətləndirmək və vergi ödənişlərini hesablamaq üçün müxtəlif mühasibat metodlarından istifadə edirlər. Bu, müəssisənin gəlirlərinin, xərclərinin, vergi öhdəliklərinin və ödənişlərinin müəyyən edilməsini əhatə edir.

Maliyyə nəticələri gəlir və məxaric dərəcələrinin, maliyyə səmərəliliyinin və rentabelliyin ölçülməsi üçün mühüm məlumat mənbəyi kimi xidmət edir.

Hazırda xidmət müəssisələri üçün maliyyə uçotu müxtəlif prosesləri və standartları özündə birləşdirən mürəkkəb sistem təşkil edir. Bu sistem şirkətin əməliyyatlarının bütün aspektlərini əhatə edən maliyyə məlumatlarının toplanması, təhlili və təqdim edilməsini nəzərdə tutur. Bu, maliyyə nəticələrini idarə etmək və gəlirliliyi artırmaq üçün vacib bir prosesdir.

Azərbaycanda vergi qanunvericiliyində və maliyyə uçotu standartlarında son dəyişikliklər maliyyə uçotuna yeni yanaşmaların qəbulunu zəruri edir. Bu dəyişikliklər xidmət müəssisələrinin maliyyə nəticələrinin uçotunda yeni problemlər yaratmış, mühasibat uçotu təcrübəsinin təkmilləşdirilməsi və optimallaşdırılması üçün innovativ metodların araşdırılmasına təkan vermişdir.

Bu cür təkmilləşdirmələr maliyyə uçotunun səmərəliliyini artırmaq, dəqiq vergi ödənişlərini təmin etmək və maliyyə nəticələrinin dəqiqliyini artırmaq üçün zəruridir. Maliyyə uçotu xidmət müəssisələri üçün gəlir vergisi ödənişlərini idarə etmək, vergi öhdəliklərini azaltmaq və maliyyə səmərəliliyini artırmaq üçün mühüm alət kimi xidmət edir.

Nəticə etibarilə, xidmət müəssisələrində maliyyə nəticələrinin uçotunun mövcud vəziyyəti müxtəlif çətinliklər yaradır, eyni zamanda müəssisənin maliyyə nəticələrini idarə etmək və optimallaşdırmaq üçün əhəmiyyətli imkanlar təqdim edir.

Pınar Şükürova
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
Pinarsukurova@mail.ru

BƏLƏDİYYƏ İDARƏÇİLİYİNİN SƏMƏRƏLİ TƏŞKİLİNDƏ İNFORMASIYA KOMMUNUKASIYA TEKNOLOGİYALARININ ROLU

***Açar sözlər:** informasiya, kommunikasiya, texnologiya, proqram təminatı, bələdiyyə*

***Keywords:** information, communication, technology, software, municipality*

“İnformasiya əsri”, “kommunikasiya” və “informasiya cəmiyyəti” anlayışları yaşadığımız dövrün və cəmiyyətin ən çox yayılmış ifadələrindəndir. Bunun səbəbi, şübhəsiz ki, müasir dünyada informasiya texnologiyalarının inkişafının yüksək dərəcədə olan sürəti və təsiridir. İnformasiya texnologiyaları məlumatın toplanması, işlənməsi, saxlanması və ötürülməsini təmin edən texnologiyalara aiddir. Bu texnologiyalar XX əsrin ikinci yarısından etibarən baş verən inkişafı rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün ölkələrin və şirkətlərin istifadə etdiyi ən mühüm vasitələr sırasında olmuşdur. İnformasiya texnologiyaları məhsullarının məhsuldarlığının artması və texnologiyanın ucuzlaşması ilə istifadəçilərin sayı artmış, kompyuterin geniş vüsət alması və şəxsi istifadə üçün yararlı olması aparat, proqram təminatı və məzmun sahələrinin sürətli inkişafına səbəb olmuşdur. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları siyasi sahədə hesabatlılığın təmin edilməsi, əsas xidmətlərin göstərilməsinin təkmilləşdirilməsi və yerli inkişaf imkanlarının artırılması baxımından

da əhəmiyyətlidir. İnformasiya texnologiyaları sahəsindəki inkişafın dəyişiklik və transformasiya bütün təşkilatı strukturlarda öz yeniliyini ortaya qoyub.

İnformasiya texnologiyalarının inkişafı və cəmiyyətdə demokratiya mədəniyyətinin yüksəlməsi ilə; məxfiliyi, sənədləşməni, ağır bürokratik prosesləri, birtərəfli ünsiyyəti, səmərəlilik və məhsuldarlıqdan uzaq xidməti, dövlət yönümlü idarəetməni təmsil edən klassik dövlət anlayışı da onu şəffaflıq, iştirak, ictimaiyyətə səmərəlilik, qanunlara riayət, hesabatlılıq və dövlət qulluğu (yerlilik), yaxınlıq ilə əvəz etmişdir, müasir dövlət anlayışı qarşısında məsuliyyətli olmağı, bir sözlə, idarəetməni tərk etməyə başlamışdır. Bu müsbət proses, şübhəsiz ki, yerli özünüidarəetmə orqanlarında və xüsusən də bələdiyyələrdə özünü göstərmişdir.

Bələdiyyə idarəetmə sistemində xalqa ən yaxın ictimai təşkilat kimi yerli özünüidarəetmə orqanlarının böyük əhəmiyyəti var. Onların ictimaiyyətə yaxınlığı onlara ehtiyac və gözləntilərin müəyyən edilməsində və ən uyğun həllərin işlənilməsi, hazırlanmasında və həyata keçirilməsində böyük üstünlüklər verir. Yerli idarəetmənin bir növü olan bələdiyyələr şəhər əhalisinin yerli tələbatının ödənilməsinə cavabdeh olan, qərar qəbul etmə orqanları seçki yolu ilə müəyyən edilən, inzibati və maliyyə muxtariyyətinə malik olan publik hüquqi şəxslərdir. Əhalinin təxminən 83,5%-nə yerli xidmət göstərən bələdiyyələrin imkanlarının məhdud olmasına baxmayaraq, qanunla onlara həvalə edilmiş bir çox vəzifələr var. Qanunlar və şəhər əhalisi (vətəndaşlar) bu idarələrdən xarici təhlükəsizlik, diplomatiya və ədalət kimi mərkəzi hökumətə xas olanlar istisna olmaqla, demək olar ki, hər bir sahədə effektiv və səmərəli dövlət xidmətləri göstərməyi gözləyirlər. Bundan əlavə, demokratik mədəniyyətin artması ilə xalq yalnız beş ildən bir seçki mərkəzlərinə gedib səs verə bilər.

Bu nöqtədə dövlət idarəçiliyində informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiq sahəsi kimi e-Hökumət və onun yerli ifadəsi olan e-Bələdiyyə layihələri ön plana çıxır. Həqiqətən də, istər xidmətlərdə səmərəliliyin və məhsuldarlığın təmin edilməsində, istərsə də insanların idarəetmədə iştirakının və buna görə də yerli demokratiyanın yaxşılaşdırılmasında ən ideal üsul “yaxşı idarəçilik prinsipləri”nə əsaslanan Elektron Hökumət layihələrinin reallaşdırılması kimi meydana çıxdı.

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları şəhərlərdə, rayon və ya ərazilərdə fəaliyyət baxımından üç mühüm funksiyanı yerinə yetirmək qabiliyyətinə malikdir: Bu funksiyalardan birincisi ictimai nəqliyyat, su və kanalizasiya sistemlərinin tənzimlənməsi, məlumatların toplanması, təsnifatı, emalı və edilməsi kimi əsas şəhər sistemlərinin idarə edilməsinə dəstək verməkdir. İkincisi, bu texnologiyalar yerli özünüidarəetmə orqanları ilə mərkəzi hökumət, vətəndaşlar və kommersiya təşkilatları arasındakı əlaqə boşluğunu aradan qaldırmaq potensialına malikdir və üçüncüsü, inkişaf etmiş telekommunikasiya infrastrukturuna malik şəhərlər iqtisadi investisiyalar üçün cəlbedici mərkəzlərdir.

İnternet texnologiyası mərkəzi hökumətlə yerli özünüidarəetmə orqanları arasında dəqiq və aktual məlumat-informasiya xətti yaratmağa imkan verir, dövlətin təşkili və fəaliyyətindəki boşluqları aradan qaldırır. Bunun üçün ən aşağı bölmələrdə avtomatlaşdırma və internet şəbəkələri qurmaq, onları bir-biri ilə və yuxarı idarəetmə səviyyələri ilə əlaqələndirmək və hörümçək toru, yəni internet sistemini yerli hissədən mərkəzi hissəyə qədər genişləndirmək lazımdır.

Rövşən Əliyev
Bakı Biznes Universiteti
magistr
rovshan.aliyev83@gmail.com

REGIONLARDA MƏŞĞULLUQ VƏ İŞSİZLİYİN SƏVİYYƏSİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ

Açar söz: regionlarda məşğulluq, işsizlik problemləri, məşğulluq səviyyəsi, cəmiyyət rifahı

Keyword: regions employment, unemployment problems, employment level, social welfare

Əhali məşğulluğunun təmin edilməsi istər inkişaf yolunu keçmiş, istərsə də inkişaf yolunda olan ölkələrdə bir sıra amillərdən asılıdır. Bunlara misal kimi ölkə iqtisadiyyatındakı struktur dəyişiklikləri, sosial-iqtisadi siyasətin tipini, məhsuldar qüvvələrin inkişaf dərəcəsini misal göstərmək olar.

