

ISSN 1682-9123



# ODLAR YURDU UNİVERSİTETİNİN ELMİ VƏ PEDAQOJİ XƏBƏRLƏRİ

THE SCIENTIFIC AND  
PEDAGOGICAL NEWS OF  
**ODLAR YURDU  
UNIVERSITY**

НАУЧНЫЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ  
ИЗВЕСТИЯ УНИВЕРСИТЕТА  
**ОДЛАР ЮРДУ**

2020

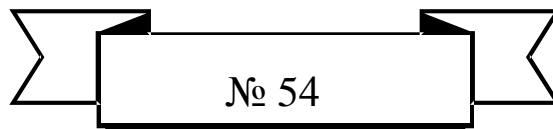
№ 54

[WWW.JOURNAL.OYU.EDU.AZ](http://WWW.JOURNAL.OYU.EDU.AZ)

ISSN 1682-9123

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
ODLAR YURDU UNİVERSİTETİ

ODLAR YURDU UNİVERSİTETİNİN  
ELMİ VƏ PEDAQOJİ  
XƏBƏRLƏRİ



Bakı ☆ 2020 ☆ Baku

**Baş redaktor: f.r.e.d., prof.Ə.A.VƏLİYEV**

**Məsul katib:** f.-r.e.n., dosent F.K.Xudaverdiyev

**Humanitar elmlər üzrə baş redaktor müavini:** h.e.d.S.Ə.Vəliyev

**Dəqiq elmlər üzrə baş redaktor müavini:** prof.F.S.Məmmədov (Türkiyə)

**Redaksiya heyətinin üzvləri:** akad.A.M.Paşayev, akad.T.Ə.Bünyadov, AMEA müxbir üzvü R.S.Qurbanov, i.e.d.Ə.Q.Əlirzayev, f.r.e.d.Ə.X.Şamilov (Türkiyə), f.e.d.R.K.Rəsulov, tibb e.d.Z.Ö.Qarayev, tibb e.d.Ə.V.Musayev, tibb e.d.M.H.Əliyev, i.e.d.M.M.Bağirov, akad.N.Q.Cəfərov, psixologiya e.d.Ə.T.Baxşəliyev, tex.e.d.M.İ.Əliyev, tex.e.d.N.H.Cavadov, tex.e.d.T.S.Abdullayev, AMEA müxbir üzvü prof. Q.C.İmanov, prof.A.Avey (Türkiyə), prof.M.Cəmşidi (ABŞ), prof.K.V.Bonfiq (Almaniya), prof.X.D.Barkero (İspaniya), prof.H.B.Meladze (Gürcüstan), prof.A.Çxeidze (Gürcüstan), prof.K.Kordzaiya (Gürcüstan), prof. Y.M.Morozov (Rusiya), i.e.f.d.M.Ə.Vəliyev, h.e.f.d.H.D.Qənbərov, f-r.e.n.N.Q.Zeynalov, i.e.f.d.Ə.H.Ələkbərov, f-r.e.n.M.B.Vəliyev, sos.e.f.d. F.Ş.Həsənov, p.e.n.S.V.Vəliyeva, b.e.f.d. T.H.Kərimova, f.e.f.d. S.X.Abdurəhmanova, prof. E.M.Rzazadə

**Журнал рецензируется и реферруется в ВИНТИ (№10211-5335/54-34)**

Redaksiyanın ünvanı:

Azərbaycan Respublikası, Bakı AZ1072, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13, Odlar Yurdu Universiteti, Ümumi Şöbə

Tel.: (ofis) (+994 12) 465 82 62, (+994 12) 465 82 00

(mob.) (+994 51) 572 34 36, (+994 50) 378 86 30

Faks: (+994 12) 465 67 05

<http://www.journal.oyu.edu.az>

e-mail: journal@oyu.edu.az

OYU-2020

## TƏSİSÇİ:

Odlar Yurdu Universiteti

Jurnal 1998-ci ilin dekabr ayından nəşr olunur

Dövriliyi ildə ən azı iki dəfədir

Jurnal Azərbaycan Respublikası Ədliyyə Nazirliyi tərəfindən rəsmi qeydiyyatda alınmışdır. Qeydiyyat nömrəsi: AB022011, 27.11.1998

Jurnal Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyası tərəfindən riyaziyyat, mexanika, iqtisad, texnika, tibb, əczaçılıq, biologiya, aqrar, hüquq, tarix, antropologiya, siyasətşünaslıq, psixologiya, pedaqogika və filologiya elmləri sahəsində tövsiyə edilən elmi nəşrlər siyahısına daxil edilmişdir

*Redaksiyanın ünvanı:* Bakı AZ1072, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13, Odlar Yurdu Universiteti, Ümumi şöbə

Tel.: (051) 572 34 36  
Faks: (012) 465 67 05  
[http:// journal.oyu.edu.az](http://journal.oyu.edu.az)  
e-mail: [journal@oyu.edu.az](mailto:journal@oyu.edu.az)

## УЧРЕДИТЕЛЬ:

Университет Одлар Юрду

Издается с декабря 1998 года

Выходит не менее двух раз в год

Официально зарегистрирован Министерством Юстиции Азербайджанской Республики. Регистрационный номер: AB022011 от 27.11.1998

Включен в перечень изданий, рекомендованных ВАК при Президенте Азербайджанской Республики для публикации основных результатов кандидатских и докторских диссертаций в области математики, механики, экономики, технических наук, медицины, фармакологии, биологии, аграрной науки, права, истории, антропологии, политологии, психологии, педагогики и филологии

*Адрес редакции:* Баку AZ1072, ул. Кёроглу Рахимова 13, Университет Одлар Юрду, Общий отдел

Тел.: (051) 572 34 36  
Факс: (012) 465 67 05  
[http:// journal.oyu.edu.az](http://journal.oyu.edu.az)  
e-mail: [journal@oyu.edu.az](mailto:journal@oyu.edu.az)



**İQTİSADİYYAT  
ELMLƏRİ BÖLMƏSİ**

UOT № 65.01

## MARKETİNQ FƏALİYYƏTİNİN MÜASİR İNKİŞAF MEYLLƏRİ

**A.A.İbayev**

Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti  
Bakı, Azadlıq prospekti, 34  
e-mail: arif.ibayev@mail.ru

**Açar sözlər:** marketinq, idarəetmə, sosial şəbəkələr, reklam  
**Keywords:** marketing, management, social networks, advertising  
**Ключевые слова:** маркетинг, менеджмент, социальные сети, реклама

Son illər dünya ölkələrinin aparıcı şirkətləri arasında geniş yayılan SMM (sosial media marketinq) adlı yeni bir marketinq növü meydana gəlmişdir. Bunun əsas səbəbi ənənəvi marketinq üsullarından istifadənin zamanın tələbləri ilə ayaqlaşmamasıdır. Yeni texnologiyanın inkişaf etməsi ilə əlaqədar sosial şəbəkələrin yayılması sosial media marketinqinin inkişafını sürətləndirmiş, həmçinin bu sahəyə tələbatın artmasına gətirib çıxarmışdır. Sosial media marketinqi dünyada ən çox istifadə olunan sosial şəbəkələr vasitəsilə hər hansı məhsul və xidmətlərin reklam çarxları və animasiya şəklində geniş kütlələrə çatdırılmasıdır.

Göründüyü kimi, marketinq fəaliyyətində tətbiq olunan texnologiyalar kütləviliyinə, effektivliyinə, istiqamətliliyinə, əldə olunan nəticənin növlərinə və fəaliyyətin vaxtına görə fərqlənirlər. Marketinq planlaşdırılmasında onun strategiyasının vacib elementlərindən biri olan CRM-texnologiyalarından (*Customer Relationship Management* - müştərilərlə qarşılıqlı təsirlərin idarəedilməsi) istifadə olunmasını şərti olaraq dörd mərhələyə ayırmaq olar: 1-ci mərhələyə OLAP və *Data Mining* texnologiyaları vasitəsilə müştərilər haqqında məlumatların təhlili, 2-ci mərhələyə marketinq məqsədləri, 3-cü mərhələyə marketinq proqramları və 4-cü mərhələyə marketinq strategiyaları aiddir. Bütün bunlar marketinq planlaşdırılmasının yeni dövrü adlanır.

Marketinq planlaşdırılması prosesində istifadə olunan məlumatlar əsasən 4 kompleksin analitik alətlər bazası əsasında, yəni bazarın mövcud monitorinqi üzrə məlumatlar, alıcılar və satışlar üzrə məlumatlar (CRM), müəssisənin daxili proseslərinin effektivliyi üzrə məlumatlar (MRR, ERP və s.) və ekspert sorğusu əsasında əldə olunmuş məlumatlar əsasında həyata keçirilir.

Marketinqin fəaliyyətinin müasir inkişaf meyllərindən olan «Partizan» marketinqi (*guerrilla marketing*) elə bir marketinq texnologiyalarıdır ki, bunlar ümumən qəbul olunmuş reklam kommunikasiyaları və mal irəlilişi üsullarının və vasitələrinin çərçivəsindən kənara çıxırlar. Bu marketinq növünün əsas fərqli cəhəti reklama çox pul xərclənməmək məqsədilə kreativ düşüncənin imkanlarından istifadə olunmasından ibarətdir. Partizan marketinqi qeyri-standartlıq, qeyri-ənənəvilik, aydın həqiqətdən imtina edilməsi və artan qıvrıqlıq, məhdud imkanlar daxilində yüksək nəticələr əldə olunması deməkdir. Partizan marketinqi güclü rəqibə qarşı çox da bahalı olmayan, lakin çox effektiv dəqiq zərbə və diversi-

yalardan istifadə edilməsidir. Partizan marketinqi kimi, heç bir pul qoymadan və yaxud lap az pul qoymaqla öz malını və xidmətini irəlilətmək, yeni müştəriləri cəlb etmək və öz mənfəətini artırmaq üçün istifadə olunan azbüdcəli reklam və marketinq üsulları adlandırılır.

Buna görə də partizan marketinqini həmçinin «azbüdcəli marketinq» və yaxud «azxərcli marketinq» də adlandırırlar. Azbüdcəli marketinq özlüyündə çoxdandır ki mövcuddur. Xərcsiz reklam üzrə misallara qədim yunan və qədim Roma kitablarında rast gəlmək olar. «Partizan marketinqi» anlayışını ilk dəfə olaraq Amerika reklamçısı Cey Konrad Levinson (*Jay Conrad Levinson*) tətbiq etməyə başlamış və onun nəzəri bazasını əsaslandırmışdır. O, əvvəllər «Leo Barnett» reklam agentliyinin kreativ direktoru işləmiş və 1984-cü ildə bu adda kitab çap etdirmişdir. Kitab kiçik biznes sahibləri üçün nəzərdə tutulmuşdu və əzməsrəfli reklam üsullarına həsr olunmuşdur. «Partizan» ifadəsini müəllif hərbi işdən götürmüşdür: bundan ağır silahlar olmadan az saylı dəstələrlə müharibə aparılmasında istifadə olunur. Bundan məqsəd də reklam büdcəsi böyük olmayan və mal irəlililişi üçün bahalı üsullara malik olmayan kiçik bizneslə oxşarlığı qeyd etməkdən ibarət idi. Levinson tərəfindən təklif olunan yanaşma, əsasən, bahalı əvəzinə ucuz reklam daşıyıcılarından vizit kartlarından, vərəqələrdən, lövhələrdən, bukletlərdən, açıqlamalardan və s. istifadə olunmasına gətirilirdi.

Partizan marketinqinin, onu klassik marketinqdən fərqli edən birinci xüsusiyyəti KİV-də ənənəvi reklamdan imtina etməkdən ibarətdir. Bunun əvəzində ya ucuz reklam daşıyıcılarından, ya da ki, dolayı irəlililiş yollarından, qeyri-ənənəvi reklam kanallarından istifadə olunur. Məsələn, güllərin çatdırılması xidməti öz reklamını bayram tortlarının qabları üzərində yerləşdirir – məclisə gedirsənsə tort artıq almısan, indi də gül sifariş et. Partizan marketinqinin ikinci xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, onun bir çox fəndləri nəticəni ya dərhal, yaxud da qısa bir müddətdən sonra verirlər. Belə ki, kiçik biznes nağd pul ehtiyatına malik olmadığı üçün, o aylarla gözləyə bilməz ki, reklam nə vaxt öz işini görəcəkdir, partizan marketinqi isə bir sıra elə alətlər təqdim eləyir ki, demək olar ki, sonrakı gün yeni müştəriləri əldə etmək mümkün olur.

Partizan marketinqinin daha bir xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, onun metodları bəzən rəqiblərin gözüne görünür və buna görə də onların surəti də çıxarıla bilinmir. Əgər firmanın adi reklam fəallığı potensial nəinki müştərilərin, həm də rəqiblərin gözüne görünürsə, bu zaman reklamın «partizan» üsulları kənar gözlərdən gizlədilmişdir və bu reklamı ancaq potensial alıcılardan başqa heç kim görməyəcəkdir. Partizan marketinqinin sonrakı xüsusiyyəti reklam «qızğın silahlanmasından» (bu zaman rəqiblər reklam büdcəsi ilə başqalarını əzmək, daha çox reklam lövhələrini yerləşdirmək, radio və televiziya reklam çarxlarını buraxmaq istəyində olurlar). Bunun əvəzində isə «partizanlar» reklamın effektivliyini qaldırmaq hesabına, daha incə reklam gedişlərinin edilməsi, potensial müştərilərə daha dəqiq nişan alma yolu ilə müştəriləri qazanmaq istəyirlər. İnternet istifadəçilərinin diqqətini çəkmək və ya reklam ilə onların marağını “satın almaq” mümkündür. Amma istifadəçi etibarını pul ilə almaq imkansızdır. Bu etibar isə qazanmaq lazımdır. Sosial media hədəf kütlələr ilə birbaşa kommunikasiyanın qurulması üçün effektiv platformadır. Bu gün sosial şəbəkə auditoriyaları televiziya kanallarının auditoriyası ilə müqayisə olunur. Bəzi hallarda isə sosial şəbəkələr televiziya üstələyir. Lakin sosial şəbəkələrdəki insanlar TV tamaşaçıları ilə müqayisədə daha diqqətli və aktivdirlər. SMM birbaşa olaraq insanlarla ünsiyyətə girməkdir.



SMM-in əsas üstünlüyü onun sürətliliyidir, yəni zamandan və məkandan asılı olmadan, kütləyə rahat şəkildə istənilən növ məhsulun çatdırılması, hər hansı tip istehlakçıya yönəldilməsi, marketinqi həyata keçirən menecerlər tərəfindən daha əlverişli marketinq fəaliyyətini həyata keçirməkdir. Bunun üçün sosial şəbəkələrdə reklam yerləşdirərkən əvvəlcədən müəyyən anket vasitəsilə məlumatın hansı hədəf kütləyə istiqamətlənməsi menecer tərəfindən müəyyənləşdirilir [3]. Sosial platformada məhsullara tələbi daha uyğun olan istifadəçilər tapılır və reklamlar birbaşa onlara çatdırılır. Məsələn, uşaq geyimləri mağazasına sahibsinizsə, reklamlarınızı evli və ya valideyn olan insanlar görəcək. Bu isə sizi əlavə reklam xərclərindən xilas edəcəkdir.

Marketinqin effektivliyinin statistikasının dəqiq ölçülməsi üçün marketinq üsullarından istifadə edilir. Ənənəvi marketing zamanı dəqiq statistika aparmaq mümkün olmadığı halda, SMM-in istifadəsi zamanı statistika hazır şəkildə qrafiklərlə istehsalçı firmaya təqdim oluna bilər. Nəticədə aparılan marketinqin effektivliyini aydınlaşdırmaq və çatışmazlıqları aradan qaldırmaq daha əlçatan olur.

Sosial media marketinq menecerinin üzərinə düşən yük olduqca böyükdür. SMM meneceri istehlakçı davranışlarını dərinlən öyrənməli və təkmilləşdirməlidir.

Doğru bazar araşdırması aparən menecer bu sahədə uğur əldə etmək üçün ayrılan vəsaitlərdən daha çox qazanc əldə etmə məqsədində olur.

Dünyada SMM həyata keçirən social media şirkətlərinə misal olaraq Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn və s. misal göstərmək olar. Bu tip media nəhənglərin reklam verən şirkətlərə qoyduğu tələblər də çox yüksəkdir. Bunun əsas səbəbi isə istifadəçilərin yüksək keyfiyyətli məhsullar əldə etməsini təmin etmək həmçinin reklam verən şirkətlərə daha yüksək qazancı təmin edə bilməkdir.

1,3 milyard istifadəçisi olan Facebook markalar üçün ən uğurlu reklam platformalarından biridir. Bu platformada məhsul və ya xidmətinizi coğrafi məkan (ölkə, şəhər), demoqrafik (yaş, cins, ailə vəziyyəti) ilə reklam edə bilərsiniz. Bundan əlavə, Facebook məqsəd və maraqlarınıza görə aşağıdakı reklam modellərini təklif edir:

- veb saytınızdakı aktivliyin artırılması;
- markanın tanınması arealının genişləndirilməsi;
- messenger reklamları;
- Facebook səhifənizin daha çox istifadəçiyə tanınması və s.

Yuxarıda göstərilənlərdən birini və ya bir neçəsini və bir çox digər reklam növünü seçərək SMM-dən yararlanmaq mümkündür.

Instagram isə 2015-ci ildən bəri reklam platformalarını açıq elan etdi. Facebook reklamları kimi Instagram reklamları da hər təəssürata və klik başına görə ödəmə formasına sahibdir. Instagram sizə üç reklam modelini təqdim edir:

- bir fotosəkilli reklamlar;
- iki və daha çox fotosəkilli reklamlar;
- video reklamlar.

Əlbəttə ki, bu reklam modellərindən istifadə edərkən istifadəçilərin reklam təcrübəsi də nəzərə alınır. Beləliklə, bəzi istifadəçilər görüntü reklamlarına reaksiya verirsə, digərləri daha çox video reklamlarına diqqət yetirə bilər.

Bu gün dünyada 2 milyarda yaxın, Azərbaycanda isə 3 milyona yaxın insan sosial şəbəkə istifadəçisidir və informasiya əldə etmək, iş əlaqələri qurmaq, dostları ilə ünsiyyət yaratmaq, faydalı bildiyi məlumatları paylaşmaq, oyun oynamaq, film, musiqi izləmək və s. kimi müxtəlif məqsədlərlə bir və ya bir neçə sosial media platformasından istifadə edir.

Marketing nöqteyi-nəzərindən baxsaq, 3 milyona yaxın auditoriya hazırda Azərbaycanda ən böyük auditoriyadır. Sosial media marketinginin ənənəvi marketingdən bir sıra üstün cəhətləri də var. Ənənəvi marketing fəaliyyəti zamanı siz hədəf auditoriyanızı təxmini seçə bilərsiniz, amma rəqəmsal alətlərlə bu auditoriyanı dəqiqliklə müəyyən edə bilərsiniz.