Məşğulluğun səviyyəsi, həmçinin, ölkədə olan iş qüvvəsinə olan tələbin göstəricisidir. Bu tələbatın səviyyəsi isə ölkədə formalaşmış bazar münasibətlərinin, bu sahədə həyata keçirilən iqtisadi islahatların inkişaf səviyyəsini gözlər önünə sərir. İqtisadi islahatlar isə son nəticədə iqtisadiyyatda həyata keçirilmiş struktur dəyişikliklərini, iqtisadi mühitin yaradılıb inkişaf etdirilməsini, bu isə öz növbəsində iqtisadi fəal əhəlinin məşğulluğuna əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir.

Bildiyimiz kimi, insanların rifah halının yaxşılaşdırılması, əhali gəlirlərinin artırılması iqtisadi tərəqqinin əsas şərtlərindən biridir. Buna isə səmərəli məşğulluq ilə nail olmaq olar. Səmərəli məşğulluq işə tələbatla iş təklifi arasındakı tarazlığı göstərir, bu isə son nəticədə sosial-iqtisadi tərəqqi üçün münbit zəmin hazırlayır.

Məşğulluğun aşağı səviyyədə olması kəskin sosial-iqtisadi problemlərə səbəb olur. Burada yaranan destruktiv nəticələrin aradan qaldırılması üçün bazara qismən də olsa, dövlət tənzimlənməsinin tətbiq edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Burada dövlətin rolu qanunvericiliklə iqtisadi subyektlər arasındakı münasibətləri tənzimləmək, əhalinin təhsil və peşə hazırlığını təşkil etmək, sahibkarlıqla məşğul olanlara və sahibkarlıqla məşğul olmaq istəyənlər üçün güzəştlər və s. tətbiq etməkdən ibarətdir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, işsizliyin aşağı salınmasına yönəldilmiş tədbirlər, həmçinin, sosial sabitliyin təmin edilməsində mühüm rol oynayır. Məşğulluğun səviyyəsi təkcə ölkədə yaradılan təsərrüfat formalarının müxtəlifliyi və onların fəaliyyətindən asılı deyil. Burada, həmçinin, yeni ixtisaslı kadrların hazırlanması, onların öz ixtisaslarına uyğun iş yerləri ilə təmin edilməsi mühüm məsələlərdəndir. Bazar münasibətləri şəraitində bu sistem insanların sosial müdafiəsinə, müxtəlif təsərrüfatçılıq formalarında işçilərin zamanla ixtisasının artmasına zəmin yaradır. Bu isə müasir dövrün obyektiv tələbi kimi özünü göstərir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində işsizliyin normal səviyyəsi xarakterik cəhətlərdən biridir. İşsizliyə səbəb bir neçə faktor ola bilər. Bunlardan biri isə iqtisadi böhranlardır.

Bazar iqtisadiyyatında iqtisadi böhranlar müxtəlif səbəblərdən baş verə bilər. Son nəticədə isə bu, işsizliyin yaranmasına gətirib çıxaran ən mühüm faktorlardan biridir. Bu böhranların nəticəsi olacaq iqtisadi subyektlərin öz fəaliyyətini dayandırması və ya tam gücləri ilə işləməmələri səbəbindən aşağı səviyyədə məhsul istehsal etmək və xidmətlər göstərmək adi hala çevrilir. Bu isə əhali gəlirlərinin aşağı düşməsinə səbəb olur. Bunun nəticəsi olaraq isə əhalinin əksər hissəsi yalnız dövlət tərəfindən ödənilən müavinətlərdən asılı olaraq yaşayır.

Bazar iqtisadiyyatında müxtəlif sahələrdə fəaliyyət göstərən iqtisadi subyektlərin işlə təmin edilməsində yaranan problemlər, işçilərin ixtisar olunması işsizliyin daha da artmasına gətirib çıxarır. Bu isə cəmiyyətə sosial-iqtisadi cəhətdən mənfi təsirsiz ötürür. Bu cür destruktiv nəticələrin aradan qaldırılması, effektiv şəkildə neytrallaşdırılması üçün dövlətin iqtisadi siyasətinin tərkib hissəsi kimi məşğulluq siyasətindən istifadə edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İstər indiki, istərsə də gələcək dövr üçün məşğulluq siyasətinin ən mühüm tərkib hissəsi əmək ehtiyatlarından səmərəli şəkildə istifadəyə nail olmaqdır. Dövlətin iqtisadiyyatı tənzimləmək üçün ən mühüm iqtisadi alətlərindən olan məşğulluq siyasəti son nəticədə bazarın özünü tənzimləməsinə təzyiq vasitəsi kimi sayılır. Əksinə, dövlətin yardımı ilə iqtisadiyyatın daha da dirçəlməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Məşğulluq iqtisadi fəal əhalinin qanunvericiliyə zidd olmayan və onlara gəlir (mənfəət) gətirə bilən hər hansısa fəaliyyətidir. Bu fəaliyyət cəmiyyətin ictimai və sosial-iqtisadi həyatında baş verən mühüm və çoxcəhətli təzahürləri özündə əks etdirir. Əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi bütün dövrlərdə aktual olmuşdur və bu, hələ də davam etməkdədir. Burada diqqətə alınmalı olan əsas məsələ cəmiyyətdəki sosial təbəqələr arasındakı sosial ziddiyyətin qarşısını almaq, əhali gəlirlərinin ədalətli şəkildə bölünməsinə nail olmaqdan ibarətdir.

İnkişaf etmiş ölkələrin də təcrübəsi göstərir ki, bazar iqtisadiyyatına malik ölkələrdə dövlətin məşğulluq siyasəti geniş sosial-iqtisadi proqramlarla həyata keçirilir. Burada istər dövlət büdcəsi, istərsə də qeydi-dövlət fondlarının büdcəsi hesabına iqtisadiyyatın bir çox sahələrində məqsədli maliyyələşmə proqramları həyata keçirilir. Bu proqramlar isə iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarının dirçəlməsinə, yeni iş yerlə-

rinin yaradılmasına, iqtisadiyyata sərmayə qoyuluşlarının artırılmasına istiqamətlənir. İnvestisiya qoyuluşları nəticəsində milli bazarda əmtəə çeşidi müxtəlifliyinin çoxalmasına səbəb olan tədbirlər həyata keçirilir ki, bu da yeni iş yerlərinin istifadəyə verilməsi, əhalinin məşğulluğunun artırılması deməkdir. Bu baxımdan işsizliyin azaldılması məqsədilə həyata keçirilən məşğulluq siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri məqsədli investisiya qoyuluşlarını artırmaqdır.

Araşdırmalar göstərir ki, işsizliyin azaldılması məqsədilə respublikamızda həyata keçirilən məşğulluq siyasəti öz bəhrəsini verir. Bu məqsədlə qəbul edilmiş dövlət proqramları da xüsusi olaraq regionlarda işsizliyin səviyyəsinin azaldılmasında böyük rol oynamışdır. Həmçinin, 2004-cü ildən başlayaraq ardıcıl olaraq qəbul edilən dövlət proqramları regionların sosial-iqtisadi inkişafının sürətlənməsində xüsusi rol oynamışdır.

Bunun nəticəsi olaraq regionlarda yeni iş yerlərinin yaradılması, əhalinin yaşayışının daha da yaxşılaşmasına şərait yaranır. Araşdırmalar nəticəsində məlum olur ki, əvvəllər regionların sosial-iqtisadi tərəqqisinə lazımınca nəzər yetirilmədiyi üçün regionların inkişafı bir-birindən kəskin fərqlənir. Regionların bəziləri inkişaf edərkən digərlərinin bu inkişafdan kənar qalması ümumilikdə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına öz mənfi təsirini göstərir. Bu o deməkdir ki, ölkədə həyata keçirilən sosial-iqtisadi islahatlar bütün regionları əhatə etməli, regional inkişaf dövlət səviyyəsində həyata keçirilməlidir. Əmək bazarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi prosesini üç əsas tədbirlər bloklarına bölmək olar: dövlətin makroiqtisadi siyasəti, məşğulluq siyasəti və işsizlikdən müdafiə siyasəti.

İlkin olaraq dövlətin makroiqtisadi siyasətinə iqtisadi tərəqqinin və iqtisadiyyatda tarazlığın təmin edilməsi aiddir.

Bunun üçün əmək bazarında pozitiv effekt yarada biləcək layihələrin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur. Bu iqtisadi tərəqqi əldə etməyə istiqamətlənmiş investisiya, antiböhran və s. siyasətlərin həyata keçirilməsindən ibarətdir.

İnvestisiya siyasəti gerçəkləşdirilən zaman dövlət inkişafı ölkə üçün vacib olan sahələrə pul yatırımları etməsi üçün sərmayəçiləri cəlb etmək məqsədilə dolayı təsir metodları tətbiq edə bilər. Antiböhran siyasəti zamanı krizislərin qabaqcadan qabağının alınmasına və ya onların təsirinin azaldılmasına, həmçinin, baş verən böhrandan xilas olmaq üçün layihələrin reallaşdırılmasına istiqamətlənir.

Ramazan Məmmədov
Bakı şəhəri, Nizami rayonu
mammadovramazan@gmail.com

NARKOTİK VASİTƏLƏRİN, PSİXOTROP MADDƏLƏRİN VƏ ONLARIN PREKURSORLARININ QANUNSUZ DÖVRIYYƏSİNƏ QARŞI MÜBARİZƏ HAQQINDA

***Açar sözlər:** narkotik vasitələrin qanunsuz dövriyyəsi, narkomaniyaya qarşı mübarizə, prokurorun təsir tədbirləri, mübarizənin təkmilləşdirilməsi, dövlət proqramı*

***Keywords:** illegal drug trafficking, the fight against drug addiction, measures of influence of the prosecutor, fighting improvement, state program*

Narkotiklərin qanunsuz dövriyyəsi və narkomanlıq bu gün dünyanı narahat edən əsas problemlərdən biridir. Həmin problemin vurduğu ziyanın həcmi praktiki olaraq çox böyükdür və həm narkotik istifadəçisinin şəxsiyyətinin deqradasiyasına, həm də müxtəlif cinayətlər törədilməsinə, cəmiyyətin maddi-texniki və intellektual potensialının aşağı düşməsinə, fondun pisləşməsinə və bir çox mənfi hallara gətirib çıxarır.

BMT-nin hesablamalarına görə, hazırda dünyada təqribən 250 milyona yaxın insan narkotiklərdən bu və ya digər formada əziyyət çəkir. Bu 15-64 yaş üzrə dünya əhalisinin təqribən 5 faizini təşkil edir. Narkomaniya xəstəliyinə tutulmuş insanlara cəmiyyətin hər bir təbəqəsində rast gəlmək olur. Narkomanlıq eynilə narkotiklərin qanunsuz dövriyyəsinin coğrafiyası kimi sərhəd tanımır. Bu dəhşətli xəstəlik dinindən, dilindən, irqindən, sosial vəziyyətindən və s. asılı olmayaraq, hamı üçün eyni dərəcədə təhlükəlidir. O, cinayətkarlığı, zorakılığı və korrup-

siyanı yaradır, QİÇS-in sürətlə artmasına təkan verir, sosial-iqtisadi inkişafı ləngidir, ailə və icmaları dağıdır.

Narkotik istifadəçiləri arasında yeniyetmələrin, gənclərin və qadınların olması faktı bu istiqamətdə fəaliyyətin sistemli və əlaqəli şəkildə təşkilinin təkmilləşdirilməsinin zəruri olduğunu göstərən ən əsas amillərdən biridir. Gənclər arasında sağlam həyat tərzinin təbliğ olunması, narkomanlığın fəsadları haqqında gənclərdə düzgün təsəvvürün formalaşması, eyni zamanda ictimaiyyətin diqqətinin narkomanlıqla bağlı problemin həllinə cəlb olunması ilk növbədə təbliğatı aparılmalı məsələlərdəndir.

Bu gün narkomaniya təkcə ayrı-ayrı insanların sağlamlığına və mənəviyyatına deyil, eləcə də, dünya iqtisadiyyatına da ağır zərbə vurmaqdadır. Narkotiklərin qanunsuz dövriyyəsiindən hər il on milyardlarla dollar gəlir götürülür və bundan əldə edilən kapital xalqların həyat səviyyəsinin yaxşılaşmasına, bəzi imkansız ölkələrin iqtisadi böhrandan xilasına, böyük tikinti-quruculuq işlərinə deyil, yeni müharibə və münaqişə ocaqlarının, nüvə bazalarının, ayrı-ayrı terrorçu mərkəzlərin, mütəşəkkil cinayətkar qrupların yaradılmasına, silah alverinin daha da güclənməsinə və digər cinayətkar aksiyalara sərf olunur.

Narkomanlıq insan cəmiyyətinin mənəvi və əxlaqi dəyərlərinə ciddi zərbə vuran, sosial-iqtisadi inkişafa mənfi təsir göstərən, insanların həyat və sağlamlığına böyük təhlükə yaradan, həmçinin cinayətkarlığın artmasına səbəb olan əsas amillərdən biridir. Məhz bunlara görə ümummilli liderimiz Heydər Əliyev bu növ cinayəti cəmiyyətin "sosial bəlası" adlandırmışdır. Ulu öndər Heydər Əliyevin 1996-cı il 26 avqust tarixli "Narkomanlığa və narkotik vasitələrin qanunsuz dövriyyəsinə qarşı mübarizə tədbirləri haqqında" Fərmanından

sonra bu problemin həlli üçün həyata keçirilən tədbirlər kompleksini keyfiyyətə yeni mərhələyə qədəm qoymuşdur.

Belə ki, “Narkomanlığa və narkotik vasitələrin qanunsuz dövriyyəsinə qarşı tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 26 avqust 1996-cı il tarixli 485 nömrəli Fərmanı ilə Narkomanlığa və Narkotik Vasitələrin Qanunsuz Dövriyyəsinə Qarşı Mübarizə üzrə Dövlət Komissiyası yaradılmış, narkotiklərin qanunsuz dövriyyəsinə və narkomanlığa qarşı mübarizə sahəsində dövlətin strateji kursunun əsasları müəyyən edilmişdir. Bununla yanaşı, narkotik vasitələrin, psixotrop maddələrin və onların prekursorlarının qanunsuz dövriyyəsinə və narkomanlığa qarşı mübarizə sahəsində geniş tədbirləri özündə ehtiva edən proqramlar – Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2000-ci il 15 iyul tarixli 371 nömrəli Fərmanı ilə “Narkotik vasitələrin, psixotrop maddələrin və prekursorların qanunsuz dövriyyəsi və narkomanlığın yayılması ilə mübarizə üzrə Proqram”, 2007-ci il 28 iyun tarixli 2271 nömrəli Sərəncamı ilə “Narkotik vasitələrin, psixotrop maddələrin və onların prekursorlarının qanunsuz dövriyyəsi və narkomanlığın yayılması ilə mübarizə üzrə Proqram (2007–2012-ci illər üçün)”, 2013-cü il 24 iyun tarixli 2966 nömrəli Sərəncamı ilə “Narkotik vasitələrin, psixotrop maddələrin və onların prekursorlarının qanunsuz dövriyyəsinə və narkomanlığa qarşı mübarizəyə dair 2013-2018-ci illər üçün Dövlət Proqramı” **Narkotik vasitələrin, psixotrop maddələrin və onların prekursorlarının qanunsuz dövriyyəsinə və narkomanlığa qarşı mübarizəyə dair 2019-2024-cü illər üçün DÖVLƏT PROQRAMI** təsdiq edilmişdir. Həmin dövlət proqramları bu sahədə uğurlu nəticələrin əldə edilməsində müstəsna əhəmiyyət kəsb etməkdədir.

Hal-hazırda da Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin 2019-cu il 22 iyul tarixli Sərəncamı ilə

təsdiq edilmiş “Narkotik, narkotik vasitələrin, psixotrop maddələrin və onların prekursorlarının qanunsuz dövriyyəsinə və narkomanlığa qarşı mübarizəyə dair 2019-2024-cü illər üçün “Dövlət Proqramı” icra olunmaqdadır.

Narkomanlıqla mübarizə şərti olaraq iki istiqamətdə aparılır-tələbatın və təklifin azaldılması istiqamətlərində. Təklifin azaldılması, əsasən, hüquqi mübarizə üsulları ilə hüquq mühafizə orqanları, prokurorluq tərəfindən həyata keçirilir. Tələbatın azaldılmasına isə yalnız profilaktiki tədbirlərlə nail olmaq mümkündür. Buraya narkomanlıqdan əziyyət çəkən xəstələrin aşkarlanması, qeydiyyatı alınması, müalicəsi, sosial reabilitasiyası və s. istiqamətlər daxildir.

Ümumbəşəri bəla olan narkomanıyanın sərhəd tanımadan yayılması ölkəmiz üçün həlli vacib məsələlərdən birinə çevrildiyindən, dövlətimiz bütün qüvvə və imkanlarını səfərbər edərək bu bəlanın kökünün kəsilməsi istiqamətində aparılan beynəlxalq mübarizəyə qoşulmuş, bu sahədə həyata keçirilən işlər çərçivəsində zəruri qanunvericilik bazası yaradılmış və institusional islahatlar həyata keçirilmişdir. Bir sıra təşkilati-hüquqi, institusional və əməli praktiki tədbirlər həyata keçirilməklə bərabər, həmçinin, qlobal bəla ilə mübarizə üzrə beynəlxalq təşəbbüslərdə iştirak da intensiv xarakter almışdır.

Azərbaycan Respublikası Cinayət Məcəlləsində narkotik vasitələrin, psixotrop maddələrin qanunsuz dövriyyəsi ilə əlaqədar 234-cü maddə (qanunsuz olaraq narkotik vasitələri, psixotrop maddələri və ya onların prekursorlarını hazırlama, istehsal etmə, əldə etmə, saxlama, daşıma, göndərmə və ya satma), 235-ci maddə (narkotik vasitələri, psixotrop maddələri və ya onların prekursorlarını talama və ya hədə-qorxu ilə tələb etmə), 236-cı maddə (narkotik vasitələrin və ya psixotrop maddələrin istehlakına təhrik etmə), 237-ci maddə (qanunsuz olaraq tərkibində narkotik vasitələr olan bitkiləri kultivasiya

etmə), 238-ci maddə (narkotik vasitələrin və ya psixotrop maddələrin istehlakı üçün tiyərəkxanalar təşkil etmə və ya saxlama), 239-cü maddə (narkotik vasitələri və psixotrop maddələri əldə etmək hüququ verən reseptləri tibbi göstəricilər olmadan qanunsuz vermə və ya saxtalaşdırma) və 240-cı maddə (güclü təsir edən və ya zərərli maddələrin satış məqsədilə qanunsuz dövriyyəsi) təsbit edilmişdir.