Ənənəvi marketingdə müştərilərin sizin mesajınıza necə reaksiya verdiyini öyrənməyiniz demək olar ki, mümkün deyil, amma rəqəmsal mühitdə bunu anbaan izləyə bilərsiniz. Bu zaman reaksiyaları, təklif və ya iradları analiz edə bilərsiniz ki, bu da analizlərin düzgün aparılmasına və gələcək strategiyanın düzgün qurulmasına yardımçı olur [2].

SMM-in əsas üstünlüklərindən biri də qiymətlərinin ucuz olmasıdır. Ənənəvi marketingdə hər 1000 nəfərə məlumat çatdırmaq üçün 40 dollaradək vəsait xərcləyirsinizsə, sosial şəbəkədə 1000 nəfərə məlumat çatdırmaq 1 dollara, bəzən hətta 1 qəpiyə başa gəlir.

Bütün bu deyilənlərə misal olaraq, 2018-ci ildə Amerikalı iş adamı Elon Musk özünün sahibi olduğu SpaceX şirkətinin hazırladığı kosmik raket vasitəsilə digər sahibi olduğu Tesla şirkətinin istehsal etdiyi Tesla Roadster markalı avtomobilini kosmosa göndərərək, bu hadisəni Facebook sosial şəbəkəsi vasitəsilə canlı yayımlamış və 13 milyon izlənmə əldə etmişdir. Nəticədə həmin reklam kompaniyası pulun ala biləcəyi bütün reklamları geridə qoydu [1]. Bu tip reklam marketingdə yeni bir yol açaraq tarixə yazıldı. Sosial media vasitəsilə aparılan bu reklam müasir dövrdə SMM-in təsiredici qüvvəsinin çox böyük olmasını bir daha sübuta yetirdi.

### **Ədəbiyyat**

1. Parasının satın almayacağı reklamı yaptı  
<https://www.yenisafak.com/teknoloji/parasinin-satin-alamayacagi-reklami-yapti-3110060>
2. What is social media marketing? <https://buffer.com/social-media-marketing#>
3. Sosial medya pazarlama nedir? <http://hakanarik.com.tr/sosyal-medya-pazarlama/sosyal-medya-pazarlama-nedir.html>

### **MODERN TRENDS IN MARKETING ACTIVITIES**

**A.A.İbayev**

### **SUMMARY**

Today, it is impossible to imagine marketing activities without the use of modern innovations to strengthen the competitive market of products and services. SMM (Social Media Marketing) is a promotion and advertising of products and services in social networks. Social Media Marketing is an effective tool for bringing potential customers to the website of a company that provides services or sells products on social networks, blogs or forums.

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ  
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**А.А.Ибаев**

**РЕЗЮМЕ**

В современную эпоху укрепление на конкурентном рынке товаров и услуг невозможно представить без использования современной и инновационной маркетинговой деятельности. SMM или маркетинг в социальных сетях - это продвижение товаров и услуг и их рекламирование. Маркетинг в социальных сетях – эффективный инструмент привлечения потенциальных клиентов на сайт компании, которая предоставляет услуги или продает продукты в социальных сетях, блогах и форумах.

*Məqalə redaksiyaya 3 dekabr 2019 tarixində daxil olmuş, 11 dekabr 2019 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## ÖLKƏ İQTİSADİYYATININ İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİNDƏ TEXNOPARKLARIN ROLU

**V.Ə.Qurbanov, N.Ə.Nuriyeva**

Dövlət İdarəçilik Akademiyası  
Bakı, Lermontov küçəsi 74  
e-mail: vaqifqurbanov494@gmail.com

*Açar sözlər:* texnopark, iqtisadiyyat, universitet

*Keywords:* technopark, economy, university

*Ключевые слова:* технопарк, экономика, университет

Texnoparklar ixtisaslaşmış mütəxəssislər tərəfindən idarə olunan təşkilatlardır və onların əsas məqsədi innovasiya mədəniyyətini, əlaqədar müəssisələrin və elmi əsaslı qurumların rəqabət qabiliyyətliliyini dəstəkləyərək xalqın sərvətini artırmaqdır.

Bu hədəflərə çatmaq üçün texnoparklar universitetlər, elmi-tədqiqat müəssisələri, şirkətlər və bazarlar arasında bilik və texnologiya axınıni stimullaşdırır və idarə edir; inkubasiya və spin-off prosesləri vasitəsilə innovasiya əsaslı şirkətlərin yaranmasını və inkişaf etməsini asanlaşdırır; yüksək keyfiyyətli məkan, vergi güzəştləri ilə birlikdə digər yüksək keyfiyyətli xidmətlər də təqdim edir [1].

Bu birləşmələr dünyanın müxtəlif ölkələrində müxtəlif adlarla adlandırılır. Amerikada Research Park (Araşdırma Parkı), İngiltərədə Science Park (Elm Parkı), Fransada Technopole (Texnologiya Şəhəri), Almaniyada Gründerzentrum (Təsis Mərkəzi), Yaponiyada Technopolis (Texnologiya şəhəri) və s. bu kimi terminlərdən istifadə edilir. Aralarında böyük fərqlər olmasına baxmayaraq, bu terminlər eyni mənada istifadə edilir.

### **Texnoparkların işsizliyin azaldılmasına təsiri**

Texnoparkların ən böyük sosial-iqtisadi faydalarından biri iş imkanı yaradaraq işsizliyin azaldılmasına səbəb olmasıdır. Ancaq ilkin mərhələdə texnoparklara qoşulan firmalar daha çox ixtisaslaşmış kiçik bir işçi qrupu ilə işləməyə üstünlük verirlər. Vaxt keçdikcə texnoparklar böyümələri ilə bərabər daha çox firmanı tərkibinə qatararaq, işsizliyin aradan qaldırılmasına töhfə verəcəkdir.

Texnoparkların yaradılması yeni iş yerlərinin yaranmasına səbəb olsa da, məlum olduğu kimi bu problemin səbəbi yalnız iş yerlərinin çatışmaması deyil, eyni zamanda işsizlərin və iş axtaranların peşə-ixtisas təhsilinin və əmək vərdişlərinin müasir əmək bazarının tələblərinə cavab verməməsidir [2].

### **Texnoparkların sahibkar və təşəbbüskarlar üçün avantajları**

Bishop, D'este və Neely, şirkətlər və universitetlər arasındakı əlaqəni anlamaq üçün, universitetlərlə birgə çalışan firmaların əməkdaşlığının növləri, bu əməkdaşlığa təş-

viqlər, maneələr və əməkdaşlıqdan əldə edilən nəticələrlə, faydaları anlamağa istiqamətmiş araşdırma aparmışlar. Firma ilə universitetlərin qarşılıqlı fəaliyyətindən doğan faydaların vacibliyini qiymətləndirmək üçün aparılan bu araşdırmanın sonunda, firmalara görə ən önəmli faydaların “problem həll etmə qabiliyyəti” və “anlama gücünün artışı” olduğu ortaya çıxmışdır. Bu vəziyyət firmaların sadəcə araşdırma nəticələri əldə etməkdən və daha yaxşı qavrama gücündən faydalanmadığını, ayrıca problem həll etmək üçün bilik transferindən də faydalandığını ortaya çıxarmışdır. Ayrıca, bu araşdırmanın nəticələrinə görə, firmaların 30%-nin universitet ilə olan əlaqələrinin daha sonrakı fəaliyyətləri üçün də əhəmiyyətli olacağını düşündüklərini göstərmişdir. Universitet-sənaye əməkdaşlığı, yeni məhsulların və ya xidmətlərin bazara müvəffəqiyyətli bir şəkildə çıxardılmasına kömək edir. Əlavə olaraq, analizin nəticəsinə görə fərqli sektordakı firmaların universitetlərlə əməkdaşlığından doğan faydaları fərqli qiymətləndirdikləri də ortaya çıxmışdır. Məsələn, nəqliyyat və kimya sektoru “anlama qabiliyyətini inkişaf etdirmə” mövzusunda önəm verdiyi halda, araşdırma/inkişaf etdirmə sektoru “magistratura və doktorantura tələbələrinin işə alınmasına”, ən çox əhəmiyyət verən tərəfdir. İctimai xidmətlər və nəqliyyat sektoru isə “problem həll etmə”ni ən önəmli fayda olaraq qəbul etməkdədir [3, s. 59-60].

- ✓ Texnoparklar firma və elmi-tədqiqat mərkəzləri (universitetlər) arasında sinerji meydana gətirir;
- ✓ Tərəfdaşlar arasında informasiya, bilik və texnologiya mübadiləsinə asanlaşdırır və təşviq edir;
- ✓ Firmalar, universitet və sənaye arasındakı əlaqələri çox daha yaxşı dərk edir;
- ✓ Universitetlər elmi bilik və təcrübəni firmalara çatdırır;
- ✓ Texnoparklar firmalar üçün mühüm bir resurs şəbəkəsi təmin edir [4, s. 34]:

Yeni yaradılan firmaların inkişaf etməsi və ölkə iqtisadiyyatına fayda verməsi üçün ilkin mərhələdə dövlət tərəfindən dəstəklənməlidir. Ölkəmizdə texnoparklara daxil olan rezidentlərin qeydiyyatına alındığı tarixdən 7 il müddətinə gəlir, mənfəət, əlavə dəyər, əmlak, torpaq və gömrük vergisindən azad edilməsi həm xarici investisiyanın artmasına həm də təşəbbüskarlar tərəfindən qurulan yeni firmaların ortaya çıxmasına şərait yaradacaqdır [5].

### **Texnoparkların universitetlər üçün faydaları**

Texnoparkların universitetlərə faydaları aşağıdakılardır:

- a) Texnoparklar sayəsində Universitetlər sənaye müəssisələri ilə daha çox və daha effektiv əlaqələr qurmaq üçün fürsət əldə edirlər.
- b) Teknoparklar, eyni zamanda universitetlər üçün gəlir əldə etmək üçün bir vasitədir.

Universitetlərin gəlirləri əsasən aşağıdakı mənbələr hesabına formalaşır.

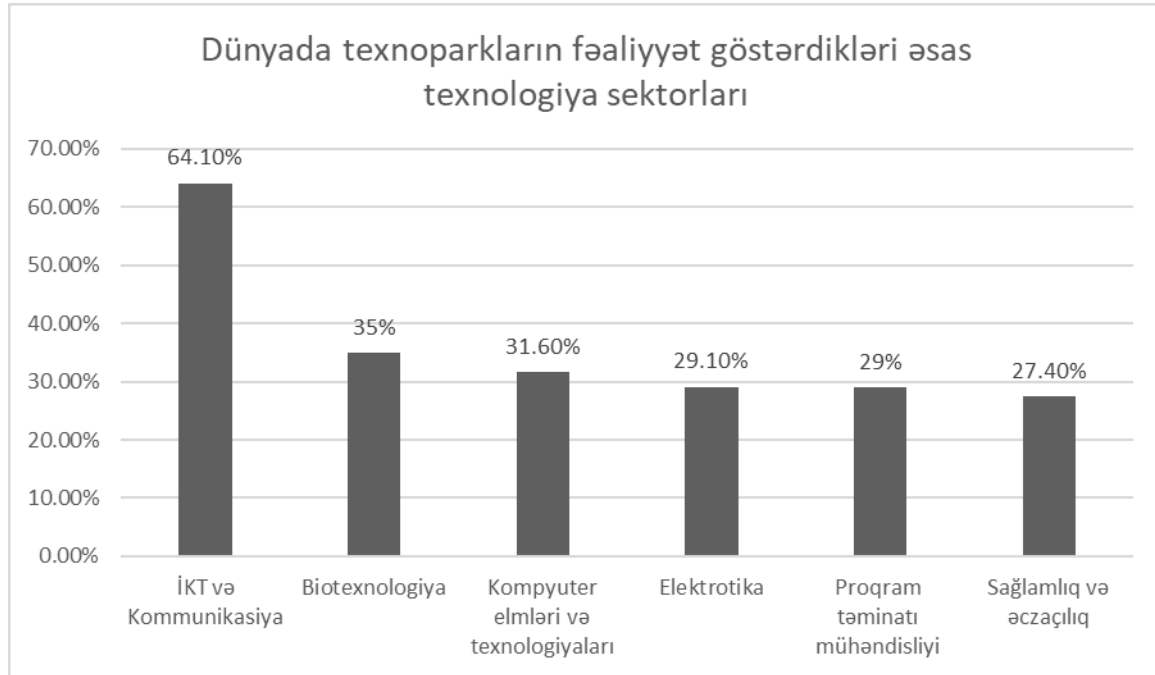
1. Universitetin müəllim heyətinin və tələbələrin araşdırmalarının, innovativ fikirlərinin iqtisadi dəyərə, məhsula çevrilməsi;
2. Araşdırmaları dəstəkləmək üçün ayrılan vəsaitlər;

3. Universitet tələbələrinin və işçi heyətinin alış-veriş etdiyi yerlərdən (bufet, yeməxana, sosial fəaliyyətlər) şirkətlərin işçilərinin də faydalanması ilə əldə ediləcək qazanclar, gəlir qaynaqlarına nümunə kimi göstərilə bilər [6, s.121-123].

### Texnoparkların makroiqtisadi faydaları

Müasir dünyada inkişaf etmiş ölkələr bilik iqtisadiyyatına keçmiş və ağır sənayelərini ucuz iş gücünün olduğu inkişaf etməmiş və ya inkişaf etməkdə olan ölkələrə daşıyırlar. Bu yolla, inkişaf etmiş ölkələr özləri bilik istehsalı və yeni texnologiyaların yaradılması ilə məşğul olub, daha çirkli və daha ağır işləri inkişaf etməkdə olan ölkələrə transfer edirlər. Bu vəziyyət inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün yüksək texnologiyalı və elm tutumlu məhsullar inkişaf etdirməyin vacibliyini göstərməkdir.

### Diaqram



Mənbə: IASP 2018

Texnoparkların texnologiya sektorlarına xüsusi bir diqqət yönəldib, yönəlməməsindən asılı olmayaraq, bəzi sektorların digərlərindən daha üstün olduğu hallar tez-tez görülməkdədir. Texnoparklar, innovasiya və əlavə dəyər üçün daha yüksək məhsuldarlıq göstərən sektorlar ilə ən uyğun texnologiya sektorlarını bir araya gətirməyə meyillidirlər. Anketə qatılan bütün texnoparkların 64,1%-i İKT və Kommunikasiyanın parklarında təmsil olunan 4 əsas texnologiya sektorundan biri olduğunu bildirmişdir.

### Nəticə

Texnoparklar yaradıldıqları ölkə və region üçün ən böyük faydalarından biri yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin, işə alınması ilə beyin köçü probleminin həllində rol oynamasıdır.

Azərbaycanın qlobal innovasiya indeksi üzrə göstəricilərinin 2017-ci il üçün maksimum 100 balıdan 30.58, 2018-ci il üzrə 40.39, 2019-cu ilin noyabr ayına qədərki dövr üzrə isə 30.21 bal olması Azərbaycanda innovasiya istehsal edən firma və universitetlərə olan ehtiyacı göstərir [7].

Yeni yaradılmış texnoparkların tərkibinə daxil olan firmalar-universitetlər və firmalar-firmalar arasındakı münasibətlər düzgün təşkil olunmalıdır. Texnoparklara əsasən yeni yaradılmış, elm tutumlu məhsullar istehsal edən və innovativ inkişafa təkan verən firmalardan təşkil olunmalıdır.

### Ədəbiyyat

1. <https://www.iasp.ws> (07.10.2019). International Association of Science Parks and Areas of Innovation
2. <https://static.president.az.pdf> (11.10.2019). “Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi”
- 3) Merve T. 2016. Üniversite-sanayi iş birliyi ve teknoloji geliştirme bölgelerindeki firmaların inovasyon yapma eğilimleri. Ankara üniversitesi örneği, s. 59-60, Ankara
- 4) Texnoparkların yaradılması üzrə beynəlxalq təcrübə. Bakı, “Çap ART” Nəşriyyatı, 2017, s. 34
- 5) <https://www.ameaytp.az.index.php.guez-stl-r> (21.11.2019). Texnologiyalar Parkının İdarəedici təşkilatına (operatora) və rezidentinə aid güzəştlər (yığcam forma)
- 6) Murat K.K. Türkiyə’de teknokentler: bir ampirik inceleme. s. 121-123, Isparta, 2007
- 7) <https://www.globalinnovationindex.org> (21.11.2019). Global Innovation Index
- 8) <https://www.iasp.ws/our-industry/statistics> (22.11.2019). IASP

## THE ROLE OF TECHNOPARKS IN THE DEVELOPMENT OF COUNTRY'S ECONOMY

V.A.Gurbanov, N.A.Nuriyeva

### SUMMARY

Technoparks are a commercial entity where industrial structures and research and educational institutions interact, and the knowledge and product resulting from this interaction is commercialized. In this article, the impact of technoparks on the economy is considered and attempts to clarify this issue are made.

## **РОЛЬ ТЕХНОПАРКОВ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ**

**В.А.Гурбанов, Н.А.Нуриева**

### **РЕЗЮМЕ**

Технопарки являются коммерческой организацией, в которой взаимодействуют промышленные структуры и научно-учебные заведения, а знания и продукты, полученные в результате этого взаимодействия, коммерциализируются. В данной статье исследуется влияние технопарков на экономику и предпринимаются попытки прояснить эту проблему.

*Məqalə redaksiyaya 26 yanvar 2020 tarixində daxil olmuş, 5 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*



UOT № 336.22

**SƏNAYELƏŞMƏ MİLLİ İNKİŞAF STRATEGİYASINDA  
PRIORİTET İSTİQAMƏTƏ ÇEVRİLİR**

**Z.Q.Quliyev**

Bakı Biznes Universiteti  
Bakı AZ1122, H.Zərdabi küçəsi 88a  
e-mail: [zakirquliyev@inbox.ru](mailto:zakirquliyev@inbox.ru)

*Açar sözlər:* investisiya, güzəştli kreditlər, sənayeləşmənin stimullaşdırılması, texnoloji parklar, sənaye şəhərcikləri, aqrar-sənaye sektoru, ərzaq təhlükəsizliyi

*Keywords:* investment, preferential credits, stimulating industry, teshnology parks, industrial settlements, agricultural and industrial sector, food safety

*Ключевые слова:* инвестиция, льготные кредиты, стимулирование промышленности, технологические парки, промышленные городки, аграрно-промышленный сектор, продуктовая безопасность

2018-ci il də Azərbaycan üçün uğurlu iqtisadi göstəricilərlə yadda qaldı. Dinamik inkişafını davam etdirməklə strateji hədəflərinə doğru irəliləyən ölkəmiz qeyri-neft sektorunun nəzərəcarpacaq artımı hesabına neft-qaz sektorundan asılılığın azaldılması, investisiya cəlbəediciliyinin, makroiqtisadi sabitliyin qorunub saxlanması, qlobal infrastruktur layihələrinin reallaşdırılması və digər mühüm istiqamətlərdə pozitiv göstəricilərə imza atdı. 2018-ci ildə iqtisadiyyatın bütün funksional sahələri üzrə optimal nəticələr əldə olundu, regionların sosial-iqtisadi inkişafına və biznes mühitinin liberallaşdırılmasına istiqamətlənmiş dövlət siyasətinin davam etdirilməsi istər ümumi daxili məhsulun, istərsə də strateji valyuta ehtiyatlarının artımına imkan yaratdı.