Qeyd edilən normaların hər birinin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Bu növ cinayət işlərinin istintaqı zamanı müstəntiq, ilk növbədə, baş vermiş cinayət hadisəsinin kriminalistik xarakteristikasını müəyyən edir. Həmin cinayətlərin edilməsinin əsasında iki motiv: bir tərəfdən, narkotik vasitələrə olan şəxsi tələbatın ödənilməsi, digər tərəfdən isə tamah - yəni, narkotik vasitələrin qeyri-qanuni yolla realizə edilməsi nəticəsində yüksək həyat tərzinin təmin edilməsi durur.

Bu gün ölkəmizdə narkotiklərin qanunsuz dövriyyəsi və onlara qarşı mübarizə üzrə normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi, bu sahədə hüquq-mühafizə orqanlarının fəaliyyətinin gücləndirilməsi və beynəlxalq əməkdaşlığın genişləndirilməsi dövlət başçısının, hüquq-mühafizə orqanlarının daim diqqət mərkəzindədir.

21-ci əsrdə cəmiyyətin bəlasına çevrilmiş narkomaniyaya qarşı mübarizə nəinki dövlətin, həmçinin bu dövlətdə yaşayan hər bir vətəndaşın, təhsil, mədəniyyət, səhiyyə təşkilatlarının ümudü vəzifəsidir. Bu sahədə fəaliyyət davam etdirilməli və daha da genişləndirilməlidir.

Bahruz Valizada
Baku State University
Master student
e-mail: bahruz.valizada@gmail.com

CRYPTOCURRENCY IN THE FINANCIAL SYSTEM OF UNITED STATES

Açar sözlər: Kriptovalyutalar, Bitcoin, FED, məzənnə, banklar

Keywords: Cryptocurrencies, Bitcoin, FED, exchange rate, banks

Cryptocurrencies are expected to grow rapidly, cryptocurrencies are digital currencies that can be converted into other currencies, and there are currently more than eight thousand cryptocurrencies, which are expected to be used as a means of payment or investment in the future. In this context, the purpose of the study is to examine the concept of cryptocurrency in detail and to reveal the attitude of investors to this topic.

Qualitative research method was used in this study. Since the purpose of this research is to gain more information about how cryptocurrencies can be used in business transactions, this is the methodology chosen to conduct the research.

Cryptocurrencies are expected to grow rapidly, cryptocurrencies are digital currencies that can be converted into other currencies, and there are currently more than eight thousand cryptocurrencies, which are expected to be used as a means of payment or investment in the future. In this context, the purpose of the study is to examine the concept of

cryptocurrency in detail and to reveal the attitude of investors towards this topic.

With the rapidly developing technology that people are using in their commercial activities and investments as well as in the world of economics in recent years, cryptocurrencies, especially Bitcoin, have become one of the most important issues of our time. When the concept of crypto money, the use of crypto money in trade and blockchain technology are examined, it has brought some innovations in the name of economics, informatics and especially finance. In the fall of 2008, during the global financial crisis that started from the United States, a person named Satoshi Nakamoto came up with an idea of a virtual money based on decentralized, cryptographic transactions independent of the state monopoly (Nakamoto, 2008). For example, on August 19, 2008, the domain bitcoin.org was purchased. With the Great Recession in the United States at the end of 2007, the mortgage crisis was declared on September 28, 2008. A month later, an article was published by someone with the pseudonym Satoshi Nakamoto. This article provided information about the system's infrastructure and Bitcoin. The system described in the article was transparent, secure, peer-to-peer, decentralized, and controlled by the people involved (Nebil, 2018). The system proposed by Satoshi Nakamoto attracted the attention of many people interested in cryptology, and with the support of a few people, the first source code was announced on January 3, 2009, with 30,000 lines of code, the beginning of Bitcoin. In 2010, very few users started accepting Bitcoin as a means of payment. In 2010, a programmer made the first transaction with bitcoin, saying on discussion forums that he was hungry and would give 10,000 bitcoins (currently worth about \$435 million) to someone who sent him a pizza. By this time,

information technology engineers began to discuss it on forums, and in the first month of 2009, a cryptocurrency named Bitcoin was created with 30,000 lines of source code, and Satoshi Nakamoto's idea was implemented. With the emergence of this new technology, banks, state and intermediary institutions began to make negative statements stating that it is impossible to use Bitcoin as virtual money, that no one will trust this money, and that it does not have the classic characteristics of money.

Cryptocurrencies, especially pioneering digital currencies such as Bitcoin, have begun to play an important role in the financial world in recent years.

There are quite a few studies on cryptocurrencies in foreign literature. Li and Wang (2017) conducted a theoretical empirical study to determine the exchange rate of bitcoin (relative to the US dollar) considering both technological and economic factors. Tasca and dig. (2018) attempted to identify the interdependence of economic entities that use the Bitcoin payment network to transfer digital currency internally among themselves. Four main business categories are defined in the Bitcoin economy: miners, gambling services, black markets and exchanges. Common patterns of transaction behavior across business categories and their users A one-day holding period for bitcoin transactions is somewhat typical

Many countries around the world have very different valuations for cryptocurrencies. These evaluations appear to be both negative and positive approaches. The reason for not forming a mutual consensus in this area and for putting forward different opinions is that the system has not yet been clearly clarified. In fact, there is still no consensus on whether cryptocurrencies are money, a commodity, or even a different instrument. It is still unclear what purpose cryptocurrencies,

especially bitcoin, serve and who produces them. All these uncertainties increase the emergence of different thoughts. When examining the countries that have a negative view of the cryptocurrency system, these countries do not want cryptocurrencies to be used and developed in their countries in any way. In addition, these countries do not regulate cryptocurrencies at all and legally describe the cryptocurrency system as illegitimate. Therefore, almost all countries that see a cryptocurrency system this way lack regulation on how payments are recorded, taxed, and protected. In addition, institutions such as official authorities and central banks of these countries warn against bitcoin and similar cryptocurrencies, and it is recognized that such digital currencies have no legal infrastructure and basis. Countries that look positively at the cryptocurrency system support the system with legal regulations and at this point expand the use of the cryptocurrency system in their countries. They try to increase the economic benefits reflected in their countries from this system. The widespread adoption of cryptocurrencies may pose a risk to financial stability if they are used for speculative transactions.

Cryptocurrency has become a significant phenomenon in the global economy, and the United States is no exception. Although it is still in its early stages of development, cryptocurrency could have a profound impact on the American economy. Cryptocurrency provide access to financial services for the unbanked, especially in developing countries. But cryptocurrencies are subject to significant price fluctuations, which can create uncertainty and risks for investors and the lack of clear regulation of cryptocurrencies can lead to fraud, money laundering and other illegal activities. Investment in cryptocurrencies and related technologies creates new jobs and

promotes economic growth and it can be used to pay for goods and services, which can stimulate consumer spending.

Bitcoin and Cryptocurrencies in the United States despite the high interest, it is thought that consensus has not been reached. The Federal Reserve Bank of Chicago, affiliated with the United States Federal Reserve System (FED), published a report on Bitcoin in 2013. A report prepared by expert Economist Francois Velde (Bitcoin: A Primer - Federal Reserve Bank of Chicago (chicagofed.org)) states that when Bitcoin and similar cryptocurrencies were prosecuted. From 2009 to 2013, Bitcoin and cryptocurrencies were illegal except for activities, it will not yet function as a medium of exchange.

With the rapidly developing technology that people are using in their commercial activities and investments as well as in the world of economics in recent years, cryptocurrencies, especially Bitcoin, have become one of the most important issues of our time. When the concept of crypto money, the use of crypto money in trade and blockchain technology are examined, it has brought some innovations in the name of economics, informatics and especially finance.

As a result, the role of cryptocurrencies in developed economies such as the USA manifests itself in various dimensions, such as encouraging financial innovation, offering alternative investment tools and supporting technological progress. However, the regulation and adoption process of this new asset class will play a critical role in determining its future impact.

Subhan Rustamzada
Bakı State University
Master student
rustamzadasubhan@gmail.com

SCRUTINY OF FINANCIAL MARKETS AND THE RELATIONSHIP BETWEEN THEM

Keywords: *technological advancements, The Industrial Revolution, financial intermediaries, financial markets, euro area, correlation*

Açar sözlər: *texnoloji irəliləyişlər, Sənaye İnqilabı, Maliyyə vasitəçiləri, maliyyə bazarları, Avro zona, korrelyasiya*

The mutual relationship of financial markets is a stage where economic systems influence each other and establish cooperation. This relationship regulates financial relations between countries, promotes the increase of trade volume and investments, and supports economic development. The mutual relationship of financial markets creates conditions for international trade, currency and capital flows, and the movement of capital and investments. Additionally, it serves as an important means for sharing and reducing risks. Contentious financial situations between countries, currency fluctuations, and other financial risks are managed through a range of financial strategies and measures. Consequently, the mutual relationship of financial markets is a significant factor for the efficient management of the global economy, the development of trade, and the reduction of risks. These relationships form the basis for rapid development and cooperation between countries.

The scrutiny of financial markets involves a comprehensive analysis of various market indicators, trends, and factors influencing asset prices. This examination aims to understand the dynamics of different financial markets, including stocks, bonds, currencies, and commodities, and their correlations with each other.

One essential aspect of scrutiny is assessing the correlation between different financial markets. Correlation measures the degree to which the prices of two or more assets move in relation to each other. Positive correlation implies that the assets move in the same direction, while negative correlation indicates they move in opposite directions. Understanding these correlations helps investors diversify their portfolios effectively and manage risk.