2018-ci ilin sosial-iqtisadi inkişafının yekunları bir sıra Avropa ölkələrində qlobal böhranın mənfi nəticələrinin hələ tam aradan qalxmadığı bir şəraitdə Azərbaycanda iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə yönəlmiş iqtisadi kursun səmərəliliyini bir daha sübuta yetirdi. 2013-cü ildə ümumi daxili məhsul istehsalının 5,8 faiz artaraq 57,7 milyard manata yüksəlməsi, qeyri-neft sektorunda real artımın 9,8 faiz olması, adambaşına düşən ÜDM-in həcmnin 4,4 faiz artaraq 6 min 132 manata (təxminən 8 min ABŞ dollarına), strateji valyuta ehtiyatlarının isə 50 milyard manata yüksəlməsi hökumətin yürütdüyü iqtisadi siyasətin mühüm uğurları sırasındadır. Bu faktlar ölkə iqtisadiyyatının sadəcə neft amili üzərində qurulmadığını, əldə olunmuş uğurlu nəticələrdə qeyri-neft sektorunun da mühüm paya malik olduğunu təsdiqləyir.

Həyata keçirilən tədbirlər Azərbaycanın investisiya cəlbəediciliyi baxımından üstünlüyünü təmin etmişdir. 2013-cü ildə ölkə iqtisadiyyatına qoyulan sərmayələrin həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət baxımından kəskin artımı respublikada yerli və xarici sərmayələri stimullaşdıran makroiqtisadi mühitin mövcudluğunu bir daha təsdiqləyir. Sahibkarlıq mühitinin sağlamlaşdırılması, biznesə başlama prosedurlarının sadələşdirilməsi, iş adamlarına dövlətin güzəştli kreditlərindən geniş istifadə imkanlarının yaradılması və digər mühüm tədbirlər iqtisadiyyata investisiya qoyuluşlarının həcminə və strukturuna müsbət təsirini göstərmişdir.

İnvestisiya cəlb ediciliyinə təsir göstərən mühüm amillər arasında iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, sahibkarlığın inkişafı və sənaye potensialının gücləndirilməsi tədbirləri xüsusi yer tutur. Bunun nəticəsi olaraq 2010-cu ildə ölkə iqtisadiyyatına 17,6, 2011-ci ildə 21,6, 2012-ci ildə 25,8 milyard dollar investisiya qoyulmuşdur. Prezident İlham Əliyevin Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramlarının icrasına həsr olunmuş konfransda vurğuladığı kimi, 2018-ci ildə ölkə iqtisadiyyatına investisiya qoyuluşları rekord səviyyədə artaraq 28 milyard dollara yüksəlmişdir [5].

Hesabat dövründə iqtisadi resurslardan düzgün və məqsədyönlü istifadə edilməsi, real sektorun dəstəklənməsi, sənayeləşmənin stimullaşdırılması, maliyyə-bank sektorunun fəaliyyəti üçün daha əlverişli şəraitin yaradılması, vergi mühitinin liberallaşdırılması tədbirləri ölkənin investisiya cəlb ediciliyinin yüksəlməsinə öz təsirini göstərmişdir. Bütün bunlar iqtisadi inkişafın keyfiyyətə yeni mərhələsində ölkənin sənaye potensialının genişləndirilməsini də obyektiv zərurət kimi gündəliyə gətirmişdir. Təsədüfi deyil ki, ölkə rəhbəri Nazirlər Kabinetinin son iclasında 2014-cü ili "Sənaye ili" elan etmişdir. Prezident İlham Əliyevin 2014-cü il 10 yanvar tarixli "2014-cü ilin Azərbaycan Respublikasında "Sənaye ili" elan edilməsi haqqında" sərəncamında vurğulanır ki, hazırkı mərhələdə müasir çağırışlar və yeni təşəbbüslər nəzərə alınmaqla sənayenin modernləşdirilməsi və qeyri-neft sənayesinin şaxələndirilməsi məqsədi ilə bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi, o cümlədən mövcud təbii və iqtisadi resursların təsərrüfat dövrüyyəsinə cəlb edilməsi, ənənəvi sənaye sahələri ilə yanaşı, yeni prioritet istehsal sahələrinin, sənaye parklarının yaradılması, regionlarda sənaye potensialının gücləndirilməsi, sənayenin innovasiyalar əsasında inkişafını təmin edəcək imkanların formalaşdırılması zəruridir.

Prezident İlham Əliyev regionların sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramlarının icrasına həsr olunmuş konfransda sənayenin inkişaf zərurətini bir daha önə çəkmişdir: "Bu il "Sənaye ili"dir. Sənayenin inkişafına xüsusi diqqət göstəriləcəkdir və göstərilir. Texnoparkların yaradılması prosesi sürətlə gedir. Bölgələrdə - Gəncədə, Sumqayıtda, Mingəçevirdə texnoparkın yaradılması nəzərdə tutulmuşdur. Eyni zamanda, hər bir şəhərdə xüsusi sənaye yerləri, sənaye zonaları yaradılmalıdır. Çünki iqtisadiyyatımız, sənaye potensialı, əhali artır. İş yerləri nə qədər yaradılsa da, yenə də yaradılmalıdır".

Sərəncamla İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinə 2014-cü ilin Azərbaycanda "Sənaye ili" elan edilməsinə dair tədbirlər planını bir ay müddətində hazırlayıb Prezidentə təqdim etmək tapşırılmışdır. Bundan başqa, Nazirlər Kabineti "Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı"nın layihəsini də üç ay müddətində hazırlayıb Azərbaycan Respublikası Prezidentinə təqdim etməlidir [1].

Müasir dövrdə Azərbaycanın iqtisadi cəhətdən inkişafında, yeni iş yerlərinin yaradılmasında, ölkənin ixrac potensialının gücləndirilməsi və idxaldan asılılığın azaldılmasında sənaye potensialının əhəmiyyətini xüsusi vurğulamaq lazımdır. Azərbaycan hazırda inkişafının elə yüksək mərhələsindədir ki, qazanılan makroiqtisadi nailiyyətlər ilk növbədə bu sahəyə diqqətin artırılmasını aktual məsələ kimi gündəmə gətirir. Sənaye potensialının gücləndirilməsi dedikdə, söhbət keçmiş İttifaq dövründə olduğu kimi, dövlət nəzarətindəki strateji müəssisələrin yaradılmasından getmir. Dövlətin bu sahədəki siyasəti sadəcə sahibkarlığa kömək tədbirlərinin davamıdır və perspektivli, iqtisadi baxımdan səmərəli sənaye kompleksini formalaşdırmaqdır. Dövlət başçısı hesab edir ki, hökumət öz tərəfindən bu cür müəssisələrin normal fəaliyyətinə, habelə xarici sərmayədarlarla birgə global layihələr həyata keçirilməsinə etibarlı təminat mexanizmləri yarada bilər.

İnkişafın hazırkı mərhələsində yüksək makroiqtisadi göstəricilərin davamlılığının təmin edilməsi həm də rentabelli sənaye müəssisələrinin yaradılmasından asılıdır. Azərbaycanın davamlı inkişafını elm tutumlu sənaye müəssisələrinin açılması hesabına təmin etmək, eləcə də neft hasilatının azalması ilə bağlı maddi itkiləri kompensasiya etmək mümkündür. Odur ki, respublikanın bu sahədə sovet dövründə mövcud olmuş potensialının bərpası, ayrı-ayrı sənaye sahələri üzrə ixtisaslaşmış istehsal müəssisələrinin müasirləşdirilməsi, texnoloji parkların yaradılması son illərdə qarşıya ciddi vəzifələr kimi qoyulmuşdur.

Sənayenin inkişafının müasir innovasiyalar əsasında təmin olunması, texnoparkların sənayeləşmədə əsas strateji layihələr kimi yer alması "Azərbaycan - 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasında da öz əksini tapmışdır. Sənəddə 2020-ci ilədək Azərbaycanın tarixi ənənələri olan iri şəhər və rayonlarında yeni sənaye istehsal müəssisələrinin yaradılması və həmin müəssisələrdə innovasiya yönümlü texnologiyaların tətbiqinin stimullaşdırılması, ixtisaslaşmış və ümumi təyinatlı sənaye şəhərciklərinin yaradılması qarşıya məqsəd qoyulmuşdur. Konsepsiyanın əhatə etdiyi dövrdə xüsusi iqtisadi zonaların yaradılması və iqtisadi potensial nəzərə alınmaqla Sumqayıtda neft-kimya, Balaxanıda məişət tullantılarının emalı, Gəncədə metal (alüminium) məmulatların istehsalı üzrə sənaye şəhərciklərinin qurulması nəzərdə tutulmuşdur. Qeyri-neft sənayesinin ənənəvi istehsal sahələrinin - kimya, metallurjiya, maşınqayırma, elektrotexnika, elektronika, yüngül sənaye, yeyinti və aqroemal sənayesinin və s. inkişafı, ixrac imkanlarının artırılması ilə yanaşı, rəqabətqabiliyyətli yeni istehsal sahələrinin yaradılması da dəstəklənmişdir.

2009-cu il 14 aprel tarixli "Xüsusi iqtisadi zonalar haqqında" qanun ölkədə sənayeləşmə prosesinin sürətlənməsinə yeni təkan vermişdir. Dövlət başçısının 24 aprel 2013-cü il tarixli fərmanına əsasən "Sənaye parkları haqqında Nümunəvi Əsasnamə"nin təsdiq edilməsi ilə sənaye parklarının yaradılması, idarə edilməsi, habelə onlarda sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin hüquqi bazası formalaşdırılmışdır.

Qarşıdakı illərdə hökumət sənaye sektorunda əsas məqsədə nail olmaq üçün sənayenin qeyri-neft sektorunun inkişaf istiqamətlərinin müəyyənəndirilməsi, rəqabətədavamlı sənaye məhsullarının istehsalının dəstəklənməsi və ixrac yönümlü istehsal sahələrinin yaradılmasının təşviqi, dövlət mülkiyyətində olan və ya səhmlərinin nəzarət zərfi dövlətə məxsus olan sənaye müəssisələrinin sağlamlaşdırılması və özəlləşdirilməsi, özəlləşdirmədən sonra müəssisələrin fəaliyyətinin dəstəklənməsi, istehsalın texnoloji cəhətdən yenidən qurulması, ixtisaslı kadrların hazırlanması istiqamətində kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur.

Ölkədə sənayeləşmənin iqtisadi təməlləri, ilk növbədə, Azərbaycanda güclü sənaye potensialının inkişafına stimül verən zəngin xammal bazasının mövcud olması və nəhəng sənaye kompleksləri infrastrukturunu ilə bağlıdır. Bakı, Sumqayıt və Gəncə şəhərlərinin sənayeləşmənin mərkəzi rayonlarına çevrilməsinə baxmayaraq, bölgələrdəki xammal infrastrukturunda başlıca rol oynayan Daşkəsən, Gədəbəy, Naxçıvan və Mingəçevirin sənaye marşrutunun bazası olması danılmazdır. Bu çoxşəbəkəli marşrutların postsənayeləşmənin vahid kompleksinə çevrilməsi iqtisadiyyatda yeni mənzərənin yaranması deməkdir. Sənayeləşmənin strukturca yeni dövrün tələblərinə uyğun formalaşması iqtisadiyyatın gələcək maliyyə təminatında da xüsusi rol oynaya bilər.

Prezident İlham Əliyev tərəfindən həyata keçirilən uzaqgörən siyasətin nəticəsi olaraq son 10 ildə ölkədə sənayenin inkişafı yeni mərhələyə qədəm qoymuşdur. Bu dövrdə

ölkə sənayesinə 40 milyard manatdan çox investisiya yatırılmış, sənayenin modernləşdirilməsi və müasir tələblərə cavab verən rəqabətqabiliyyətli sənayenin yaradılması real nəticələr vermişdir. Regionların sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramlarının icrasına həsr olunmuş konfransda bildirildiyi kimi, son 10 il ərzində regionlarda 500-dən çox sənaye müəssisəsi, o cümlədən Sumqayıtda texnologiyalar və tekstil parkları, Naxçıvanda sement, mərmər və avtomobil, Qazaxda sement, Gəncədə alüminium, Goranboyda gips və gips məhsulları, Mingəçevirdə polietilen borular, elektron avadanlıqları, Sumqayıtda kağız emalı, bitki yağları, günəş panelləri, Masallıda və Abşeronda kərpic, Hacıqabulda seramik plitələr, Gədəbəy və Daşkəsəndə qızıl emalı, Oğuzda qarğıdalı emalı və qlükoza, İmişlidə şəkər, bitki yağları və qarışıq yem zavodları, Masallıda mebel fabriki, yüzlərlə digər tikinti materialı, mebel, emal, çörək və digər müasir müəssisələr fəaliyyətə başlamışdır.

Təkcə 2013-cü il ərzində Bakının Qaradağ rayonunda gəmiqayıma, Qazaxda sement, Sumqayıtda polad boru, Daşkəsəndə qızıl, Qəbələdə şərab zavodları, Sumqayıtda tekstil parkı, Hacıqabulda seramik plitələr, Abşeronda karton qablar istehsalı müəssisələri, Cənub elektrik stansiyası da daxil olmaqla 30-dan çox müasir sənaye müəssisəsi istifadəyə verilmişdir. Hazırda 90-dan çox sənaye müəssisəsinin tikintisi davam edir və növbəti illərdə istifadəyə veriləcəyi gözlənilir. Qeyd edilənlərlə yanaşı, ölkəmizdə əvvəllər mövcud olmamış müdafiə, kosmik və alternativ enerji sənaye sahələrinin yaradılmasını da xüsusi vurğulamaq lazımdır.

Yeni və müasir sənaye müəssisələrinin fəaliyyətə başlaması nəticəsində 2003-2012-ci illərdə əlavə dəyər qeyri-neft sənayesində 2,2, o cümlədən qeyri-neft emalı sənayesində 2,3 dəfə artmışdır. Sənaye məhsulunda əlavə dəyərin xüsusi çəkisi 53,5 faizdən 78, ümumi daxili məhsulun strukturunda sənayedə yaradılmış əlavə dəyərin payı 40,4 faizdən 50 faizə yüksəlmişdir. Qeyri-neft sənayesi məhsullarının ixracı 5, sənaye müəssisələrində əsas fondlar 3,9 dəfə artaraq 46,8 milyard manata çatmışdır. Həyata keçirilən şaxələndirmə siyasətinin nəticəsi kimi son illər qeyri-neft sənayesinin artım tempi sənayenin neft sektorunun artım tempini üstələmişdir.

Qarşıdakı illərdə beynəlxalq miqyasda qlobal rəqabətin güclənməsi, ölkəmizin dinamik inkişafının davam etdirilməsi mövcud təbii-iqtisadi resurslara söykənən yüksək əlavə dəyər yaradan sənaye sahələrinin inkişafının daha da sürətləndirilməsini zəruri edir. Təsadüfi deyil ki, artıq Sumqayıt kimya sənaye, Balaxanı sənaye və yüksək texnologiyalar parklarının yaradılması həyata keçirilir. Sumqayıt Kimya Sənaye Parkında artıq 2 rezident qeydiyyatına alınmışdır. Gəncə və Mingəçevir şəhərlərində, Bakının Qaradağ rayonunda da müasir sənaye şəhərciklərinin yaradılması nəzərdə tutulur.

Hazırda Azərbaycanda ümumi daxili məhsulun tərkibində əsas yer sənaye məhsullarının payına düşür. Azərbaycan sənayenin sürətli inkişafına görə MDB dövlətləri arasında nəhəng sənaye komplekslərinə malik Rusiya və Ukrayna ilə rəqabətə davam gətirir. Zəngin təbii ehtiyatlara malik olduğumuz da sənaye potensialından maksimum faydalanmağa zəmin yaradır. Xüsusilə də, Gəncə şəhərində və bura yaxın zonalarda xammal bazasının mövcudluğu yeni sənaye müəssisələrinin yaradılmasına əlverişli imkanlar açır. Gəncədə polad kompleksinin və "Detal" alüminium zavodunun təməlinin qoyulması bu layihələrin başlanğıcı kimi qiymətləndirilə bilər.

Prezident İlham Əliyev Nazirlər Kabinetinin son iclasında bu il metallurgiya sahəsinin inkişafı istiqamətində də tədbirlərin görülməsinin vacibliyini bildirmişdir. Ölkənin metallurgiya sənayesini qara və əlvan metal filizlərinin hasilatı, saflaşdırılması, habelə fi-

liz və odadavamlı materialların istehsalı ilə məşğul olan müəssisələr - boru-prokat, alüminium, poladtökmə və təkrar emal zavodları təmsil edir. Respublikada dəmir, mis, polimetal, nadir və qiymətli metal filizləri, kaolin və s. kimi metallurgiya xammalının olması, metal işlədən sənaye sahələrinin ildən-ilə genişlənməsi metallurgiya sənayesinin inkişafı üçün əlverişli zəmin yaratmışdır.

Qarşıdakı illərdə perspektivli sahələr hesab edilən maşınqayırma sənayesi, xüsusilə də, neft maşınqayırması sahəsində istehsal çeşidlərinin artırılması, habelə Bakı Gəmiqayırma Zavodunun fəaliyyətinin genişləndirilməsi məqsədilə müvafiq tədbirlər həyata keçiriləcək. Yeni sement istehsalı güclərinin fəaliyyətə başlaması, metal konstruksiyaların, seramik plitələrin, kimya sənayesi ilə əlaqəli tikinti materiallarının istehsalı tikinti materialları sənayesinin dinamik inkişafına imkan verəcək.

Azərbaycanın sənaye potensialının "önurğa sütunu" olan "Azərkimya" şirkətinin tərkibində olan sənaye müəssisələrinin yenidən qurulması da hökumətin diqqət mərkəzindədir. Yeni neft və qaz emalı zavodlarının, müxtəlif çeşiddə polimerlər istehsal edəcək neft-kimya və Sumqayıt karbamid zavodlarının inşası neft-kimya və kimya sənayesinin inkişafını sürətləndirməklə, ümumilikdə, qeyri-neft sənayesinin və əlaqədar sahələrin inkişafına təkan verəcək. Məqsəd "Azərkimya" kompleksini yerli xammal bazası əsasında ən mütərəqqi texnologiyalarla yenidən qurmaqdan ibarətdir. Hökumətin bu planı həm də Sumqayıtdakı müəssisələrin bazasında sənaye şəhərciyinin yaradılması ilə paralel həyata keçirilir. Sumqayıtın mövcud infrastrukturunun bərpa olunması, eyni zamanda, yeni müəssisələrin yaradılması XXI əsrin ikinci onilliyi üçün əsas hədəflər olacaq.

Prezidentin 2011-ci il 21 dekabr tarixində imzaladığı "Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının yaradılması haqqında" fərmanı da bu və digər məqsədlərin gerçəkləşdirilməsi baxımından vacib əhəmiyyətə malikdir. Fərmanın preambula hissəsində göstəriləyi kimi, belə bir sənədin imzalanması ölkədə innovativ və yüksək texnologiyalar əsasında rəqabət qabiliyyətli sənaye istehsalının inkişafı üçün münbit şərait yaradılması, bu sahədə sahibkarlığın dəstəklənməsi, qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafının təmin edilməsi, əhalinin istehsal sahəsində məşğulluğunun artırılması məqsədinə xidmət edir.

2018-ci ilin oktyabrında Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının əsası qoyulmuş, sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri infraqurumlarına malik olan böyük müəssisələrin inşasına başlanılmışdır. Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının ərazisində neft-kimya və digər prioritet sənaye sahələri üzrə rəqabət qabiliyyətli məhsulların (işlərin, xidmətlərin) istehsalı və emalı müəssisələri yaradılmalıdır. Sumqayıt kimya sənaye və Balaxanı sənaye parkları, eləcə də yüksək texnologiyalar parkı iqtisadiyyatın modernləşməsinə, innovativ iqtisadiyyatın formalaşmasına, sahibkarlığın inkişafını sürətləndirəcək, idxaldan asılılığı azaltmaqla qeyri-neft ixracını yüksəldəcək, əhalinin məşğulluğunun artırılmasında önəmli rol oynayacaqdır. Sənaye parklarının yaradılması ölkənin qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafı, iqtisadiyyatın ixrac qabiliyyətinin, eləcə də rəqabətqabiliyyətli, idxalı əvəz edən məhsulların istehsalının artırılması, investisiyaların və müasir texnologiyaların cəlb edilməsi kimi öncül vəzifələrin yerinə yetirilməsi baxımından da əhəmiyyətlidir.

Növbəti illərdə həmçinin aqrar sənayenin inkişaf etdirilməsi məqsədilə potensial imkanlardan daha səmərəli istifadə edilməsi, yerli xammala əsaslanan kənd təsərrüfatı məhsulları emalının artırılması nəzərdə tutulur. Təsadüfi deyil ki, "Sənaye ili" ilə bağlı strateji planın mühüm tərkib hissəsindən biri də ölkədə aqrar-sənaye komplekslərinin yaradılmasıdır. Prezident İlham Əliyevin 2014-cü il 16 yanvar tarixli "Kənd təsərrüfatı və

ərzaq məhsulları bazarının fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi sahəsində əlavə tədbirlər haqqında" sərəncamı bu baxımdan mühüm əhəmiyyətə malikdir. Sərəncamda kənd təsərrüfatında yüksək məhsuldarlığın təmin edilməsi, yerli məhsulların rəqabət qabiliyyətinin artırılması, fermerlərə dövlət dəstəyinin daha səmərəli təşkili və ərzaq təhlükəsizliyinə nail olunmasının hazırda aqrar sahədə dövlət siyasətinin mühüm istiqamətləri olduğu diqqətə çatdırılmışdır.

Prezidentin sərəncamı ilə kənd təsərrüfatı məhsulları ixracının artırılması, istehsalçı və istehlakçıların maraqlarının qorunması, ərzaq bazasının səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsi məqsədi ilə əlavə tədbirlər müəyyən edilmişdir. Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün Nazirlər Kabinetinə Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinə, İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinə və digər əlaqədar dövlət qurumlarına müvafiq tapşırıqlar verilmişdir. Sərəncamla kənd təsərrüfatının inkişafında strateji hədəfləri və prioritet istiqamətləri özündə əks etdirən "Azərbaycan Respublikasında aqrar-sənaye kompleksinin inkişafı strategiyası"nın layihəsinin hazırlanması müvafiq qurumlar qarşısında əsas vəzifə kimi qoyulmuşdur [2].

Strateji plana əsasən, kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarükü və emalı ilə bağlı özəl tədarük-satış bazalarının, ticarət şirkətlərinin və avtorefrigerator parkının yaradılması, Bakının rayonlarında və iri şəhərlərdə daimi fəaliyyət göstərən ixtisaslaşdırılmış "fermer mağazaları" və "yaşıl marketlər" şəbəkəsinin yaradılması, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının stimullaşdırılması və daxili bazarın qorunmasının gücləndirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Yeni strategiyada məhsulun istehsalçıdan istehlakçıya çatdırılması mərhələsində mövcud maneələrin aradan qaldırılması, ərzaq bazarında süni qiymət artımının qarşısının alınması, kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının qəbulu üzrə ixtisaslaşmış terminalların və onların saxlanması üçün anbarların yaradılması, həmin məhsulların daşınmasına xidmət edən nəqliyyat infrastrukturunun təşkili, xüsusi ərzaq mağazaları şəbəkəsinin genişləndirilməsi ilə bağlı layihələr də mühüm yer tutur. Həmçinin yeni strateji plana əsasən, Azərbaycanda taxılçılığın inkişafı üçün iri aqrar komplekslərin yaradılması nəzərdə tutulur. Yeri gəlmişkən qeyd edək ki, hazırda dövlət torpaq fondu hesabına iri özəl taxılçılıq təsərrüfatlarının yaradılması istiqamətində əməli addımlar atılır. Artıq bir neçə rayonda bu istiqamət üzrə kompleks işlər həyata keçirilərək 200 min hektar torpaq sahəsi ayrılmışdır. Beyləqan və Ağcabədi rayonlarının ərazisində belə təsərrüfatlardan sayılan "Qarabağ-Taxıl" MMC fəaliyyətə başlamışdır. Ümumiyyətlə, sənayeləşmə strategiyasına uyğun olaraq sənaye sektorunda olduğu kimi, aqrar bölmədə də texnoparkların yaradılması nəzərdə tutulur. Aqrar parkların yaradılması ilə kənd təsərrüfatı məhsullarının emalına xüsusi diqqət yetiriləcək, mövcud aqroemal müəssisələrinin müasir texnologiyaların tətbiqi nəticəsində istehsal güclərinin artırılması və yeni müəssisələrin yaradılması istiqamətində kompleks tədbirlər həyata keçiriləcək [4].

Bunlardan əlavə, bölgələrdə müasir texnologiyalar əsasında anbar komplekslərinin yaradılması kənd təsərrüfatının intensiv inkişafı, mövsümi qiymətlərin tənzimlənməsi, məhsul itkisinin qarşısının alınması, daxili bazarın qorunması və ixrac potensialının artırılması üçün həyata keçirilən ardıcıl tədbirlər davam etdiriləcək. Bu sahədə beynəlxalq təcrübə, xarici ölkələrin iri fermer təsərrüfatları ilə qarşılıqlı əməkdaşlıq, eləcə də modelləşdirmə seqmentləri nəzərə alınacaq, Avropa İttifaqı ölkələrinin qabaqcıl təcrübəsinə, Dünya Bankının tövsiyələrinə istinad olunacaq. Eyni zamanda, aqrar-sənaye kompleksinin inkişaf strategiyasının həyata keçirilməsi üçün dövlət dəstəyi tədbirləri beynəlxalq təcrübəyə uyğun davam etdiriləcək. Bu məqsədlə əlavə tədbirlər həyata keçiri-

ləcək, kənd təsərrüfatının sığortalıması mexanizmi təkmilləşdiriləcək, özəl bankların və kredit təşkilatlarının bu sektora investisiya qoyuluşları təşviq olunacaq. Layihə çərçivəsində aqrar sahəyə maliyyə dəstəyi və özəl bankların bu istiqamətdə kapitallaşmanı gücləndirməsi, yeni kredit və bank tədbirlərinin həyata keçirilməsi də nəzərdə tutulur [3].

Proqnozlara görə, qarşıdakı 10 ildə aqrar sahəyə maliyyə dəstəyi 3 dəfəyə yaxın artacaq ki, bu da aqrar-sənaye sektorunda rəqabətliyin təmin edilməsinə, yeni texnologiyalara çıxışın artırılmasına, qida təhlükəsizliyinə zəmin yaradan avadanlıqların və proseslərin təkmilləşdirilməsinə və bazarlara çıxışın yaxşılaşdırılmasına, həmçinin məhsulun keyfiyyətinə dəstək verən, innovasiyalara yol açan investisiyalara imkan yaradacaq.

Qeyd edək ki, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları 2014-cü il yanvarın 1-dən daha 5 il müddətinə vergilərdən azad olunmuşlar. Bu siyasət aqrar sektora dəstək xarakteri daşıyır və qarşıdakı 5 ildə aqrar-sənaye sektoru ilə bağlı yeni layihələrin həyata keçirilməsinə də mühüm töhfə verəcək.

## NƏTİCƏ

Ümumilikdə həyata keçirilən tədbirlər bunu deməyə əsas verir ki, Azərbaycan yaxın illərdə dinamik inkişafını məhz modern sənaye müəssisələrinin fəaliyyətə başlaması hesabına təmin edəcək, bu sahədə regional liderliyini möhkəmləndirəcək. Sənaye potensialının möhkəmləndirilməsi ölkəmizə həm də qeyri-neft sektorunun dinamik inkişafına, strateji hədəf kimi 2020-ci ilədək ümumi daxili məhsul istehsalının 2 dəfəyədək artırılmasına imkan verəcək.

## Ədəbiyyat

1. Prezident İlham Əliyevin 2014-cü il 10 yanvar tarixli "2014-cü ilin Azərbaycan Respublikasında "Sənaye ili" elan edilməsi haqqında" sərəncamı
2. İbrahimov İ.H. Kənd təsərrüfatının inkişafı və sahibkarların formalaşması problemləri. Bakı, 2005
3. Balayev R.Y. Urbanizasiya, şəhər iqtisadiyyatı və ərzaq problemləri. Bakı, 2007
4. Salahov S.V. Aqrar iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi problemi. Bakı, 2004
5. Quliyev E.A. Etibarlı ərzaq təminatı sistemi: kooperasiya və inteqrasiya problemləri. Bakı, 2013

## INDUSTRIALIZATION BECOMES PRIORITY IN THE NATIONAL DEVELOPMENT STRATEGY

Z.G.Guliyev

## SUMMARY

This article deals with the emergence, essence, features of industrialization and the need to make it a priority in the national development strategy. Along with this, the production of competitive products in other priority industries, strengthening the industrial potential in the regions, industrial development based on innovations and the creation of processing facilities are also discussed.

**ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В ПРИОРИТЕТНОЕ  
НАПРАВЛЕНИЕ В РАМКАХ СТРАТЕГИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ РАЗВИТИИ**

**З.Г.Гулиев**

**РЕЗЮМЕ**

В статье рассматриваются вопросы возникновения, сущности, особенности индустриализации и необходимость ее приоритетного положения в национальной стратегии развития. Наряду с этим обсуждаются проблемы конкурентоспособного производства в других приоритетных отраслях, увеличения промышленного потенциала в регионах, развития промышленности на основе инноваций и создания перерабатывающих мощностей.

*Мəqalə redaksiyaya 3 iyun 2019 tarixində daxil olmuş, 5 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*



UOT № 33:339.1

## MARKETİNQDƏ İSTEHLAKÇI DAVRANIŞLARINA TƏSİR EDƏN FAKTORLARIN ANALİTİK DƏYƏRLƏNDİRİLMƏSİ

**S.M.Quliyev**

Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti  
Bakı, Azadlıq prospekti 16/21  
e-mail: seymurquliyev@yahoo.com

*Açar sözlər:* istehlakçı, marketinq, bazar, müştəri

*Keywords:* consumer, marketing, market, customer

*Ключевые слова:* потребитель, маркетинг, рынок, клиент

İnsan fiziki, emosional və zehni ölçülərinə əsasən bir bütündür. Həm fiziki, həm emosional və həm də zehni ehtiyaclarını qarşılıyaacaq fərqli şeylər vardır. Marketinq insanın bu üç ölçünün hər birində hiss etdiyi enerji əksikliyinə ehtiyac deyir. Qısaca, istək və ehtiyacları qarşılamaq istehlak adlanır. Bu ehtiyacın qarşılınması o insanın insani potensialını ya yeniləyir, ya da artırır. Ehtiyaclar hava və su kimi hər an istehlak etdiyimiz maddələrlə yanaşı, ömrümüzdə bir dəfə istehlak etdiyimiz maddələr də ola bilər. Bu istehlak etdiklərimizi bəzən qarşılığını ödəmədən istehlak edirik. Bəzən də resursların qıt və məhdud olduğu, amma ehtiyacların sonsuz olduğunu nəzərə alaraq qarşılığını ödəyərək alırıq.

İstehlak prosesi sadəcə həyatda sağ qalmaq məqsədilə yeyilən və içilən məhsullar ilə reallaşmır. Kinoteatra gedərək kinoya baxmaq, musiqi dinləmək də bir istək, ya da bir ehtiyacı qarşılıdığı üçün istehlak sayılır. Başqa sözlə, istehlak sadəcə konkret maddələrlə reallaşmır, mücərrəd məhsullar kimi mücərrəd istehlak da vardır. Üstəlik mücərrəd məhsulların istehlakı digərlərinə nisbətən daha sürətlə artmaqdadır. Məsələn, xidmət istehsalı və istehlakı günü-gündən artmaqdadır.

Marketinq bu ehtiyacları meydana gətirən əsas dinamikaların nələr olduğunu, ehtiyacların qarşılınma prosesinin necə işlədiyini analiz edir. İstehsal olunan və istehlakçılara təklif edilən mal və xidmətlərin istehlakçılara necə fayda verəcəyini araşdırır. Beləliklə, marketinq istehsal fəaliyyətlərinin davamlılığını və ehtiyac sahiblərinin istehsal edilən məhsullardan faydalanmasını hədəfləyir.

İstehlakçı iqtisadi mal və ya xidmətlərin qarşılığını ödəyərək satınalan və özünün və ya ailəsinin ehtiyacını qarşılıyan şəxsdir. Gündəlik həyatda müştəri mal və ya xidmət satınalan şəxsdir, istehlakçı isə mal və ya xidmətdən istifadə edərək fayda əldə edən şəxs kimi tanınır.

İstehlakçı davranışı satınalan ya da istifadə edərək faydalananların ortaq davranışlarını izah edir. İstehlakçının ehtiyac hiss etməsindən başlayaraq bu ehtiyacı qarşılamaq üçün satınaldığı mal və xidmətdən istifadə etməsi, istifadə etdikdən sonra əldə etdiyi faydanı dəyərləndirməsinə qədər olan bütün proseslər istehlakçı davranışlarının müzakirə mövzudur.

### **Mövzunun aktuallığı**

İstehlakçıların öyrənilməsi tədqiqatın ən vacib məsələlərindən biridir. Çünki, istehlakçı müəssisənin məhsulunu aldıqda ona xeyir vermiş olur. Müştərilərin istəklərini, arzularını öyrənmək müəssisələrin əsas vəzifələrindən biridir. Onların davranışına təsir edən faktorları müəyyənləşdirmək isə olduqca həyati bir əhəmiyyət kəsb edir. Lakin bu kifayət deyil. Bazarda uğurlu rəqabət üçün öz növbəsində istehlakçıların istəklərində baş verən dəyişiklikləri öncədən görə bilmək çox önəmlidir. İstehlakçıların nələrə üstünlük verməsini rəqiblərdən daha tez müəyyən etməklə vaxtında mövcud məhsulda dəyişiklik etmək, reklam strategiyası və bölüşdürmə kanalının fəaliyyətini optimallaşdırmaq, bir sözlə marketinq kompleksinin bütün komponentlərində dəyişiklik etmək mümkündür. Bunun üçün isə kimin, necə, harada, nəyi və niyə satınaldığını müəyyənləşdirmək lazımdır, Satış və satışdan sonrakı dövrdə müxtəlif kateqoriyalı istehlakçıların davranışları haqqında informasiyanın əldə edilməsi onun düzgün interpretasiyası üçün çox faydalıdır. Ümumilikdə istənilən biznesin inkişafı rəqiblər üzərində üstünlük qazanma üsullarının axtarışına əsaslanır. Belə şərait isə təbii ki, istehlakçıların öyrənilməsini tələb edir.

“İstehlakçı kraldır” prinsipini bu gün bütün dünya qəbul edir. Bu baxımdan yanaşma özündə “kralın” istək və arzularının öyrənilməsini və buna müvafiq məhsul və ya xidmətlərin bazara təklif olunmasına birləşdirir. Müəssisənin gəlirlərinin artması da məhz “kral”ın məmnun edə bilmə bacarığından asılıdır. XXI əsr marketinqinin əsas vəzifəsi istehlakçı davranışının öyrənilməsi ilə yanaşı onun dəyişdirilməsidir. Artıq dünya nəhəngi olan müəssisələr tələbi özləri yaradır və istehlakçı davranışını istədikləri məcraya yönəltməyə cəhd edirlər. Marketinq kommunikasiya vasitələri və psixoloqlar bu barədə firmaların köməyinə yetən “qızıl” vasitələrdəndir. Məcəzi mənada qeyd edilərsə, istehlakçılar kassa qabağında pul ödəməklə hansısa firmanın gələcəyinə “səs vermiş” olurlar. Onu da xatırlatmaq yerinə düşər ki, artıq dünyada belə bir hal müşahidə olunur ki, politoloqlar istehlakçı davranışı ilə əlaqədar informasiyalardan məharətlə yararlanırlar. Bu özü marketinqin, eləcə də istehlakçı davranışının öyrənilməsinin nə qədər mühüm və aktual olduğunu göstərir.