Overall, the scrutiny of financial markets and their correlations provides valuable insights for investors, policymakers, and analysts to make informed decisions, mitigate risks, and optimize investment strategies in an ever-changing global economy. One of the significant indicators of economic globalization is the increasing integration of financial markets within countries and across countries. Those with conflicts of financial resources in the financial system, or those with additional financial resources through direct market financing or indirect bank-based financial instruments, are included. Former British Prime Minister William Gladstone expressed the importance of finance for the economy in 1858 as follows: "Finance draws its essence from the belly of all countries, as well as from other organs."

The financial system consists of all financial markets, instruments, and institutions. Analysis of the mutual relationship of the financial system reveals that individual country studies, industry and firm-level analyses, according to

cross-country comparisons, positive relationships exist between the development of the financial system and economic growth. If some gaps persist, I believe that the financial system is linked to economic activities. However, economists still hold conflicting views on the main mechanisms explaining the positive relationship between the development of the financial system and the degree of economic development. Some economists believe that only financial-development relationships are essential.

For example, Robert Lucas in 1988 criticized economists for underestimating the role of financial factors in economic activity. Joan Robertson also stated in 1952 that "where the institution rules, finance continues." In this regard, economic development creates demands for specific financial types, and the financial system automatically responds to these demands.

Other economists believe in the importance of the financial system for economic growth. They address the necessity of determining what an optimal financial system should look like. Generally, an optimally developed legal system combined with an optimal financial system should integrate both direct market and indirect bank-based financial elements. A well-developed financial system should contribute to increasing the efficiency of financial decisions, better allocation of resources, and thereby enhancing economic growth. Both market-based and bank-based financial systems have their comparative advantages. Market-based financing is beneficial for some industries during periods of development. For example, financing through stock markets is optimal for sectors characterized by continuous technological advancements and lack of consensus on how firms should be managed. The stock market scrutinizes whether management of a firm's production is sensitive. Bank-based financing, on the other hand, holds an

advantage for other sectors, especially those facing strong information asymmetry. Financing through financial intermediaries provides an effective solution for negative selection and moral hazard problems between creditors and borrowers. Banks have developed expertise, especially in distinguishing good and bad borrowers.

Nevertheless, economies with well-developed banking sectors and capital markets gain an advantage. Additionally, during periods of crisis, each system can perform the role of a famous wheel. The financial system, especially, plays a significant role in redistributing capital and provides the fundamental basis for the continual reconstruction of the economy needed to support growth. In countries with highly developed financial systems, we observe a larger share of investment directed towards relatively rapidly growing sectors. Looking back over a period of more than a century, during the Industrial Revolution, we see that England's financial system performed better in identifying and financing more profitable ventures compared to other countries in the mid-1800s. Currently, the absence of a well-developed stock market is a particularly serious disadvantage for any economy. Equality is essential for the creation and development of innovative firms. Today's young, innovative, high-tech firms will be the primary drivers of the necessary structural changes to preserve the country's long-term development potential. In this regard, the gift of financial markets in this field is crucial, considering the increasing international competition, rapid technological advancement, and the necessity to enhance innovation to maintain the economy's competitiveness today.

In recent years, the shares of new and growing companies have turned to the expanding market segment in the euro area, known as "new markets." Capital financing is particularly

beneficial for these companies and their investors, considering the uncertainties of economic returns. On the other hand, banks are reluctant to lend to these firms due to their risk profile and potential negative outcomes in credit contracts.

The overall market capitalization of new markets in the five euro area countries increased from 7 billion euros in early 1998 to 167 billion euros. The total number of companies listed in these new markets in the euro area increased from 63 in early 1998 to 564 by the end of 2000. Developments in the past year are promising. However, the nature of these new markets tends to exhibit more volatility, considering the uncertainties about future developments for the companies listed in these markets. Bank-based financial intermediation plays a special role for many companies in need of capital, helping to ensure balanced growth processes. Literature on "relationship banking" has demonstrated that banks can help mitigate the impact of sudden economic shocks on their clients. Banks are often willing to lend money to many clients, particularly in adverse situations, such as establishing liquidity in financial markets.

The role played by the allocation of funds to the most profitable investment opportunities by the banking sector is also significant. As mentioned earlier, banks, as financial intermediaries, naturally contribute to the distribution of capital. To survive in the market economy, banks must provide additional benefits. Competing in the bond market is difficult unless banks are willing to incur certain expenses to access the bond market for loans. However, securities markets are not always sufficiently liquid, and some, especially small and medium-sized enterprises, may not be able to meet their liquidity needs through the securities market. An additional benefit of substantial bank financing pertains to the internal nature of the banking business: Some projects cannot be

financed directly by the market due to significant information asymmetries between borrowers and potential lenders. Banks can bridge this gap by evaluating and monitoring investment projects, thus helping to mitigate information asymmetries.

Integration indicators can be found at various levels across all parts of the financial system. The euro area money market is one of the most integrated parts of the financial system. The implementation of a unified monetary policy in the euro area led to the immediate integration of segments such as the interbank market and the short-term securities market. Collateralized segments of the money market, such as the repo market and the short-term securities market, are also becoming increasingly integrated, but they still face challenges related to collateral management. The euro area bond market has also seen rapid development. Special segments of the euro area bond market have grown since the introduction of the euro. The outstanding volume of long-term debt securities issued by the private sector at the end of 2000 is 22% higher compared to the end of 1998. Perhaps the most significant development has occurred in the corporate bond market, particularly in euro-denominated corporate bonds, which have increased several times since the introduction of the euro and now characterize issues of over 1 billion euros. The structural developments in the euro area, including a series of high-profile mergers and attempts at mergers, have stimulated integration into the bond markets in the euro area.

Mujgan Salmanova
Baku State University
Master student
salmanovamujgan2000@gmail.com

INTERNATIONAL MARKETING STRATEGY

Keywords: *Market Research, Digital Marketing, International Business Areas, Segmentation and Targeting, Analyzing Existing Markets*

Açar sözlər: *Bazar Araşdırmaları, Rəqəmsal Marketing, Beynəlxalq İş Sahələri, Segmentasiya və Hədəfləmə, Mövcud bazarları təhlil etmək*

International marketing strategy is the strategic planning that companies and organizations use to expand their worldwide customer base, introduce their products and services in international markets, and increase their success rate. This includes strategic, global practice, integration of resources and technologies, and adaptation to different cultures. Effective marketing strategies used enable companies to successfully compete in global markets, enter new markets and benefit from international experiences.

Key Elements of International Marketing Strategy:

Market Research and Analysis:

One of the main stages of international marketing strategy is market research and analysis. This is an important step in determining the company's potential customer base, competitors, market trends and target segments that will operate in international markets. Market research is a fundamental proposition for identifying relationships with

information sources of target markets and developing strategies.

International Branding and Positioning:

Implementation of appropriate branding strategies to increase the recognition and image of the company in international markets. It aims to increase market recognition and customer awareness of the company's products and services. Therefore, companies successfully launch and promote products in international markets.

Products and Services according to Customer Requirements:

Creation and presentation of products and services according to customer requirements is one of the main elements of international marketing strategy. This ensures that customers choose your products and services over other sources and increases your market share.

State Policies and Restrictions:

International marketing strategy focuses on security, legislation and restrictions for companies operating in target markets. This is also provided by the application of legal and relevant quality certificates.

Support and Partnership:

Another important step to succeed in global markets is to develop local and international support and partnerships. For example, agreements and partnerships with distributors, agents, and marketing firms can help build a successful customer base.

Opportunities and Advantages of International Marketing Strategy:

Wider Customer Base: An international marketing strategy provides companies with access to a wider customer base worldwide.

Global Competitiveness: Effective marketing strategies help companies increase their competitiveness in international markets and achieve successful competition.

Innovation and Experience Exchange: Operating in international markets allows companies to benefit from different cultures and innovative practices.

Final Thoughts:

International marketing strategy allows companies to successfully operate in both new and existing markets. Effective implementation helps companies achieve long-term success in global markets and increase their sense of international responsibility.

Implementing an international marketing strategy provides a number of long-term benefits to companies:

Increasing Long-Term Market Share: An effective international marketing strategy helps companies increase their market share worldwide. By expanding the customer base and successful product promotion, the market share grows in the long term.

Increasing Competitiveness: Companies succeed in preventing and staying ahead of their competitors by presenting their products and services more effectively in the field of competition through an international marketing strategy.

Entering New Markets: Global marketing experience provides a solid opportunity to enter new markets and develop a customer base there. This allows companies to diversify, reduce risk and create new sources of income.

Successful Innovation: An international marketing strategy promotes innovation by providing products and services developed to meet customer requirements. Different requirements and information from different markets help

companies to develop and improve their products and processes.

The value of an international marketing strategy should be artistic and managed to enable companies to achieve long-term success on a global scale. Effective implementation provides companies with opportunities for growth and expansion and helps to increase their recognition in international markets.

Bahrüz Valizada
Baku State University
Master student
bahrüz.valizada@gmail.com

FINANCIAL INDEX IN US: IN CASE OF NASDAQ AND DOW JONES

***Açar sözlər:** Dow Jones, NASDAQ, fond indeksləri, Kriptovalyuta, Fond bazarı*

***Key Words:** Dow Jones, NASDAQ, stock indices, Cryptocurrency, Stock market*

Purpose of this research is to gain more information about financial index what used in USA mostly in business transactions, this is the methodology chosen to conduct the research.

Stock indices are indicators of the growth/decline of a certain group of shares in the market.

Thus, the Dow Jones index includes blue chip stocks, the S&P 500 index includes 500 stocks of the largest capitalization, and they are considered to reflect the general situation in the entire stock market. The Nasdaq Composite consists mostly of technology stocks.