### **Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri**

Tədqiqatın əsas məqsədi istehlakçı davranışının mahiyyətini, əsas xüsusiyyətlərini açıqlamaq, mal alışı haqqında qərarların qəbulu prosesini araşdırmaq istehlakçı davranışlarının tədqiqi və modelləşdirilməsi məsələlərini şərh etməkdən ibarətdir. İşdə qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı bir sıra vəzifələr müəyyənləşdirilmiş və yerinə yetirilmişdir:

- Marketinq konsepsiyasında istehlakçı davranışının yerinin və rolunun müəyyənləşdirilməsi;
- İstehlakçı davranışının formalaşmasına təsir edən amillərin təhlili;
- İstehlakçı davranışında fərdi fərqlərin və xüsusiyyətlərin, psixoloji proseslərin araşdırılması;
- İstehlakçı davranışına xarici mühit determinantların təsirinin qiymətləndirilməsi;
- İstehlakçıların alış haqqında qərar qəbul etməsi prosesinin təhlili;
- İstehlakçı davranışının marketinq tədqiqi;
- İşgüzar bazarların və biznes alıcıların davranışlarının tədqiqi;
- İstehlakçının alış haqqında qərar qəbulu modeli və onun təkmilləşdirilməsi;

### **Tədqiqat işinin elmi yeniliyi**

Məqalənin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- Marketing konsepsiyasında istehlakçı davranışının yerinin və rolunun müəyyənəşdirilməsi zamanı ona sahələrarası elmin tədqiqat obyektini kimi baxılmışdır;
- İstehlakçı davranışına təsiri redən amillər sistemli şəkildə təhlil edilmişdir;
- Müəssisələrin marketing fəaliyyətində istehlakçı davranışının tədqiqatının həyata keçirilməsinin vacibliyi və zəruriliyi əsaslandırılmışdır;
- İstehlakçı davranışına xarici mühit determinantlarının təsirinin analitik qiymətləndirilməsi həyata keçirilmişdir.
- Son istehlakçı davranışından fərqli olaraq işgüzar bazarların və biznes alıcıların davranışlarındakı fərqli cəhətlər və xüsusiyyətlər açıqlanmış, təhlil edilmişdir.

### **Tədqiqatın obyektini**

İstehsal olunan mal və ya xidməti satınalan müştərilər və onların qruplaşdırılmış formaları olan istehlakçı və alıcılardır.

### **Tədqiqat metodları**

Nəzəri tədqiqatlar istehlakçı, onların davranışları və davranışlarına təsir edən faktorlara əsaslanır.

### **İstehlakçılar və İstehlakçı Davranışının Mahiyyəti**

Bazar münasibətləri şəraitində müəssisənin istehsal-satış fəaliyyətinin effektivliyi bilavasitə onun bazara, istehlakçıların tələbatına, alış motivlərinə və davranışına uyğunlaşma səviyyəsindən asılıdır. Başqa sözlə desək, bazarda o müəssisələr yüksək istehsal-satış göstəricilərinə nail olurlar ki, onlar istehlakçıların tələbatını daha dolğun ödəyən, onlara daha çox fayda verən məhsullar istehsal edir və bunun sayəsində bazarda daha dayanıqlı mövqeyə malik olurlar [7].

Marketingin geniş yayılmasına və demək olar ki, bütün fəaliyyət sahələrində tətbiq edilməsinə baxmayaraq onun mütəxəssislər tərəfindən yekdil qəbul edilən ümumi tərifini yoxdur. Belə ki, mütəxəssislər marketingin mahiyyətini, məzmununu və yerinə yetirdiyi funksiyaları müxtəlif cür izah edirlər. Bu baxımdan mütəxəssisləri üç qrupa bölmək olar [11].

*Birinci qrup mütəxəssislər* marketingi məhsul və xidmətlərin istehsalçılarından istehlakçılara çatdırılması kimi izah edirlər. Məsələn, Amerika Marketing Assosiasiyası 1960- cı ildə marketingi «məhsulların və xidmətlərin son və ya aralıq istehsalçıdan istehlakçıya doğru hərəkət etməsini həyata keçirən müxtəlif təsərrüfatçılıq fəaliyyəti» kimi müəyyən etmişdir. Bu yanaşmanın digər tərəfdarı L. Rocer isə marketingə belə tərif vermişdir: «marketing müəssisə tərəfindən müəyyən edilmiş mənfəət normasını təmin etmək və ya digər məqsədlərə nail olmaq məqsədilə məhsulları istehsalçıdan son istehlakçıya və ya aralıq istehlakçıya çatdırılması prosesidir» [11].

Marketingin mahiyyətinin bu cür izah edilməsi onun tətbiq edildiyi fəaliyyət sahələrini tam əhatə etmir (məsələn, bu izah qeyri-kommersiya marketingini ümumiyyətlə nəzərə almır), onun əhatə dairəsini mübadilə ilə məhdudlaşdırır və demək olar ki, onu ticarətlə eyniləşdirir və nəhayət, tələbatın ödənilməsində satış kanallarının, mübadilənin və kommersiya amillərinin rolunu məhsul yaradılmasına nisbətən ön plana çəkir [2].

*İkinci qrup mütəxəssislər* marketinqi istehlakçıların tələbatının ödənilməsinə yönəldilmiş sahibkarlıq fəaliyyəti kimi, müəssisənin fəaliyyətinin müxtəlif funksiyalarının məcmusu kimi izah edirlər. Məsələn, Amerika Marketing Assosiasiyası 1985-ci ildə marketinqə belə tərif vermişdir: «marketinq ayrı-ayrı şəxslərin və təşkilatların məqsədini müəyyən edən, ideyaların, məhsulların və xidmətlərin niyyətinin, qiymətinin, hərəkətinin və realizasiyasının planlaşdırılması və həyata keçirilməsi prosesidir» [11].

Amerikalı marketinq mütəxəssisləri C.R.Evans və B.Berman marketinqi «məhsullara, xidmətlərə, insanlara, ərazilərə və ideyalara olan tələbatın aşkar edilməsi, idarə edilməsi və mübadilə vasitəsilə ödənilməsi prosesi» kimi izah edirlər [10].

Jan-Jak Lamben göstərir ki, «marketinq, azad və rəqabətli mübadilə vasitəsilə fərdlərin və təşkilatların tələbatlarının və istəklərinin ödənilməsinə yönəldilən, istehlakçı üçün dəyərlər formalaşdıran sosial prosesdir» [9].

Bu yanaşmanın digər nümayəndələri İ. L. Akuliç və E. V. Demçenko marketinqi «konkret ehtiyac və tələbatların ödənilməsi üçün daha effektiv mübadiləyə nail olmaq məqsədilə həyata keçirilən bazar fəaliyyəti» kimi xarakterizə edirlər [1].

Marketinqin məzmununun bu izahı onun tətbiq edildiyi fəaliyyət növlərini, həyata keçirdiyi funksiyaları və tədbirləri xeyli genişləndirir və hal-hazırkı mahiyyətinə daha çox uyğun gəlir. Belə ki, bu yanaşma marketinqi yalnız məhsul və xidmətlərlə məhdudlaşdırmır, onlarla yanaşı qeyri-kommersiya və digər təşkilatların və şəxslərin fəaliyyətini də nəzərə alır, həmçinin məhsulların və xidmətlərin tədavülü, fiziki yerdəyişməsi prosesilə yanaşı onlara tələbatın öyrənilməsi, onların yaradılması və satışı, onlara qiymət qoyulması prosesini də əhatə edir [8].

*Üçüncü qrup mütəxəssislər* marketinqi müəssisələrin istehsal-satış fəaliyyətinin idarə edilməsi funksiyası kimi izah edirlər. Məsələn F.Kotler 1999-cu ildə nəşr edilmiş «Marketinqin əsasları» əsərində göstərir ki, «marketinq ayrı-ayrı şəxslərin və şəxslər qrupunun məhsul və istehlak dəyərləri yaratmaqla və onların qarışılıqlı mübadiləsi vasitəsilə özlərinin ehtiyaclarının və tələbatlarının ödənilməsi üzrə sosial və idarəetmə prosesidir» [11].

İngiltərə Marketing İnstitutu isə marketinqin mahiyyətini belə müəyyənləşdirir: «marketinq mənfəət əldə etmək və ya digər məqsədlərə nail olmaq üçün istehlakçının alıcılıq qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi, onun (yəni, alıcılıq qabiliyyətinin) məhsul və xidmətlərə olan real tələbatla çevrilməsi və bu məhsul və xidmətlərin alıcıya çatdırılması ilə əlaqədar olan fəaliyyətə rəhbərliyin təşkili və həyata keçirilməsi üzrə praktiki fəaliyyətdir, idarəetmə funksiyalar sistemidir». Bu tərifdə marketinqin praktiki əhəmiyyəti, müəssisənin istehsal-satış fəaliyyətinin təşkili və idarə edilməsində rolu ön plana çəkilir [4].

Bu yanaşmanın digər nümayəndəsi E.P.Qolubkov göstərir ki, «marketinq fərdlərin və insan qruplarının məhsul yaratmaq və onların mübadiləsini həyata keçirmək yolu ilə ehtiyacı olanları almağa imkan verən sosial idarəetmə prosesidir.

Yuxarıda deyilənləri ümumiləşdirərək belə nəticəyə gələ bilərik ki, marketinq müəssisənin (təşkilatın) və ayrı-ayrı şəxslərin mənfəət (fayda) əldə etmək və ya qarşısına qoyduğu digər məqsədə (məqsədlərə) nail olmaq naminə istehlakçının tələbatlarının, problemlərinin öyrənilməsinə və bu tələbatların ödənilməsinə yönəldilmiş fəaliyyətdir. O, bir iqtisadi proses kimi, istehlakçıların tələbatlarının, alış motivlərinin və davranışlarının öyrənilməsini, onlara uyğun gələn məhsulların hazırlanmasını, satışını və satışsonrası xidmətin təşkilini və həyata keçirilməsini, həmçinin istehsal edilmiş məhsulların qiymətinin müəy-

yönləşdirilməsi üzrə əməliyyatları əhatə edir.

### **İstehlakçılar kimlərdir**

Şəxsi tələbatını ödəmək məqsədi ilə mal, iş və xidmətdən istifadə edən, onları alan, sifariş verən, yaxud almaq və ya sifariş vermək niyyətində olan şəxs. Şərh: Qeyd olunan anlayış «İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında» Azərbaycan Respublikası Qanununun «Əsas anlayışlar» maddəsindən götürülmüşdür. Qara hərflərlə qeyd edilmiş şəxs sözüne diqqət yetirək. Məlumdur ki, şəxs fiziki və hüquqi ola bilər. Ona görə də Azərbaycan qanunvericiliyinə rəğmən, bir çox ölkələrin müvafiq qanunlarından fərqli olaraq, hüquqi şəxs də istehlakçı hesab edilir. Bir sıra ölkələrin müvafiq qanunlarında şəxs sözü insan sözü ilə əvəz edilir və mütləq alınan malın (xidmətin) gəlir əldə edilməsi məqsədilə alınmadığı göstərilir. Lakin bu məqamda da mübahisəli yerlər vardır. İnsan şəxsi avtomobil alırsa və onu şəxsi tələbatını ödəmək üçün istifadə edirsə, onda bu insan istehlakçı hesab edilir, əgər o, bu avtomobillə hansısa bir zaman məsafəsində pul qazanırsa (gəlir əldə edirsə) onda bu insan avtomobilin istehlakçısı rolunda çıxış etmir. Belə bir nəticə hasil olunur ki, istehlakçı anlayışına «gəlir əldə etməmək» söz birləşməsinə əlavə etsək, eyni bir insan, eyni bir malın istehlakçısı olaraq iki rolda çıxış edir [3].

Hesab edirik ki, Azərbaycan Respublikasında qəbul edilən və şəxs ifadəsi işlədilmiş anlayış daha dolğundur.

Geniş mənada istehlakçı varlığını, həyatını və fəaliyyətlərini davam etdirə bilmək üçün mal və xidməti əldə edən və onu istifadə edən şəxslərə deyilir. İqtisadi mənada isə, istehlakçı şəxsi tələbatını ödəmək məqsədi ilə mal, iş və xidmətlərdən istifadə edən, onları alan, sifariş verən, yaxud almaq və ya sifariş vermək niyyəti olan şəxsdir. Cəmiyyətdəki bütün şəxslər istehlakçıdır [9]. Bu baxımdan istehlakçı hüquqlarının qorunması, insanların hüquqlarının qorunması deməkdir. Çünki insanların şəxsi tələbatları onların iqtisadi və sosial-mədəni tələbatları deməkdir. Yəni dünyaya gəlişilə hər bir insan istehlakçıya çevrilir. İstehlakçı olmaq üçün heç də həmişə ticarət, iaşə və ya məişət xidmət obyektinə getməyiniz gərəkmir. Evdəyəkən, televizora baxarkən, radio dinləyərkən də siz bir istehlakçısınız [2].

### **İstehlakçı davranışına fərdi determinantların təsiri**

İqtisadçılar istehlakçıların seçdikləri ilə onlara nəyin uyğun gəldiyi arasındakı fərqi görmədiklərinə və heç vaxt tələbaların formalaşması prosesini nəzərə almadıqlarına əmindir. Firavanlıq həyat üçün cəhd edən istehlakçı nəyə cəhd edir və bu firavanlığa necə nail olur? İqtisadi nəzəriyyə bu iki suala cavab verməmişdir və bu gün də cavab vermir. İstehlakçının davranışının və onların motivasiyasının dərinləşdirilmiş təhlili tələblə təklif arasındakı qarşılıqlı əlaqənin xüsusiyyətlərini (iqtisadçılar və marketinq mütəxəssisləri bu əlaqəni aşkar etməyə çalışırlar) başa düşməyə imkan verəcəkdir. Bu sahədə mühüm nailiyyətlər digər elm sahəsində - praktiki psixologiyada əldə edilmişdir. Burada fərdlərin davranışının müxtəlif növlərini müəyyən edən motivasiya amillərinin geniş spektri mövcuddur [5].

### **«Qıcıqlandırıcı-reaksiya» nəzəriyyəsi**

Motivasiya nəzəriyyəsinin əsas problemi orqanizmi aktivlik vəziyyətinə gətirən səbəbləri öyrənməkdir. Bu halda motivasiya enerjinin səfərbər edilməsinə imkan verir. İlk vaxtlar praktik psixoloqları hər şeydən əvvəl aclıq, susuzluq və s. kimi yalnız psixoloji tə-

biətə malik olan ehtiyaclar və istəklər maraqlandırır. «Qıcıqlandırıcı-reaksiya» nəzəriyyəsi adlandırılan bu sistemdə orqanizmin reaksiyasının aktiv başlanğıc nöqtəsi qıcıqlandırıcı və ya stimulyasiya hesab edilir. Sonra homeostazın növbəsi çatır [6]. Onun vəziyyətlə orqanizmdə baş verən pozulma ehtiyacı yaradır, bu isə, öz növbəsində, vəziyyətin tarazlığını bərpa edən və ehtiyacı aradan qaldıran fəaliyyətə gətirib çıxarır. Lakin bəzi hallarda insan orqanizminin xarici mühit qıcıqlandırıcılarına reaksiya vermədiyi müşahidə olunur. Bununla yanaşı, fərdlərin tarazlıq vəziyyətinin pozulmasına və gərginliyin yaranmasına səbəb olan fəaliyyətlə məşğul olması halları geniş yayılmışdır.

### **Ehtizaz konsepsiyası**

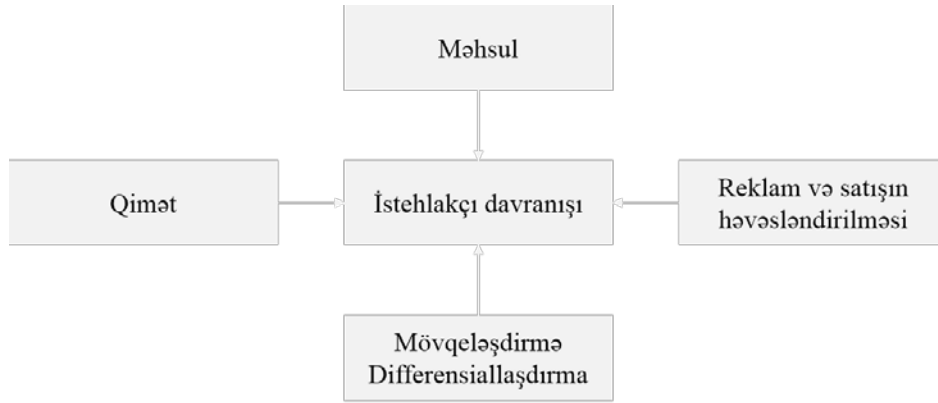
Hal-hazırda motivasiya nəzəriyyəçiləri davranışı başqa cür izah etməyə daha çox meyillidirlər. Bu, müəyyən dərəcədə, neyrofizioloqların beyinin funksiyasının öyrənilməsində mühüm irəliləyişlərə nail olmaları ilə əlaqədardır və indi onlar buna tamamilə fərqli mövqeydən yanaşırlar. Məsələn, D.Hebb reaktivliyə yox, əsəb sisteminin təbii fəaliyyətinə əsaslanan fərziyyə formalaşdırır. Tədqiqatçı əvvəllər mövcud olan nəzəriyyələri təkzib edərək göstərir ki, beyin aktivlik vəziyyətinə gəlməsi və impulslar göndərməsi üçün ona kənar ehtizaz lazım deyildir [9]. Beyinə fizioloji ədalət xas deyildir, onun təbii aktivliyi öz-özünü motivləşdirmə sistemi yaradır. Fəaliyyətin səviyyəsi üzvi enerjinin səfərbər olunması səviyyəsindən, yəni ehtizazın və yeni təəsüratlara diqqət yetirmə qabiliyyətinin dəyişmə səviyyəsindən asılıdır. Ehtizazın səviyyəsi elektroensefaloqrama vasitəsilə nəzarət edilən elektrik titrəyişləri ilə ölçülür. Bu titrəyişlər elektroensefaloqramada dalğa formasında göstərilir: neyronların elektrik boşalmaları nə qədər sürətli olarsa elektroensefaloqramada ehtizazın səviyyəsi və hərəslə ölçülən titrəyişin tezliyi bir o qədər yüksək olur [3].

### **Firavanlıq və ehtizazın optimal səviyyəsi**

Aydın olur ki, ehtizazın səviyyəsi ümumi firavanlığın və ya diskomfortun hiss edilməsinə güclü dərəcədə təsir edir və deməli, insanların davranışlarının müəyyən edilməsində iştirak edir. Həddən artıq ehtizaz insanlarda gərginlik, narahatçılıq, əsəblilik, iztirab, qəzəblənmə və hətta vahimə yaradır. Eyni zamanda, həddən artıq zəif stimulyasiya və ya stimulyasiyanın olmaması isə cansıxıcılıq və ya müəyyən dərəcədə narahatçılıq, həmçinin daha çox ehtizaz arzusu yaradır. Əgər insanları uzun müddət ərzində fasiləsiz olaraq çox sadə və ya yeknəsəq işləri yerinə yetirməyə məcbur edərlərsə, bu onlarda qüسسə doğura bilər. Psixoloqlar, komfortun və ya firavanlığın hiss edilməsi mənasında, ehtizazın və ya stimulyasiyanın optimal səviyyəsinin mövcudluğunu qəbul edirlər. Əgər insan optimuma nail ola bilmərsə, onda gücdən düşmə, optimumdan yüksək səviyyəyə nail olduqda isə yorğunluq və narahatçılıq hiss edir. Müşahidələr göstərir ki, insanlar ümumiyyətlə ehtizazın aralıq səviyyəsinin saxlanılmasına nail olmağa çalışırlar [8].

### **İstehlakçı davranışına xarici mühit determinantlarının təsiri**

İstehlakçıların davranışına bir sıra xarici mühit amilləri təsir göstərirlər. Bu amillərin hər birinin özünəməxsus spesifik xüsusiyyətləri və təsir formaları mövcuddur. İstehlakçıların davranışına xarici mühit determinantlarının təsirini Şəkil 1-də nəzərdən keçirək:



Şəkil 1. İstehlakçı davranışının xarici mühit determinantları

**Məhsul** - istehlakçıların davranışına xarici mühit determinantlarından biri kimi özünəməxsus təsir formasına malikdir. Məhsulun istehlak xüsusiyyətlərinin xarakterindən, keyfiyyətindən, istehlakçılara verdiyi faydadan, marka adının tanınma səviyyəsindən, brendləşməsindən asılı olaraq istehlakçıların davranışı formalaşır, Məhz bu səbəbdən də hər bir müəssisə istehsal etdiyi məhsulun keyfiyyətini yüksəltməyə, ona yeni istehlak xüsusiyyətləri verməyə, istehlakçılar üçün daha faydalı olmasına, məhsul markasını məşhurlaşdırmağa, onu brendə çevirməyə çalışırlar. İstehlakçı bazarda ona daha çox fayda verə biləcək əmtəni axtarır. İstehlakçıda əmtədən daha çox fayda əldə edə biləcəyi fikrinin yaranması əsasında onun bazar davranışları formalaşır. İstehlakçıların məhsul alışı həyata keçirməsi və təkrar alış etmək ehtimalı məhz əmtənin onların tələbinə uyğun gəlib – gəlməməsindən çox asılıdır. İstehlakçının alışdan məmnun qalması dərəcəsi onun tələblərinin ödənilməsi və əldə etdiyi faydanın səviyyəsi ilə müəyyən edilir. Təmin olunma – özünün ilkin tələbləri ilə əldə edilmiş əmtənin real keyfiyyətlərini (və ya onun istifadəsi nəticələrinin) müqayisə edən insanda yaranan hissidir.

**Qiymət** – onun istehlakçı davranışına təsirinin qiymətləndirilməsinə fərqli yanaşma tətbiq olunmasını tələb edir. Müəssisələr məhsul satışı prosesində fərqli qiymət strategiyaları tətbiq edirlər. Bu zaman diqqət yetirirlər ki, onların tətbiq etdikləri qiymət strategiyaları istehlakçı davranışına necə təsir göstərəcəkdir. Marketingin qiymət strategiyası – hər bir konkret şəraitdə və vaxtda qarşıya qoyulan məqsədə nail olmağa imkan verən, qiymətməlgəlmə sahəsində bütün mümkün fəaliyyət istiqamətlərindən ən başlıcasının seçilməsi, müəyyən edilməsidir. Qiymət strategiyası birdəfəlik fəaliyyət deyildir. Daima onların səmərəliliyini yoxlamaq və lazım gəldikdə onlara yenidən baxmaq lazımdır [6].

Qiymət siyasəti məhsulların hazırlanması, keyfiyyəti, onların bölüşdürülməsi və hərəkəti üzrə müəssisənin ümumi strategiyasının ayrılmaz tərkib hissəsidir. Bu ondan irəli gəlir ki, marketing kompleksinin bütün elementləri bir-biri ilə sıx əlaqədədir. Qiymət strategiyaları firmanın konkret məqsədlərindən hansına nail olunmasına deyil, onun bir çox müxtəlif məqsədlərinə nail olunmasına xidmət edir. Belə məqsədlərdən biri də istehlakçı davranışına təsir etmək, istehlakçıların məhsul alışına maraqlarını artırmaqdan ibarətdir. Düzgün seçilmiş qiymət strategiyası müəssisənin bazarda müvəffəqiyyət qazanmasının əsas şərtlərindən biridir [8, 6].

**Reklam və satışın həvəsləndirilməsi.** Müəssisələr marketinqin kommunikasiya sistemi formasında həyata keçirdikləri stimullaşdırma tədbirləri sayəsində istehlakçı davranışına birbaşa təsir göstərirlər.

Marketinqin kommunikasiya sistemi əmtəənin irəlilədilməsi qzrə stəmullaşdırma tədbirləri kompleksini özündə birləşdirir. Bu sistem eyni zamanda kommunikativ prosesin həyata keçirilməsini, istehlakçılara zəruri informasiyanın çatdırılmasını, alıcılarla şəxsi əlaqələrin yaradılmasını, ictimaiyyətlə işgüzar münasibətlərin formalaşdırılmasını, və s. bu kimi digər stimullaşdırma tədbirlərinin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur [8].

Marketinqin kommunikasiya sisteminin tətbiqi, ümumilikdə istehlakçıların məlumatlandırılması, onlara təsir edilməsi, onlarda məhsula tələbat formalaşdırılması, mal alışının və satışının həvəsləndirilməsi, müəssisənin imicinin yüksəldilməsi və s. bu kimi tədbirlərin həyata keçirilməsi tək bir stəmullaşdırma vasitəsindən istifadə edilməsini deyil, onlardan kompleks şəkildə istifadə edilməsini nəzərdə tutur. Bu gün firmalar əmtəə bazarlarında güclü rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərirlər və onların əksəriyyətini məhsullarına daha çox istehlakçını cəlb etmək, onların davranışına təsir göstərmək, daha çox məhsul satmaq, yüksək mənfəət əldə etmək maraqlandırır. Bu baxımdan firmalar arasında kommunikasiya sisteminin tətbiqi üzrə də rəqabət yaranır və hər bir firma daha təsirli kommunikasiya sistemini yaratmağa və tətbiq etməyə çalışır [8, 11].

**Mövqələşdirmə.** F.Kotler mövqələşdirmənin istehlakçı davranışına təsirinin qiymətləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirir, bu prosesi aşağıdakı kimi dəyərləndirir. Hər bir şirkət öz bazar təkliflərini müəyyən şəkildə mövqələşdirməlidir. Mövqələşdirmə – şirkətin təklifinin və onun imicinin işlənilib hazırlanması üzrə istehlakçıların məqsədli qrupunun şüurunda xüsusiləşmiş xeyirxah mövqə tutulmasına istiqamətlənmiş fəaliyyətdir. Əmtəənin mövqələşdirilməsinin son nəticəsi – məhsulun dəyərliliyinin bazara oriyentasiyalaşmış təklifinin uğurla yaradılması, məqsədli auditoriyanın malgöndərən şirkətin əmtəəsini niyə əldə etməsi və ondan istifadə etməsini izah edən sadə və dəqiq şəkildə təsdiqdir [8].

**Diferensiasiyalaşdırma** - mövqələşdirmədən sonrakı növbəti addım kimi qiymətləndirilir. Mövqələşdirmə şirkət və ya onun əmtəə təklifi haqqında əsas ideyanın məqsədli bazara çatdırılmasından ibarət olmaqla bizim obyekt haqqında düşünməyimizi asanlaşdırır. Diferensiasiyalaşdırma isə obyektə xarakterizə edən mürəkkəb fərqlər sisteminin yaradılmasında və istehlakçılara çatdırılmasında növbəti addımdır. Bu proses təklifin rəqib təkliflər arasında fərqlənməsinə imkan verən bir sıra əhəmiyyətli və qiymətli xüsusiyyətlərə sayəsində istehlakçı davranışına təsir göstərən amil kimi çıxış edir [8, 10].

### **Nəticə və təkliflər**

Marketinqin məqsədi istehlakçıların tələbat və ehtiyaclarının təmin edilməsidir. «İstehlakçıların davranışı» marketinqin bir sahəsi kimi, ayrı-ayrı alıcıların, qrupların və təşkilatların öz ehtiyac və arzularını təmin etmək məqsədilə əmtəə, xidmət və ideyaların seçilməsi, əldə edilməsi və onlar üzrə qərar verilməsi prosesini öyrənir. İstehlakçıların davranışlarını başa düşmək və idarə etmək, «alıcını özündən tanımaq» bacarığı çox çətin işdir.

İstehlakçı çox vaxt öz arzu və tələbatları haqqında bir şey deyir, supermarketdə isə, sanki həmin tələbatlarla heç bir əlaqəsi olmayan tamamilə başqa bir əmtəəni alır. Alıcı be-



lə alışı sövqedicə motivlərini sadəcə olaraq dərk etmir və son anda öz qərarını dəyişə bilər. Bu modelə uyğun olaraq, marketing stimulları və ətraf mühitin sövqedicə amilləri alıcının şüuruna təsir göstərir, konkret alış üzrə qərar isə fərdin xüsusiyyətləri və onun qərar qəbul etmə prosesi əsasında müəyyən olunur. Marketing üzrə mütəxəssisin vəzifəsi – xarici stimulların təsiri və alış haqqında qərar qəbulu anında istehlakçının şüurunda nə baş verdiyini başa düşməkdir.

Hər şeydən əvvəl, marketing üzrə mütəxəssislər əmtəə və xidmətlərin əldə edilməsi prosesində ərin, arvadın və uşaqların rollarını və onların bir-birilərinə nisbi təsirlərini öyrənirlər. Müxtəlif ölkə və ictimai siniflərdə ailə üzvlərinin rolları əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənə bilər. Məsələn, ABŞ-da yaşayan vyetnamlılar ənənəvi modelə əsaslanırlar və burada iri əmtəənin alış zamanı əsas qərar kişi tərəfindən verilir. Əmtəənin alış prosesində ər-arvadın iştirakı onun kateqoriyasından asılıdır. Buna görə də, malgöndərən şirkətin ər və arvaddan hansının əmtəəni seçən zaman daha çox təsir qüvvəsinə malik olduğunu müəyyən etməsi vacibdir.

İstehlakçıların davranışının öyrənilməsinin və onun modelləşdirilməsinin məqsədi istehlakçıların məhsul seçərkən və ya alarkən etdikləri hərəkətləri müəyyənləşdirmək, onları eyni və ya oxşar davranış tərzinə görə qruplaşdırmaq və bu qruplara xas olan qanunauyğunlaqları müəyyən etməklə onlara təsir vasitələrinin tapılması və seçilməsidir.

İstehlakçıların davranışına məhsul, qiymət, reklam və satışın həvəsləndirilməsi, mövqeləşdirmə və differensiallaşdırma kimi bir sıra xarici mühit determinantları təsir göstərir. Bu amillərin hər birinin özünəməxsus spesifik xüsusiyyətləri və təsir formaları mövcuddur. İstehlakçı davranışına xarici mühit determinantlarının təsirinin qiymətləndirilməsi istehlakçı davranışının marketing tədqiqi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

İstehsalçıların uğurlu fəaliyyəti təkcə alıcılara təsir göstərmə üsullarının öyrənilməsinə deyil, həm də onlar tərəfindən əmtəənin əldə edilməsi üzrə qərar qəbulu prosesinin məntiqinin başa düşülməsinə nəzərdə tutur. Marketoloqlar kimin qərar qəbul etdiyini, alış haqqında qərarın tiplərini və qərar qəbul etmə prosesinin mərhələlərinin hansılardan ibarət olmasını müəyyən etməlidirlər.

### Ədəbiyyat

1. Brian M.Young. Consumer Psychology. 2018, Springer International Publishing, ISBN: 9783319909110, USA
2. Erdoğan Koç. Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri. 2016, Seçkin Yayıncılık, ISBN: 9789750252358, 535 sayfa, Türkiye
3. Kapferer Jean-Noël. The New Strategic Brand Management, Kogan-Page, London, UK, 2005
4. Kotler P. Introduction of branding. In T. Calkins & A. M. Tybout (Eds.), Kellogg branding (p. ix), 2006
5. M.Karabulut. Tüketici Davranışı: Pazarlama yeniliklərinin kabülü ve yayılışı
6. Manafov Q.N. Sahibkarlıq: nəzəri və praktiki məsələləri. Bakı, 1997
7. Moran W.T. The Search for the Golden Fleece: Actionable Brand Equity Measurement. ARF 3rd Annual Advertising and Promotion Workshop, 5-6 February 1991
8. Oliver Richard L. Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. New York: McGraw-Hill, 1997

9. İmanov T.İ., Quliyev E.N. Marketingin əsasları, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, 2003, 264 səhifə, Bakı
10. Consumer Behavior: The Psychology Of Marketing  
<http://www.consumerpsychologist.com/>, 26.02.2019
11. Yavuz Odabaşı. Tüketici Davranışı. Mediacat Yayıncılık, ISBN: 9789758378647, 404 səhifə, Türkiye, 2003

**ANALYTICAL ASSESSMENT OF THE FACTORS INFLUENCING  
CONSUMER BEHAVIOUR IN MARKETING**

**S.M.Guliyev**

**SUMMARY**

This article deals with consumer behavior as an object of marketing research. Factors influencing its formation are analyzed, peculiarities of marketing research of consumer behavior are revealed, marketing research of the influence of individual and external determinants on consumer behavior is conducted.

**АНАЛИТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ  
НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В МАРКЕТИНГЕ**

**С.М.Кулиев**

**РЕЗЮМЕ**

В работе изучается потребительское поведение как объект маркетингового исследования. Анализируются факторы, влияющие на его формирование, выявлены особенности маркетингового исследования потребительского поведения, проведено маркетинговое исследование влияния индивидуальных и внешних детерминантов на поведение потребителей.

*Məqalə redaksiyaya 5 fevral 2020 tarixində daxil olmuş, 6 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 336.33

## XARİCİ İNVESTİSİYALAR HAQQINDA MÜASİR NƏZƏRİ KONSEPSİYALAR

**T.R.Ağayeva**

Odlar Yurdu Universiteti  
Bakı, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13  
e-mail: mayil\_oruc@yahoo.com

*Açar sözlər:* investisiya, kapital ixracı, iqtisadi dinamika

*Keywords:* investment, capital export, economic dynamics

*Ключевые слова:* инвестиции, экспорт капитала, экономическая динамика

İqtisadiyyatın spesifik xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq, investisiya fəaliyyəti həmişə müxtəlif iqtisadi məktəblərin, cərəyanların və nəzəriyyəçilərin maraq dairəsində olmuşdur. Bu məktəblər investisiyaların məzmununu mövcud olan metodologiyalar əsasında araşdırmış, müxtəlif iqtisadi formasiyalarda onların inkişaf dinamikasını təhlil etmiş və investisiya proseslərinin müxtəlif iqtisadi və riyazi modellərini yaratmışlar. Bu modellərin işlənilməsi hazırlanmasının vacibliyi ondan ibarətdir ki, elmi tədqiqatlar real iqtisadi proseslərdə tətbiqlərini tapır və elmi tədqiqatlar üçün stimül yaranırdı.

Xarici investisiyaların mahiyyətini izah edən ilk nəzəriyyəçilər XX əsrin ortalarında meydana gəlmişdir. Bu dövrdə Amerika şirkətlərinin törəmə müəssisələri Avropa və Latın Amerikasına bazarlarına aktiv formada investisiya qoymağa başladılar. Dünya bazarında kapitalın hərəkəti prosesi müvafiq nəzəri yanaşmaların yaranmasını tələb edirdi.

Elmi ədəbiyyatda xarici investisiya anlayışı geniş izah edilir və burada birbaşa və portfel investisiyalarını fərqləndirirlər. Xarici investisiyalara Beynəlxalq Valyuta Fondunun verdiyi tərif üzərində dayanmaq. Birbaşa xarici investisiyalar (Foreign direct investment) (FDI) - Xarici sahibkar kapitalının ölkədə uzunmüddətli kapital qoyuluşunu təmsil edən investisiya formasıdır. Birbaşa xarici investisiyalar iqtisadi maraq əldə etmək üçün uzun müddətə həyata keçirilir və əsasən şəxsi sahibkar kapitalı ilə əlaqədardırlar. Belə investisiyalar xarici investorların öz ölkələrindən kənar müəssisə yaratması imkanını və onların fəaliyyəti üzərində nəzarətini təmin edir, xarici müəssisələrin əldə etdiyi bütün gəlirlərin investor tərəfindən idarə olunmasına imkan yaradır.

Portfel investisiyaları xarici qiymətli kağızlara qoyulan kapitaldır. Portfel investisiyaları müəssisənin səhmdar kapitalının ümumi həcmindən 10%-dən azını təşkil edir və bu investisiyalar investora kapital qoyulmuş obyekt üzərində real nəzarət hüququ vermir.

Azərbaycanda xarici investisiyaların qorunması haqqında qanunda xarici investisiya belə tərif verilib: xarici investorların mənfəət əldə etmək məqsədilə sahibkarlıq fəaliyyəti və başqa növ fəaliyyət obyektlərinə qoyduqları əmlakın və əmlak hüquqlarının bütün növləri, o cümlədən intellektual fəaliyyətin nəticələrinə hüquqlar və əşya hüquqlarına aid olmayan digər hüquqlar xarici investisiyadır.

İnvestisiya butovlukdə gəlir (*mənfəət*) və ya sosial səmərə əldə etmək məqsədilə sahibkarlıq və digər fəaliyyət novləri obyektlərinə qoyulan maliyyə vəsaitindən, həmçinin maddi və intellektual sərvətlərdən ibarətdir.

**Cədvəl 1**  
**Birbaşa investisiyaların beynəlxalq hərəkətinin əsas elmi nəzəriyyələri**  
(1965-2010-cu illər)

Nəzəriyyə	Müəlliflər	il	Təhlilin predmeti	Problematika
İnvestisiyaların rentabelliyyə əmsalı nəzəriyyəsi	Popkin, Stivens və başqaları	1965	TMK ABŞ	Birbaşa xarici investisiyalar investisiya olunmuş kapitalın gəlirlilik səviyyəsində beynəlxalq fərqlilik funksiyasıdır
Portfel investisiyaları nəzəriyyəsi	Markoviç, Tobin və başqaları	1958-1959	TMK ABŞ	İnvestorlar bir neçə ölkəyə yatırımlar etməklə ümumi riskləri azaltmağa çalışırlar
Bazarın qeyri-təkmilliyi nəzəriyyəsi	Xaymer Kindlberqer	1960-1969	TMK ABŞ	TMK –ların rəqabətqabiliyyətliliyinin və onların beynəlmilləşməsi strategiyasının izahı
Oliqapoliya və birbaşa xarici investisiya nəzəriyyəsi	Nikkerbokker Vernon Qrexam	1973,1974-1978	Amerika və Avropa TMK-ları	Oliqapolik bazar strukturları və BXİ strategiyaları
Beynəlliləşmə konsepsiyası	Bakli və Kasson Ruqmann	1976,1983-1978	TMK	Transmilliləşmə,üfiqi və saquli inteqrasiya
Eklektik paradiqma	Danning	1981	Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin TMK-sı	Şirkət və ölkələr üzrə BXİ-ların spesifik determinantları
Millətlərin rəqabət üstünlükləri	Porter	1990	Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin TMK-sı	Ölkələrin və sənaye sahələrinin rəqabətqabiliyyətliliyi

İnvestisiyaların rentabelliyyəsinin əmsalı (*D.Popkin, Q.V.Stivens, Q.Ruber, D.Blays*) və portfel investisiyası (*X.Markovin, D.Tobin*) nəzəriyyələri xarici investisiyaların yerləşdirilməsinin məlum olan ilkin nəzəriyyələrinə aid edilir.