The NASDAQ index helps to understand the general trend: in which direction the market is moving - whether stock prices are rising or falling. It helps investors identify the most promising and growing industries and market segments.

Indexes are good indicators for determining the performance of investments compared to market averages. For example, investing in funds that copy the S&P500 index gives an average return of 8-10% per annum in dollars. This is the

average level of return that many investors focus on when forming investment expectations. Active investors often try to beat the market, including using high-risk instruments, in order to get even greater returns on investments.

American stock indices reflect the average market value of securities of certain companies and most accurately show the current situation on the stock market of the United States of America.

Cryptocurrency can reduce transaction costs, especially for international transfers and it stimulates the development of blockchain technologies, which can find application in various sectors of the economy. Cryptocurrency offers new investment opportunities that can stimulate economic growth. Among them there are both industry indices that reflect the market dynamics of a particular sector of the US economy, and composite indices related to the entire economy of the country as a whole.

Composite indices include such indices as the Dow Jones Index, S&P 500 Index, NASDAQ stock market index (National Association of Securities Dealers Automated Quotations Index), etc. Examples of industry indices: Financial 100 Index - Nasdaq (finance), Dow Jones Industrial Average (industry),

NASDAQ is a world-famous national US stock exchange. Quotes for 3,700 companies are provided automatically. It is considered the largest American exchange and the leader in terms of the volume of shares traded. The NASDAQ index changes under the influence of stock quotes of several thousand companies that are accredited on the exchange. Financial forecasting for the NASDAQ is important for investors, traders, and financial institutions to make informed decisions about buying, selling, or holding investments tied to the index. It is a complex and dynamic process that requires

expertise and careful analysis of various factors influencing the stock market.

In 1882, the Dow Jones Sustainability Index started its activities with three basic principles: excellence, honesty and progress. DJSI was created in 1999 with the joint cooperation of Robeca SAM and S&P Dow Jones Indices. This index brings together economic, environmental and social stock performance information, providing investors with the opportunity to compare and providing important opportunities for businesses that want to achieve best practices in terms of sustainability. Only businesses with the best corporate sustainability can join the DJSI family. The index makes global comparisons on a regional and country basis (S&P Global, n.d.). It is the first global index used to track sustainability-focused financial performances worldwide. It is used to measure the financial performance of businesses that are sustainability leaders. DJSI family; DJSI World includes the main index and indices from geographical regions such as Asia Pacific, Nordic, Europe and North America. It is designed to compare businesses whose financial success meets certain criteria according to their market value. It is based on evaluating corporate economic, environmental and social performance by assessing issues such as corporate governance, compliance, supply chain standards and labor practices. It is known as the first sustainability study implemented globally. By examining the financial statements of large companies on a global scale and in different sectors, their economic, environmental and social dimensions are evaluated and placed in a sustainability ranking. The criteria used in the evaluation evolve every 37 years, and businesses must constantly develop/improve their sustainability efforts in order to remain on the list in the long term. The reason for this is that the lists

are updated every year and new businesses are included in the index, and there is a possibility that the companies in the index may be excluded from the ranking. Its main purpose is to keep competition between businesses alive and to index businesses that engage in sustainability activities.

DOW Jones is a traditionally industrially concentrated index. This index has the potential to support economic stability and growth, but may be sensitive to global trade and political risks. NASDAQ is an index that focuses on technology.

High growth potential and R&D expenditures in innovative sectors can make a positive contribution to economic use and employment. However, the competitiveness of the technology and its complementary times may increase the volatility of its calendar.

There are now about 2,000 different indices in the stock market, and one way to diversify your investment portfolio is to buy a stake in an investment fund that tracks one of the leading indices.

Shares of such funds can be sold on the stock exchange in the same way as ordinary shares. This option may be suitable for long-term investors - over a 10–15-year horizon, such funds can show growth of about 10% per annum.

American stock indices showed a significant rise in trading on Friday, with the Standard & Poor's 500 reaching a record. The market was supported by positive economic and corporate news. Overall, the Dow Jones Industrial Average rose 0.7% over the past month, the S&P 500 rose 1.2%, and the Nasdaq Composite rose 2.3%.

The US consumer confidence index rose to 78.8 points in January from 69.7 points a month earlier, the University of Michigan said in a preliminary report released on Friday. This

is the highest level since July 2021. The average analyst forecast, cited by Trading Economics, suggested a rise of only 70 points.

At the same time, inflation expectations among the population for the coming year dropped to 2.9% in January (the minimum for three years) compared to 3.1% in the previous month.

Stock market investors are counting on a “soft landing” for the U.S. economy, says Northwestern Mutual Wealth Management Co. chief portfolio officer. Matt Stuckey. "Increased consumer confidence is good for the economy.

Gold prices resumed their rise following Iran's attack on Israel over the weekend and the subsequent pullback from a record high reached late last week. May gold futures closed at \$2,383 per ounce (+0.4%), despite rising Treasury yields and a strengthening US dollar.

The results of trading on a stock exchange, or on the over-the-counter market, or a combination of both are selected as the statistical base.

The Dow Jones Index - DJIA (Dow Jones Industrial Average) became the first stock index. Dow Jones is calculated: a) for shares of 30 leading US industrial corporations that have the greatest prestige from the point of view of investors (Dow Jones Industrial Average, DJIA), among them - General Motors, General Electric, Texaco, etc.; b) for shares of 20 leading transport companies; c) for shares of 15 leading utility companies. The most important is the industrial index. The total index of the Dow Jones index is determined for all 65 companies.

There is also a whole family of Nasdaq indices. When the Nasdaq name is given without the extension, it refers to the Nasdaq Composite Index, which includes the vast majority of

stocks traded on this over-the-counter electronic trading system. These are mainly companies specializing in high technology: production of computers, software, telecommunications, biotechnology, etc.

Mujgan Salmanova
Baku State University
Master student
Salmanovamujgan2000@gmail.com

FIRMS IN A GLOBALIZED ENVIRONMENT OF ENTREPRENEURSHIPFORMATION OF THE MARKETING CONCEPT

Keywords: *Market Entry, Globalized Business Environment, Marketing Concept Development, Brand Positioning, Brand Positioning*

Açar sözlər: *Bazara Giriş, Qloballaşan Sahibkarlıq Mühiti, Marketing konsepsiyalarının formalaşması, Brend Mövqələşdirməsi, Brend Mövqələşdirməsi*

Analyzing the marketing activities of companies in Azerbaijan involves assessing various aspects of how firms operate within the local market and potentially beyond its borders. Here's an evaluation framework:

1. Market Orientation:

- **Customer Focus:** Evaluate how companies understand and respond to customer needs and preferences in Azerbaijan. Are marketing strategies aligned with local consumer behavior and cultural preferences?
- **Competitor Analysis:** Assess how companies monitor and respond to competition within Azerbaijan. Are competitive strategies effective in gaining market share?

2. Marketing Strategy:

- **Segmentation and Targeting:** Analyze how companies segment the market and target specific customer groups. Are segmentation criteria relevant and effectively utilized?

- **Positioning:** Evaluate the positioning strategies of companies. How do they differentiate their products or services from competitors in the Azerbaijani market?

3. Digital Marketing Presence:

- **Online Presence:** Assess the digital footprint of companies, including website quality, social media engagement, and digital advertising strategies. How effective are these channels in reaching and engaging Azerbaijani consumers?

- **E-commerce:** Evaluate the extent to which companies leverage e-commerce platforms for sales and customer interaction in Azerbaijan.

4. Marketing Communication:

- **Advertising and Promotion:** Analyze the advertising and promotional activities of companies. Are campaigns culturally sensitive and resonant with Azerbaijani consumers?

- **Public Relations:** Evaluate how companies manage public relations and corporate communications. Are they responsive to local media and community expectations?

5. International Expansion Strategies:

- **Export Activities:** Assess companies' efforts in exporting products or services beyond Azerbaijan. How do they adapt marketing strategies for international markets?

- **Partnerships and Alliances:** Evaluate strategic alliances or partnerships with international firms. How do these collaborations enhance market reach and competitiveness?

6. Regulatory Compliance and Ethical Considerations:

- **Legal Compliance:** Evaluate how companies adhere to local marketing regulations and ethical standards in Azerbaijan.

- **Corporate Social Responsibility (CSR):** Assess CSR initiatives and their impact on brand reputation and consumer loyalty in the Azerbaijani market.

7. Performance and Effectiveness:

- **Market Share and Sales Growth:** Analyze companies' market share trends and sales performance in Azerbaijan over recent years.

- **Customer Satisfaction:** Assess customer feedback and satisfaction levels. How do marketing efforts contribute to overall customer loyalty and retention?

Challenges and Opportunities:

- **Market Challenges:** Identify challenges such as economic fluctuations, geopolitical factors, and competitive pressures affecting marketing activities in Azerbaijan.

- **Opportunities:** Highlight opportunities for growth, innovation, and market expansion based on emerging trends and consumer demand shifts in the Azerbaijani market.

Conclusion

Finally, evaluating the marketing activities of companies in Azerbaijan requires a holistic approach that considers both qualitative and quantitative factors. Here are key points to summarize:

Strategic Marketing Approaches: Evaluate the coherence and effectiveness of segmentation, targeting, and positioning strategies in capturing market segments. Analyze how companies differentiate themselves from competitors through unique value propositions and positioning statements.