Birinci nəzəriyyədə göstərilir ki, kapital aşağı mənfəətli olan ölkələrdən mənfəətin yüksək olduğu ölkələrə gedir.(1). İkinci nəzəriyyədə isə deyilir ki, investorlar nəinki öz mənfəətlərini artırmağa çalışırlar, hətta birbaşa xarici investisiyaları müxtəlif ölkələr ara-

sında bölməklə riskləri minimallaşdırmağa çalışırlar.

Bazarın qeyri təkmilliyi nəzəriyyəsində S.Q.Xaymer və Ç.P.Kindlberqer göstərdilər ki, şirkətlərin xarici ölkələrə investisiya qoymalarında maraqlarının əsas səbəbləri istehsal yaxud əmək amillərinin dəyəridir.

Öz işgüzar əməliyyatlarını başqa ölkələrdə genişləndirməyi planlaşdıran şirkətlər orada daxil olmağın iki tip maneə ilə rastlaşırlar. Belə maneə kimi müxtəlif növ qeyri-müəyyənliklər qəbul edən ölkələrin milliyətçiliyi və ondan doğan risklər ola bilər. Qeyri-müəyyənliklər yerli bazarın şərtlərini, yerli hüquq sistemini, dili və həmin regionun investorları yaxud firmaları ilə müqayisədə investorun daha az tanış olması ilə əlaqədar olan digər amillər səbəbindən yaranır. İkinci maneə qəbul edən ölkənin milliyətçiliyi və ondan doğan risklər yerli firmanın müdafiəsi motivi ilə əlaqədar olaraq hökumətin müdaxiləsi yaxud istehlakçıların yerli istehsalçıların məhsullarına üstünlük verməsi nəticəsində yarana bilər. Əmtələrin beynəlxalq istehsalı tsikli nəzəriyyəsi təsdiq edir ki, xarici ölkələrə investisiya qoyuluşlarının səbəbi istehsal yaxud əmək amillərinin dəyəri deyil əmtəənin həyat tsiklidir. Belə ki, firmalar istehsal texnologiyalarını və istehsal edilmiş məhsulların keyfiyyətinin standartlaşdırılmasının aparılmasının vacibliyini nəzərə alaraq ölkələrindən ixrac etməmək üçün öz istehsal güclərini satış bazarına yaxın yerləşdirməyə çalışırlar. Ancaq bu nəzəriyyə innovasiyalı sahələr üçün birbaşa xarici investisiyaların qoyulmasını izah edə bilmir.

Bu nəzəriyyəyə görə əmtəənin həyat tsikli uç fazanı hazırlıq, yetkinlik və standartlaşdırmanı daxil edir. Birinci fazada istehsal proseslərinin standartlaşdırılması üzrə lazım olan hesabatlar aparılır. Məhz əmtəənin həyat tsiklinin bu etapında istehsal güclərinin öz ölkəsində harada yerləşdirilməsi haqqında qərarın qəbul edilməsinə təsir edə biləcək faktorlar yaradılır. İkinci yetkinlik fazasında firma özünün bazar yeniliyini itirdiyi üçün istehsal etdiyi əmtəələr üçün ixrac yolları axtarır. Üçüncü standartlaşdırma fazasında firma öz istehsal güclərini xaricə investisiya qoyaraq başqa ölkələrdə yerləşdirir və sonradan oradan ixraca başlayır.

Məhz bu nəzəriyyəyə firmalar tərəfindən istehsallarını xarici ölkələrdə yerləşdirmək üzrə qərar qəbul edilməsinin səbəbini göstərən ilk nəzəriyyə idi.

Oliqapoliya və Birbaşa xarici investisiya nəzəriyyəsinə (*F.Nikkerbokker, R.Vernon,*

*İ.Qrexam*) uyğun olaraq rəqabətin böyük olduğu sahələrdə liderin davranışlarını rəqiblərin transmilliləşməsi prosesi və sürəti müəyyən edə bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, oliqapolik model keçid iqtisadiyyatı olan ölkələrdə sənayenin modernləşdirilməsində iştirak edən orta ölçülü TMK-ın rolunu nəzərə almır.

Beynəlmilləşmə konsepsiyası birbaşa xarici investisiyaların əldə edilməsi üçün transmilli kompaniyaların (TMK) rolunu və onların motivasiyasını izah etməyə çalışır. Bu nəzəriyyəyə P.Bakli və M. Kasson tərəfindən 1976-cı ildə işlənib hazırlanmışdır. Nəzəriyyənin əsas ideyası ondan ibarətdir ki, transmilli kompaniyalar öz daxili fəaliyyətlərini konkret rəqabət üstünlüyünü hazırlamaq üçün təşkil edirlər. Nəzəriyyənin müəllifləri kompaniyanın yeni satış bazarları və sahələrinə çıxmağa imkan verən səmərəli menecment və marketinq, maliyyə menecmenti kimi mikrosəviyyədə üstünlüklərinə xüsusi diqqət vermişlər. Beynəlmilləşmə nəzəriyyəsi elm dünyasında conrakı araşdırmalar üçün dəqiq elmi baza yaratdı.

Birbaşa xarici investisiyanın (BXİ) yerləşməsi ilə əlaqədar olan suallara tam cavab verməyə çalışan daha müasir nəzəriyyə ingilis alimi D.Danninqin işləyib hazırladığı Ek-

lektik paradigma nəzəriyyəsidir. Bu nəzəriyyə xaricdə birbaşa kapital qoyuluşlarını həyata keçərməyin uç vacib şərtindən bəhs edir.

1. Oliqopolianın üstünlükləri (investor yerli firmalarla müqayisədə qabaqcıl texnologiyalar, ticarət markası, nou-xau, bazara girişə nəzərət kimi üstünlüklərə malik ola bilər);

2. Lokallaşma üstünlüyü ( BXİ qəbul edən ölkənin üstünlüyü: təbii resurslar, ticarət təşkilatlarında üzvlük, tarif maneələri, aşağı əmək xərcləri və s.)

3. Beynəlmilləşmə üstünlüyü ( İxrac xərxlərinin aşağı düşməsi, idarəetmə, lisenziyalaşdırma)

Bütün yuxarıda baxdığımız nəzəriyyələr təsdiq edir ki, xarici ölkələrə investisiya qoymaqda firmalar müxtəlif məqsədlər güdürlər. Üzunmüddətli perspektivdə mənfəətin maksimallaşdırılmasının birincidərəcəli əhəmiyyət daşımasına baxmayaraq, qısamüddətli vədədə risklərin diversifikasiyası, bazara girmək kimi məqsədlər üçün firma onu müvəqqəti olaraq kənara qoya bilər.

### Ədəbiyyat

1. Xarici investisiyanın qorunması haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. Bakı, 15 yanvar 1992-ci il. № 57
2. Hymer S.H. The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment. 1960, Ph.D. Diss. Published posthumously. The MIT Press, 1976. Cambridge, Mass.
3. Buckley P.J., Casson, M.C. The Future of the Multinational Enterprise. London: Homes & Meier, 1976
4. Dunning, J.H. The Determinants of International Production, Oxford Economic Papers. 1973. #25. P. 289
5. Кейнс Дж. М. Избранные произведения. М.: Экономика, 1993
6. Azərbaycan Respublikası «İnvestisiya haqqında» Qanunu 13 yanvar 1995-ci il № 952, 23 mart 2001-ci il tarixli, 103-IIQD nömrəli; 5 oktyabr 2001-ci il tarixli, 190-IIQD nömrəli; 23 noyabr 2001-ci il tarixli, 219-IIQD nömrəli; 23 aprel 2002-ci il tarixli, 311-IIQD nömrəli; 30 aprel 2002-ci il tarixli, 317-IIQD nömrəli; 6 dekabr 2002-ci il tarixli, 399-IIQD nömrəli; 9 mart 2004-cü il tarixli, 603-IIQD nömrəli qanunlara əsasən əlavələr və dəyişikliklərlə
7. John Bates Clark. The Distribution of Wealth: A Theory of Wages, Interest and Profits. New York: Macmillan, 1908, 254 p.
8. J.Hirshleifer. Investment Decision under Uncertainty: Choice-Theoretic Approaches. «Quarterly Journal of Economics», 1965. Vol. 79, N 4. Nov. P. 509-536
9. Fisher I. The nature of capital and income. New York, The Macmillan Company, 1906, 427 p.
10. Харрод Р. К теории экономической динамики. Новые выводы экономической теории и их применение в экономической политике // Классики Кейнсианства. М.: Экономика, 1997, Т.1, с.39-194
11. Мэнькю Н.Г. Макроэкономика. М.: Изд-во МГУ, 1994, 736 с.

**MODERN THEORETICAL CONCEPTS  
ABOUT FOREIGN INVESTMENTS**

**T.R.Ağayeva**

**SUMMARY**

This article focuses on the social and economic nature of investment and its scientific and theoretical foundations. Scientific and theoretical foundations developed by the representatives of various economic schools (classical, Marxist, neoclassical, Keynesian, Neokeynesian) are presented.

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ  
ОБ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЯХ**

**Т.Р.Агаева**

**РЕЗЮМЕ**

В статье основное внимание уделяется социально-экономической сущности инвестиций и его научно-теоретическим основам. Представлены научно-теоретические основы инвестиций с точки зрения представителей разных экономических школ (классической, марксистской, неоклассической, кейнсианской, неокейнсианской).

*Məqalə redaksiyaya 31 yanvar 2020 tarixində daxil olmuş, 8 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 339.9

## MİLLİ İQTİSADİYYATIN MÜASİR İNKİŞAF MODELİ

**M.M.Orucov**

Odlar Yurdu Universiteti  
Bakı, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13  
e-mail: mayil\_oruc@yahoo.com

*Açar sözlər:* büdcə, neft fondu, valyuta fondu, ümumi daxili məhsul, vergi, inflyasiya

*Keywords:* budget, oil fund, currency fund, gross domestic product, taxes, inflation

*Ключевые слова:* бюджет, нефтяной фонд, валютный фонд, валовой внутренний продукт, налоги, инфляция

Azərbaycan Respublikasının 2000-ci illərdən başlayan iqtisadi inkişafı müasir dövrdə də yüksək artımla davam etməkdədir. Bu dəyişiklik kəmiyyət xarakteristikası ilə yanaşı təsərrüfat sisteminin özünün mahiyyətini də ehtiva etmişdir. Azərbaycan iqtisadiyyatında başlayan inkişaf dəyişikliyi “model dəyişikliyi” kimi xarakterizə etmək olar. Belə bir dəyişiklikdə biz qarşımıza “nəyi itirdik”, “nəyi qoruduq” və inkişaf modelinin dəyişilməsi prosesində “nəyi qazandıq” kimi vəzifələri müəyyən etməyi qoyuruq.

Real nəticələrin əldə edilməsi üçün “mövcud və gələcək” zamanda fikirləşmək və bunun nəticəsində də cari islahatların prioritet istiqamətlərini özündə əks etdirən konsepsiya yaratmaq lazımdır. Dəqiq müəyyən edilmiş inkişaf strategiyası əsasında qarşıya qoyulmuş məqsədə çatmaq üçün real həll yolunu göstərən mövcud inkişaf mexanizmini yaratmaq lazımdır. İqtisadi inkişaf modeli elmi əsaslara söykənməlidir. Əks halda onun fəaliyyəti praktiki cəhətdən həyati əhəmiyyət kəsb etməyəcəkdir.

XXI əsrin əvvəllərində bazar münasibətləri və dövlət tənzimlənməsini, milli sahibkarlığı və sosial istiqaməti, iqtisadi qanunauyğunluqları və qeyri-iqtisadi amilləri özündə birləşdirən iqtisadiyyatın bir sıra elmi modelləri formalaşmışdır. Buna görə də biz ilk öncə Azərbaycanda hansı model inkişaf etməli və özündə hansı formada dünya təcrübəsini əks etdirməli və digər modellərə münasibətdə onun mövcudluğunun necə olmasını müəyyənləşdirməliyik. Məhz bu baxımdan milli iqtisadiyyatın inkişafının nəzəri əsaslandırılmasının zəruriliyi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

İqtisadi inkişaf modelinin müəyyənləşməsi prosesilə bağlı yaranan mövcud problemlərin həlli üçün dövlətin əsaslı şəkildə əlverişli makroiqtisadi mühit yaratması vacibdir. 2019-cu ildə ölkəmizdə milli iqtisadiyyatın bütün sahələrində ardıcıl və davamlı islahatlar aparılmış, regionların sosial-iqtisadi inkişafı proqramları nəticəsində regionların tarazlı inkişafı həyata keçmiş, ölkəmizdə əlverişli biznes mühitinin təkmilləşdirilməsi, qeyri-neft sektorunun inkişafı, kənd təsərrüfatına və digər sahələrə dövlət dəstəyi hər zaman diqqət mərkəzində olmuşdur. Son illərdə Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın 11 əsas bölməsini əhatə edən strateji yol xəritələrində müəyyən olunan tədbirlər ardıcıl olaraq yerinə yetirilmişdir. Görülən tədbirlər nəticəsində yaradılan güclü iqtisadi potensial nəticəsində ölkə iqtisadiyyatının dayanıqlığı artmış və respublikamızda makroiqtisadi sabillik təmin olunmuşdur.



**2003-2019-cu illərdə iqtisadiyyatın sahələri üzrə Ümumi Daxili Məhsulu**  
(faktiki qiymətlərlə)

İllər	Cəmi	O cümlədən				
		Sənaye	Kənd təsərrüfatı	Tikinti	Nəqliyyat və rabitə	Digər sahələr
2003	7146,5	2666,9	888,0	802,0	713.8	2075.8
2004	8530.2	3268.6	937.3	1062.1	812.4	2449.8
2005	12522.5	6201.9	1137.9	1126.8	917.2	3138.7
2007	28360.5	16926.9	1901.0	1825.4	2074.9	5632.3
2008	40137.2	23574.0	2246.0	2800.3	2681.7	8835.2
2010	42465.0	21942.2	2344.6	3439.7	3160.3	11578.2
2014	59014.1	24169.4	3139.2	7454.4	3726.8	20524.3
2016	60425.2	22398.0	3386.8	6338.9	5133.8	23167.7
2017	70337.8	28208.5	3944.1	6750.6	5862.6	25572.0
2018	79797.3	35307.4	4190.4	6353.8	6275.3	27670.7
2019	81681.0	33845.0	4669.6	5922.3	6394.2	30849.9

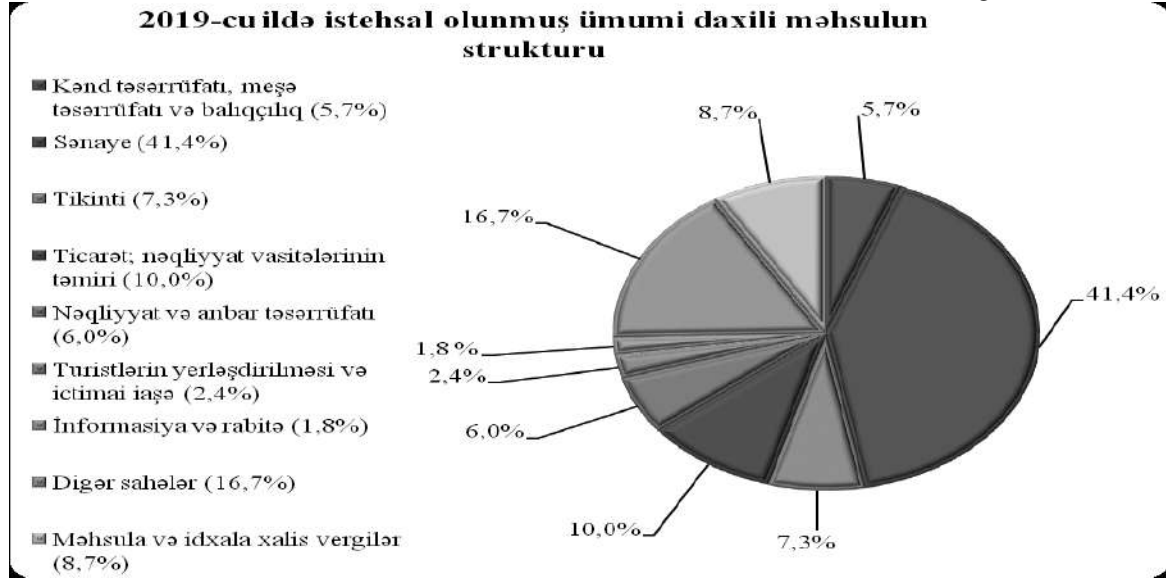
*Mənbə: Azərbaycan Respublikasının statistik göstəriciləri 2019*

Həyata keçirilən irimiqyaslı və məqsəduyğun iqtisadi siyasət nəticəsində 2019-cu ildə ÜDM-in artımı 2018-ci illə müqayisədə 2,2 faiz, sənaye istehsalı 1,8 faiz, kənd təsərrüfatı 7,3 faiz, digər sahələr isə 4,3 % faiz təşkil etmişdir. Bu dövrdə iqtisadiyyatın qeyri-neft-qaz sektorunda istehsal olunmuş əlavə dəyər 3,5 faiz, neft-qaz sektorunda isə 0,4 faiz artmışdır. Cədvəl 1 məlumatlarından görüldüyü kimi 2019-cu ildə Ümumi Daxili Məhsul 2003- ilə nisbətən 11.4 dəfə, 2010-cu ilə nisbətən isə 1.9 gəfə artmışdır. eyni zamanda müvafiq dövr ərzində sənaye 12.6 və 1.5 dəfə, kənd təsərrüfatı 5.3 və 2.0 dəfə, tikinti 7.4 və 1.7 dəfə, nəqliyyat və rabitə 8.9 və 2.0 dəfə artmışdır.

2019-cu ildə milli iqtisadiyyatda yaradılmış Əlavə dəyərin 41,4 faizi sənaye, 10,0 faizi ticarət, 5,7 faizi kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq, 1,8 faizi informasiya və rabitə sahələrində, 16,7 faizi isə iqtisadiyyatın digər sahələrdə yaranmışdır. 2019-cu ildə adambasına düşən Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM) 8247,0 manata bərabər olmuşdur.

2019-cu ildə 46735.5mln manat sənaye məhsulu istehsal edilmişdir ki, bu da 2018-ci ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 1,8 faiz çoxdur. Bu dövr ərzində sənayenin qeyri- neft sektorunda 11321.7 mln. manat məhsul istehsal edilmişdir ki, bu da 2018-ci illə müqayisədə 14,3 % artım olduğunu göstərir.