Səmra Elçinqızı
Bakı Dövlət Universiteti
magistrant
elcinqizisemra@gmail.com

KİPR MÜZAKİRƏLƏRİ

Açar sözlər: *Türkirə, Kipr, ŞKTR, AB, İngiltərə, Yunanıstan*

Keywords: *Turkey, Cyprus, KKTC, EU, England, Greece*

XVI əsrdə Kipr Venesiya hakimiyyətində idi, ticarət və strategiyasına görə Osmanlı tərəfindən maraqlı bir yer olmuşdu. Lazımı olan hazırlıqları həll etdikdən sonra Osmanlı dövləti hərəkətə keçib Kipri fəth etmişdi (Önalp, 2010). Birinci Dünya müharibəsi dövründə Osmanlı Almaniyanın yanında savaşa gedəndə İngiltərə Kipri təktərəfli ilhaq edib Lozan müqaviləsinə qədər tanımamışdır. Kipr Lozan müqaviləsindən sonra tamamilə İngiltərəyə buraxılıb.

1950-ci illərdə dünya siyasəti yenidən formalaşmışdır. Bu formalaşmada İngiltərə çoxdan geri çəkilmə hərəkətinə başlamışdır. Rumların Enosis addımı adadakı türkləri narahat etmişdir. 28 noyabr 1949-cu ildə birincisi, 1949-cu il dekabrın 12-də ikincisi gerçəkləşən mitinq Ayasofya meydanında baş vermişdir. Demokrat Partiyası 14 may 1950-cı ildə hakimiyyətə gəldikdən sonra Yunanıstanda yaxşı qonşuluq münasibətlərinə davam edə bilmək üçün Kipr məsələsində 2 ölkə arasında problem olmadığını dilə gətirmişdir. Türkiyə 1952-1954-cü illərdə Nato ilə bağlı səylərini gücləndirməklə əldə edilən güvənliyi daha da gücləndirmişdi. Türkiyənin Yunanıstanla Balkan ittifaqına daha çox əhəmiyyət verməsi, Kipr məsələsinin başda passiv qalmasına səbəb olmuşdur.

Kipr məsələsi ilk dəfə 16 avqust 1954-cü il tarixində Yunanıstan tərəfindən bir müzakirə məsələsi kimi ilk dəfə BMT-yə aparıldı. Kipr Respublikasının qurulması ilə artıq buarada yeni bir mərhələ başlanmışdır. Kipr Respublikası qurulmuşdu, lakin Rum lideri Makarios hələ də Enosis planına davam edirdi. İngiltərənin təklifinə əsasən Türkiyə və Yunanıstan birlikdə 15 yanvar 1964-cü ildə Londonda konfransa toplandı. Konfrans heç bir nəticə vermədən 31 yanvarda dağıldı (Armaoğlu, 2019). BMT görüşləri heç bir nəticə vermədiyi üçün Türkiyə daha çox vaxt itirməmək üçün London və Zürix müqavilələrinə əsaslanaraq 20 iyul 1974-cü ildə Kipr Barış Hərəkatına başladı. Barış Hərəkatı ilə Türkiyə Kipr türklərinin haqq və hüququnu qorumuşdu. 1980-ci ildə başlayan millətlərarası danışıqlar 1980-1983-cü illər arası davam etdi. 1984-cü il sentyabr ayında görüşlər yenidən başlandı. KKTC prezidenti Rauf Denktaş sadəcə rumlarla yox, həmçinin bütün dünya ilə müzakirə edirdi.

1999-cü ildə Kipr türk və rumları yenidən görüşlərə başladı. Denktaş ilə Klerides arasındakı dolaylı yollarla görüşmələri 3-14 dekabr 1999-cü il tarixində keçirildi. 2002-ci ilin yanvar ayından başlayan görüşlər Annan planı adı verilən geniş miqyaslı bir plan ortaya çıxarıb. İsveçrənin Bürgenstock qəsəbəsində 2004-cü ilin başlarında keçirilən görüş Annan planının axıncı nəticəsini verdi. Bu planın tərkibinə baxanda görünür ki, planın əsas məqsədi Türkiyə Respublikasının Kipr ilə əlaqələrini kəsmək idi. Annan planına əsasən aradakı kəsim ortadan qaldırılacaq, türklər və rumlar iç-içə keçəcək, bunun nəticəsində isə rumlar adaya hakimlik edəcəklər. Türk əsgərinin sürətli bir şəkildə adadan getməsiylə ada tamamilən İngiltərə, Yunanıstan və rumlara qalacaqdı. Kiprdə Türk və Rum tərəfində 24 aprel 2004-cü il tarixində referendum verilən

Annan planı, Kiprli rumların 75,83%-i yox, türklərin isə 64,91% bəli deməyilə nəticələnmişdir (Denktaş, 2004).

Ədəbiyyat

1. Armaoğlu, F. (2019). 20.Yüzyıl siyasi tarihi (1914-1995).
2. Denktaş, R.R. (2004). Kıbrıs Girit olmasın.
3. Gürel, Ş.S. (2020). Kıbrıs Tarihi 1878-1960 Kolonyalizm.
4. Önalp, E. (2010). Geçmişten Günümüze Kıbrıs.

TƏBİƏT ELMLƏRİ
NATURAL SCIENCES

Murad Tarverdiyev

Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi
Fizika İnstitutu
magistrant
muradtarverdiyev176@gmail.com

Sevinc Atayeva

Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi
Fizika İnstitutu
fizika üzrə fəlsəfə doktoru
seva_atayeva@mail.ru

**$Se_{95}Te_5$ XALKOGENİD ŞÜŞƏVARI SİSTEMİNİN
İSTİLİK XASSƏLƏRİ**

Açar sözlər: *xalkogenid, kristallaşma, şüşələşmə, amorf, istilik xassəsi, kövrəklik əmsali*

Keyword: *chalcogenide, crystallization, glass transition, amorphous, thermal property, fragility coefficient*

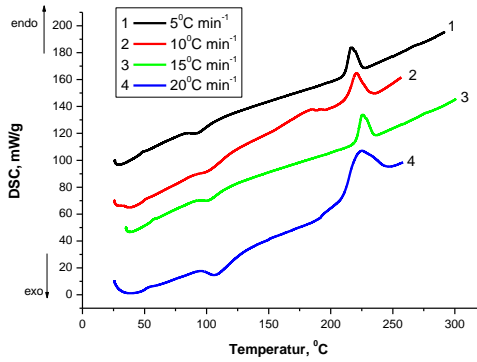
Amorf yarımkeçiricilər həm elmi, həm də texnoloji maraqlara əsaslanan intensiv tədqiqatların mövzudur. Müxtəlif fiziki xassələrin qeyri-adi birləşməsinə görə onlar bir çox qabaqcıl texnoloji sahələrdə (mikroelektronika, optoelektronika və s.) perspektivli materiallar hesab edilir (1,2,3).

Məlumdur ki, diferensial skan edən kalorimetriya (DSK) amorf materialların istilik və müvəqqəti dayanıqlığının öyrənilməsində çox faydalı vasitədir, müxtəlif metalların, yarımkeçirici şüşələrin səthində və həcmində struktur

transformasiyalarının keçid temperaturalarını və aktivləşmə enerjilərini təyin etməyə imkan verir. Tədqim olunan iş dörd müxtəlif qızdırma sürətində (5, 10, 15 və 20 deq/dəq) DSK skanından istifadə etməklə şüşəvari $Se_{95}Te_5$ ərintisində şüşələşmə və kristallaşma kinetikası öyrənilməsinə həsr olunmuşdur. Tədqiqatlar təxminən $m=15$ mq kütləsi olan seçilmiş nümunələrə verilən 30 dərəcə/dəq istilik axını sürəti ilə $T=25\div 600^{\circ}C$ temperatur diapazonunda aparılmışdır. Eksperimental olaraq əldə edilmiş DSK əyriləri istilik axınının (mC/s) və ya istilik tutumunun (C/qK) asılılığını əks etdirir. Azot atmosferində isitmə müəyyən bir sürətlə baş verən idarə olunan proqramla aparılır və ölçmə prosesi zamanı etalon və tədqiq olunan materialın istilik axınları müqayisə edilir. İstinad nümunəsi kimi boş alüminium kyuvet istifadə edilmişdir.

Müxtəlif nəzəri yanaşmalardan (Kissincer metodu (4,5), Oqis və Bennet metodu (6), Matusita metodu (7), Qao və Vanq metodu (8) istifadə edərək, şüşə keçid proseslərinin və kristallaşmanın kinetikasını xarakterizə edən əsas parametrlər, - aktivləşmə enerjisi, Avram indeksi, Harbi əmsalı (şüşə əmələ gətirmə qabiliyyətinin göstəricisi), kövrəklik indeksi qiymətləndirilmişdir.

Şəkil 1-də 5, 10, 15 və 20 K/dəq qızdırılma sürətlərində $Se_{95}Te_5$ tərkibinin DSK əyriləri göstərilir.



Şəkil 1. XŞY Se₉₅Te₅ tərkibinin 5, 10, 15 və 20 K/dəq qızdırılma sürətlərində DSK ayriləri.

Bu qrafiklərdən şüşəyə keçidi (T_g), kristallaşma (T_p), ərimə (T_m) temperaturları təyin edilmiş və müəyyən edilmişdir ki, qızdırma sürətinin artması ilə T_g , T_p artır. Eksperimental DSC məlumatlarından istifadə edərək amorf matrisanın şüşəyə keçid temperaturunun kiçildilmiş qiyməti (T_g/T_m), kristallaşma və şüşəyə keçid temperaturları arasındakı fərqi ($T_c - T_m$), Hruby əmsalı (K_{gl}) və kövrəklik əmsalı (F_i) kimi parametrləri qiymətləndirilmişdir. Göstərilən parametrlərin ədədi qiymətinə əsasən XŞY Se₉₅Te₅ tərkibinin yaxşı şüşə əmələ gətirdiyi qənaətinə gəlinmişdir.

Cədvəl 1. Xalkogenid $Se_{95}Te_5$ tərkibininin kalorimetrik parametrləri.

Heatin grate	T_g (K)	T_c (K)	T_m (K)	K_{gl}	K_p	F_i	T_g/T_m	$T_c - T_m$ (K)
5	321	365,7	488,9	0,36	0,00042	22	0,66	44,7
10	326	374,6	457,3	0,59	0,000807	15	0,71	48,6
15	327,4	377,7	496,2	0,43	0,00119	13	0,66	50,3
20	328,8	380,8	497,8	0,44	0,00156	12	0,66	52

Struktur çevrilmələrin kinetikasına dair mövcud nəzəriyyələrdən istifadə etməklə, maddənin şüşəvari haldan özlü hala keçməsi zamanı struktur relaksasiyalarının aktivləşmə enerjisi (140,24 kC/mol) təyin edilmişdir.

Kristallaşmanın mexanizmi və kinetikasi haqqında mövcud müxtəlif nəzəri yanaşmalardan istifadə etməklə kristallaşmanın aktivləşmə enerjisi, m və n əmsalları hesablanmış və kristallaşma mexanizmi haqqında müəyyən fikir irəli sürülmüşdür. Kristallaşma mexanizmini xarakterizə edən əmsalların ədədi qiymətləri ($n=2.51$; $m=1.9$) iki ölçülü böyümə ilə müşayiət olunan həcmli nüvələşməyə uyğundur. Başlanğıcda $\ln[-\ln(1-\kappa)] \cdot 10^3/T$ - dən asılılıq qrafikinə meylinin yüksək qiyməti

aktivləşmə enerjisinə, paralel şəkildə baş verən nüvələşmə və böyümə proseslərinin töhfə verməsi ilə əlaqələndirilmişdir. Vaxt keçdikcə birinci proses zəifləyir ki, bu da kristallaşmanın aktivləşmə enerjisinin azalması ilə müşayiət olunur.

Ədəbiyyat

1. Eggleton, B.J., Chalcogenide photonics: Fabrication, devices and applications. Introduction, *Opt. Express* 2010, vol. 18, no. 25, p. 26632.
2. G. Tao, H. Ebendorff-Heidepriem, A.M.Stolyarov, S.Danto, J.V.Badding, Y.Fink, J.Ballato, A.F.Aboyraaddy, Infrared fibers, *Adv.Opt. Photonics* 7 (2015) 379 e 458.
3. W.H.Kim,V.Q.Nquyen, L.B.Shaw, L.E.Busse, C. Florea, D.J. Gibson, R.R. Gattass, S.S. Bayya, F.H. Kung, G.D. Chin, R.E. Miklos, I.D. Aggarwal, J.S. Sanghera, Recent progress in chalcogenide fiber technology at NRL, *J. Non-Cryst. Sol.* 431 (2016) 8e15.
4. Kissinger HE. Variation of peak temperature with heating rate in differential thermal analysis. *J Res Natl Bur Stand.* 1956;57 :217–21.
5. Kissinger HE. Reaction kinetics in differential thermal analysis. *Anal Chem.* 1957;29:1702–6.
6. Augis JA, Bennett JE. Calculation of the Avrami parameters for heterogeneous solid state reactions using a modification of the Kissinger method. *J Therm Anal.* 1978;13:283–92.
7. Matusita K, Komatsu T, Yokota R. Kinetics of non-isothermal crystallization process and activation energy for crystal growth in amorphous materials. *J Mater Sci.* 1984;19:291–6.
8. Gao YQ, Wang W. On the activation energy of crystallization in metallic glasses. *J Non-Cryst Solids.* 1986;81:129–34.

İÇİNDƏKİLƏR

HUMANİTAR VƏ İCTİMAİ ELMLƏR

HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Kənan Cəfərov

Azərbaycanda xarici ticarət əlaqələrinin mövcud vəziyyəti
və inkişaf perspektivləri7

Anar Ahyev

İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə aqroparkların yaradılması
istiqlamətləri12

Aygün Hacıyeva

İnsan kapitalının elmi-nəzəri əsasları16

Bəylər İsmayilov

Sahibkarlıqda insan resurslarının idarəedilməsində
rəqəmsallaşdırılmanın rolu18

Elçin Nurulu

Ərzaq təhlükəsizliyi ilə bağlı problemlər22

Səməd Məmmədli

Satış siyasətinin mahiyyəti və xüsusiyyətləri27

Şəhriyar Əlizadə

Biznesdə bençmarkinq tədqiqinin elmi-metodoloji
aspektləri31

Solmaz Fərzəliyeva

Kontrollinq – idarəetmə sisteminin əsas konsepsiyası kimi ...35

Nəzrin Yəhyayeva

BBU-da tədrisin əmək bazarının tələblərinə
uyğunlaşdırılması tədbirlərinin qiymətləndirilməsi39

Nadir Süleymanov

Azərbaycanda işsizlik, məşğulluq problemləri və onların
həll yolları43

Kamran Sultanov

Investments in green energy infrastructure in Azerbaijan47

Gülay Məmmədli	
Müasir bank xidmətlərinin mahiyyəti və xüsusiyyətləri	52
Hüsü Atamov	
Azərbaycanda daxili bazarın inkişafı və onun problemləri	57
Kəmalə Sultanova	
Marketinq və onun şirkətin strategiyasındakı rolu	62
Cəmilə Ələsgərli	
Büdcəyə vergi daxilolmaları və ona təsir edən amillər	66
Nərgiz Bəşirova	
Bankların aktiv əməliyyatlarının təşkilində rəqəmsal texnologiyanın rolu	70
Nəzrin Əliyeva	
Azərbaycanda media bazarının inkişafının təhlili	74
Sevinc Yoldaşlı	
Pedaqoji texnologiyaların mahiyyəti və məzmunu	77
Səidə Rüstənzadə	
Təlim prosesində istifadə olunan digər pedaqoji texnologiyalar	80
Pərvin Salahlı	
Kommersiya banklarında bank risklərinin idarə olunmasının zəruriliyi və idarəetmənin təşkili prinsipləri	82
Ləman Nəbiyeva	
Kommersiya banklarının pul dövriyyəsinin və hesablaşma əməliyyatlarının təşkili ilə bağlı fəaliyyətinin iqtisadi mahiyyəti	86
Leyla Ağayeva	
“Panda school”da innovasiya fəaliyyətinin istiqamətləri	91
Rövşən Əliyev	
Məşğulluq sosial təhlükəsizliyin mühüm amili kimi	97
Hüseyn Həsənov	
Müəssisədə texnoloji tətbiqlər və innovasiyaların əhəmiyyəti	103
Fuad Əliyev	
Azərbaycanın ipoteka bazarının ölkənin sosial-iqtisadi həyatında rolu və əhəmiyyəti	106

Müşgünaz Göyüşova	
Qarabağ iqtisadi rayonunda təhsilin yenidən təşkili strategiyası	111
Cavanşir Ramazanov	
Kiçik və orta sahibkarlıq sahəsində biznesin təşkilinin səciyyəvi cəhətləri	114
Samir Məhəmmədov	
Kommersiya fəaliyyəti və onun xüsusiyyətləri	119
Xəyalə Məmmədli	
Neft sənayesinin mahiyyəti, məqsədi və metodoloji əsasları	124
Yelmar Məmmədov	
Hadisə turizminin inkişafının istiqamətləri və turist axınlarına təsiri	129
Günel Aslanova	
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonunda turizmin inkişaf perspektivləri	133
Xanlar Mustafayev	
Turizm məhsullarının cəlbedicilik amilləri və marketing işinin təşkili	137
Cabir Fərzəlizadə	
Yerli özünü idarəetmənin təşkili prinsipləri	142
Qəzənfər Zamanov	
Müəssisənin maliyyə nəticələrinin uçotunun qiymətləndirilməsi	146
Pınar Şükürova	
Bələdiyyə idarəçiliyinin səmərəli təşkilində informasiya kommunikasiya texnologiyalarının rolu	150
Rövşən Əliyev	
Regionlarda məşğulluq və işsizliyin səviyyəsinin müasir vəziyyəti	153
Ramazan Məmmədov	
Narkotik vasitələrin, psixotrop maddələrin və onların prekursorlarının qanunsuz dövriyyəsinə qarşı mübarizə haqqında	158

Bahrüz Valizada	
Cryptocurrency in the financial system of United States	163
Subhan Rustamzada	
Scrutiny of financial markets and the relationship between them	168
Mujgan Salmanova	
International marketing strategy	174
Bahrüz Valizada	
Financial index in US: in case of NASDAQ and Dow Jones	178
Mujgan Salmanova	
Firms in a globalized environment of entrepreneurship formation of the marketing concept	184
Səmra Elçinqızı	
Kıpr müzakirələri	187

TƏBİƏT ELMLƏRİ NATURAL SCIENCES

Murad Tarverdiyev, Sevinc Atayeva	
$Se_{95}Te_5$ xalkogenid şüşəvari sisteminin istilik xassələri	190

İmzalandı: 18.06.2024
Formatı: 60/84, 1/16
H/n həcmi: 12,5 ç.v.
Sifariş: 772

<https://aem.az> saytında çap olunub.

Ünvan: Bakı şəh., Mətbuat prospekti, 529-cu məh.,

“Azərbaycan” nəşriyyatı, 6-cı mərtəbə

Tel.: + 994 50 209 59 68

+ 994 55 209 59 68

+ 994 12 510 63 99

e-mail: info@aem.az