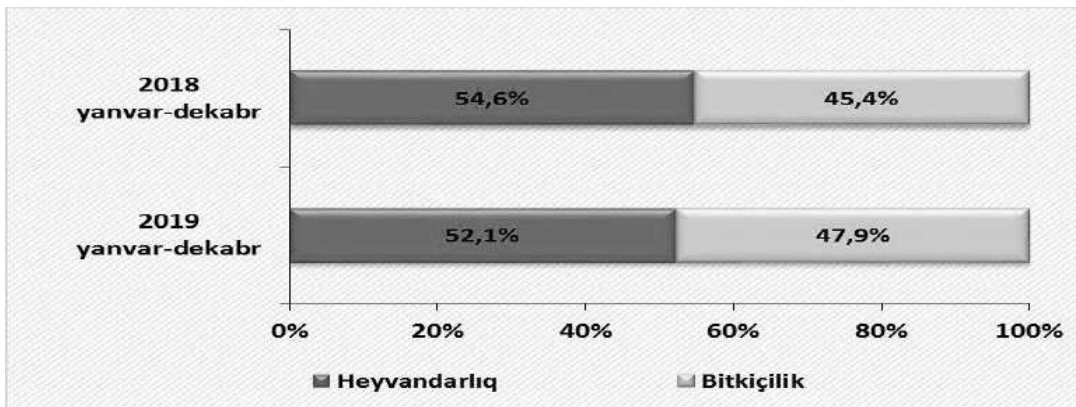
Qrafik 1



2019-cu ildə qeyri neft sektorunun yüksək artım tempi ilə inkişaf etməsinə baxmayaraq hələdə sənaye məhsulunun ümumi strukturunda neft-qaz sektorunun payı çoxluq təşkil edir. Belə ki, bu dövr ərzində sənaye məhsulunun 69,9 % mədənçıxarma sahəsində, 25,2 % emal sahəsində, 4,2 faizi elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı sahəsində, 0,7 faizi isə su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sahəsində istehsal edilmişdir (Qrafik 1).

**Kənd təsərrüfatının aparıcı sahəsi olan** bitkiçilikdə 2019-cu ildə 1039,5 min ha sahədə əkilən dənli və dənli paxlalı bitkilərdən yığılan məhsul 3254,9 min ton olmuş və 2018-ci illə müqayisədə 6,3% artmışdır.. Orta hesabla hər hektarın məhsuldarlığı 31,3 sentner təşkil etmişdir.

Qrafik 2

**2018-2019-cu illərdə kənd təsərrüfatının ümumi məhsulunun strukturu**

2019-cu ildə əkin sahələrindən 1714,7 min ton və ya əvvəlki illə müqayisədə 12,7 %-dən çox tərəvəz, 1004,2 min ton və ya 2018-ci illə müqayisədə 11,7 %-dən çox kartof,

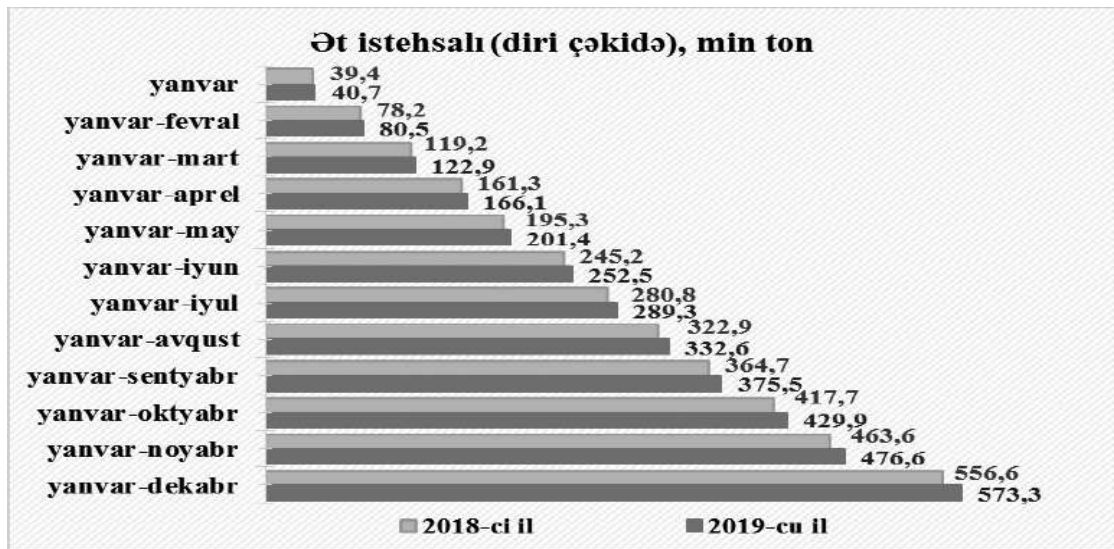
447,6 min ton və ya əvvəlki illə müqayisədə 11,4%-dən çox bostan məhsulları, 1099,7 min ton və ya əvvəlki illə müqayisədə 8,8%-dən çox meyvə və giləmeyvə, 237,0 min ton və ya 2018-ci illə müqayisədə 20,9% -dən az şəkər çuğunduru, 295,3 min ton və ya əvvəlki illə müqayisədə 26,4 %-dən çox pambıq tədarük edilmişdir.

Bütövlükdə 2019-cu ildə kənd təsərrüfatının ümumi məhsulunun faktiki qiymətlərlə dəyəri 7836,7 mln manat olmuşdur ki, bunun da 4085,5 mln manatı heyvandarlıq, 3751,2 mln manatı isə bitkiçilik sahəsinin məhsullarının payına düşür (Qrafik 2).

Heyvandarlıq məhsulları istehsalı il əlaqədar 2019-cu ildə 573,3 min ton ət və ət məhsulları istehsal olunmuşdur ki, bu da 2018-ci illə müqayisədə 3,0 % çox diri çəkiddə ət, 2129,4 min ton sud istehsal edilmişdir ki, bu da əvvəlki illə müqayisədə 2,4% faiz, 1827,1 mln ədəd yumurta istehsal edilmişdir ki, bu da əvvəlki ilə nisbətən 9,0% çoxdur (Cədvəl 3).

Qrafik 3

## 2018-2019-cu illərdə əsas növ heyvandarlıq məhsullarının istehsalı



2019-cu ilin statistik məlumatlarına görə bütövlükdə respublika üzrə 8296,3 min baş qoyun və keçi, 2658,1 min baş iribuynuzlu mal-qara olmuşdur.

2019-cu ildə ölkəmizin aqrar sektorunun ümumi məhsulu faktiki qiymətlərlə 2018-ci illə nisbətən 7,2%, o cümlədən bitkiçilik məhsullarının istehsalı 11,7%, heyvandarlıq məhsullarının istehsalı isə 3,5% çoxalmışdır.

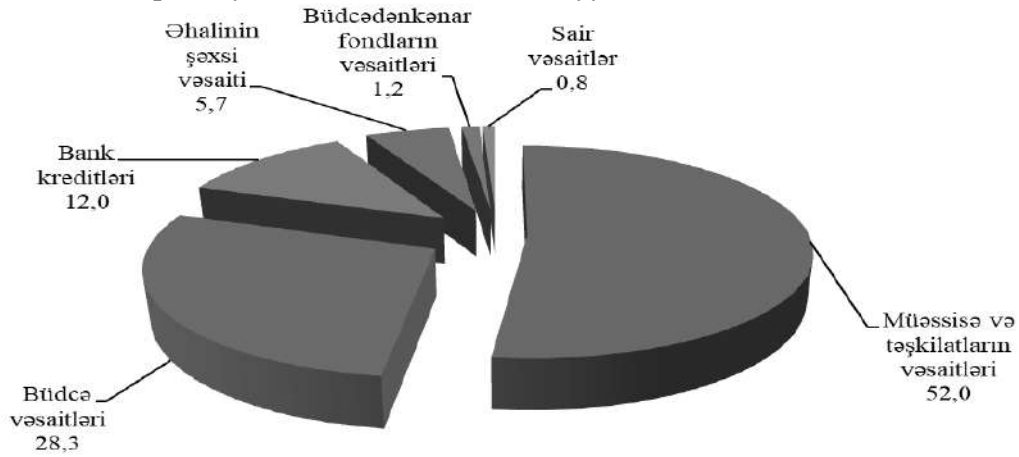
2019-cu ildə əsas kapitalla 17184,3 mln manat miqdarında vəsait qoyulmuşdur, bu da əvvəlki ilə nisbətən 2,3% azdır. Bunun səbəbi 2019-cu ildə neft-qaz sahəsinə qoyulan investisiyaların azalması ilə əlaqədardır. Qeyri-neft sahəsinə qoyulan vəsaitin həcmi isə 1,9% artmışdır. Bu vəsaitlərin 11393,4 mln manatı, yaxud 66,3% məhsul istehsalına, 4432,6 mln manatı, yaxud 25,8% xidmət sektoruna, 1358,3 mln manatı və ya 7,9% isə yaşayış evlərinin tikintisinə sərf edilmişdir. Əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyaların 11995,4 mln manatını, yaxud 69,8%-ni daxili investisiyalar təşkil etmişdir. tikinti-quraşdırma işlərinin yerinə yetirilməsinə sərf olunmuşdur.

Daxili mənbələr hesabına əsas kapitala qoyulmuş investisiyaların həcmi ümumi sərmayənin 69,8 %-ni təşkil etmişdir.

İnvestisiyaların ümumi həcmində müəssisə və təşkilatların vəsaitləri 8942,6 mln manat, bank kreditləri 2061,8 mln manat, büdcə vəsaitləri 4857,2 mln manat, büdcədən kənar dövlət fondlarının vəsaitləri 207,6 mln manat, əhalinin şəxsi vəsaitləri 980,9 mln manat, sair vəsaitlər isə 134,2 mln manat olmuşdur (Qrafik 4).

Qrafik 4

**Əsas kapitala yönəldilmiş vəsaitlərin maliyyə mənbələri üzrə strukturu, faizlə**



Qoyulan ümumi vəsaitlərin 48,3%-i dövlət, 51,7%-i isə qeyri-dövlət bölməsinin sərmayədarları tərəfindən qoyulmuşdur.

Statistik məlumatlara görə iqtisadi fəal əhalinin sayı 5190.1 min nəfər olmuşdur ki, bunlarında 4938.5 min nəfəri məşğul əhalidir. Hesabat ilində muzzla çalışan işçilərin sayı 1644.3 min nəfər təşkil etmişdir. Baxmayaraq ki, qeyri-dövlət bölməsinin payı ÜDM-də 84.7% təşkil etmişdir burada muzzla çalışanların sayı 729.4 min nəfər, dövlət sektorunda isə 914.9 min nəfər təşkil etmişdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, 2019-cu ildə muzzla işləyənlərin orta aylıq nominal əməkhaqqı 623,1 manat təşkil etmiş və əvvəlki ilə nisbətən 15,4% artmışdır.

Cədvəl 2

**Əhalinin gəlirlərinin əsas göstəriciləri**

Göstəricilər	2019	2018	Əvvəlki ilə nisbətən %-lə
Əhalinin nominal gəlirləri mln manat	57035.0	53103.7	107.4
Hər nəfərə, manat	5758.6	5407.8	106.5
Sərəncamda qalan gəlirlər, mln manat	52500.0	49019.6	107.1
Hər nəfərə, manat	5300.7	4991.9	106.2

2019-cu ildə əhalinin gəlirləri 57035.0 mln manat təşkil etmiş və 2018-ci ilə nisbətən 7,4 % artmışdır. Bu müddət ərzində ölkəmizdə adambaşına 5758.6 manat gəlir düşmüşdür ki, buda əvvəlki illə müqayisədə 6.5% çoxdur (Cədvəl 2).

2019-cu ilin sosial iqtisadi göstəricilərinin yekununa görə dövlət büdcəsinin gəlirləri 24199,6 mln manat, xərcləri isə 24404,8 mln manat təşkil etmişdir. Dövlət büdcənin kəsiri isə 205,2 mln manat olmuşdur.

Mərkəzi Bankın məlumatlarına görə, 2019-cu ildə ölkənin bank və digər kredit təşkilatlarının kredit portfeli 15116,4 mln manat olmuş və onun 12108,7 mln manatını və ya 80.1%-ni uzunmüddətli kreditlər təşkil etmişdir. Bu müddət ərzində kreditlərin 97.5%-ni kommersiya bankları 2.55-ni isə bank olmayan kredit təşkilatları vermişdir. Vaxtı keçmiş kreditlərin həcmi ümumi kreditlərin 9,3%-ni olmaqla 1410.4 mln manat təşkil etmişdir.

2019-cu ildə istehlak tələbatlarının ödənilməsi məqsədilə alıcılara satılmış məhsulların və göstərilən xidmətlərin həcmi 50654,2 mln manat təşkil etməklə əvəlki ilə nisbətən müqayisəli qiymətlərlə 3,6% çoxalmışdır.

Qeyri-dövlət bölməsinin müəssisələri tərəfindən satılmış məhsulların və göstərilən xidmətlərin həcmi 48660.2 mln manat olaraq əvvəlki dövrlə müqayisədə 3,6% artmışdır ki, bunun da 49,5%-i yaxud 24063.2 mln manatı fərdi sahibkarların fəaliyyəti nəticəsində formalaşmışdır.

2019-cu ildə pərakəndə ticarət dövriyyəsi 39391.7 mln manat olmuş və əvvəlki ilə nisbətən müqayisəli qiymətlərlə 3,6% artmışdır (Cədvəl 3).

Cədvəl 3

## Məhsul bazarı üzrə əsas göstəricilər

Göstəricilər	2019-cu ildə mln manatla	2019-cu il 2018-ci ilə nisbətən %-lə
<b>Pərakəndə ticarət dövriyyəsi</b>	39391.7	103.6
<b>O cümlədən: Müəssisələr üzrə</b>	8277.1	129.5
<b>Fərdi sahibkarlar üzrə</b>	20464.4	101.8
<b>Bazar və yarmarkalar üzrə</b>	10650.2	92.4

2019-cu ildə pərakəndə ticarət şəbəkələri vasitəsilə hər bir alıcı orta hesabla ayda 331,4 manatlıq, yaxud 2018-ci ilə nisbətən 16,6 manat çox məhsul almışdır.

2019-cu ildə Azərbaycan respublikası dünyanın 190 ölkəsindəki ticarət tərəfdaşları ilə ticarət əməliyyatları aparmış 117 ölkəyə istehsal etdiyimiz məhsulları ixrac etmiş, 181 ölkədən isə istehlak tələbatlarımızı ödəmək üçün məhsul idxal etmişik və bu dövrdə xarici ticarət dövriyyəsi 30040.5 mln ABŞ dolları təşkil etmişdir ki, bu da ötən illə müqayisədə 3.2% artmışdır. 2019-cu ildə 17655.8 mln ABŞ dolları həcmində məhsul ixrac edilmişdir ki, bunda 15874.7 mln ABŞ dollarını neft sektoru, 1781.1 mln ABŞ dollarını yaxud 10.1%-ni qeyri-neft sektoru təşkil etmişdir. Bu müddət ərzində 12384.7 mln ABŞ dolları

həcmində məhsul idxal edilmiş və ixrac və idxal arasında 5271.1 mlnABŞ dolları miqdarında müsbət saldo yaranmışdır.

Ölkənin Mərkəzi bankının məlumatlarına görə əhalinin banklardakı əmanətləri 8681.5 mln manat olaraq 2018-ci ilə nisbətən 7.8% artmışdır. Qoyulan əmanətlərin 54.1%-i xarici, 45.9%-i isə milli valyuta ilə qoyulmuşdur.

#### **Ədəbiyyat**

1. Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2017
2. Fasano Ugo, Wang Qing. Fiscal Expenditure Policy and Non-Oil Economic Growth: Evidence from GCC Countries. *IMF*, WP/01/195, 2001
3. D.Vəliyev. Azərbaycanın Qlobal İqtisadiyyata İntegrasiyası. Bakı, 2008
4. Strateji yol xəritəsi. 2016
5. [www.azstat.org](http://www.azstat.org)
6. [www.agro.gov.az](http://www.agro.gov.az)
7. [www.economy.gov.az](http://www.economy.gov.az)

### **MODERN MODEL OF NATIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT**

**M.M.Orujov**

#### **SUMMARY**

This article focuses on the macroeconomic analysis of the economy of Azerbaijan in the light of changes in global economy. The path of development of Azeri economy in 2019 is discussed and the need for the transition to the path of innovative development of economy at present stage is stressed.

### **СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**M.M.Оруджев**

#### **РЕЗЮМЕ**

В статье представлен макроэкономический анализ экономики Азербайджана в свете изменений в мировой экономике. Анализируется путь развития экономики Азербайджана в 2019 году и подчеркивается необходимость перехода экономики на путь инновационного развития на современном этапе.

*Məqalə redaksiyaya 3 fevral 2020 tarixində daxil olmuş, 8 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 336.33

## AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINA QOYULAN XARİCİ İNVESTİSİYALARIN XARAKTERİ VƏ VERGİ TUTULMASININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

**R.İ.Xəlilov**

Odlar Yurdu Universiteti  
Bakı, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13  
e-mail: rovshankhalilov@yahoo.com

*Açar sözlər:* investisiya, kapital ixracı, iqtisadi dinamika

*Keywords:* investment, capital exports, economic dynamics

*Ключевые слова:* инвестиции, экспорт капитала, экономическая динамика

İnkişafın müasir dövründə Azərbaycan iqtisadiyyatı və ilk növbədə istehsal sahəsi dövlət dəstəyinə möhtacdır. Hər bir dövlətin iqtisadi inkişafını, onun rəqabətqabiliyyətliliyini və dünya bazarına inteqrasiyasını xarakterizə edən mühüm göstəricilərdən biri ölkə iqtisadiyyatına qoyulan birbaşa xarici investisiyaların miqdarıdır. Investisiya fəaliyyəti ölkədə sosial-iqtisadi şəraitin yüksəlməsinə, əlavə iş yerlərinin açılmasına, işsizliyin azalmasına, gəlirlərin artmasına, yeni texnologiyaların tətbiq edilməsinə səbəb olur. Ona görə də son dövrlərdə dövlət hakimiyyət orqanları tərəfindən makroiqtisadi stabilliyin yaranmasına xeyli dərəcədə kömək edən xarici kapitalın ölkə iqtisadiyyatına cəlb edilməsi məqsədlə bir sıra tədbirlər görülür. Azərbaycan iqtisadiyyatının son illərdəki vəziyyəti və dövlətin həyata keçirdiyi iqtisadi islahatlar xarici investisiyanın milli iqtisadiyyat üçün əhəmiyyətini daha da artırmışdır. Hazırda ölkə iqtisadiyyatına xarici sərmayənin cəlb edilməsi dövlətin qarşısında duran mühüm məsələlərindən biri hesab olunur.

Bu istiqamətdə görülməsi vacib olan ən mühüm işlərdən biri xarici investorlar üçün əlverişli mühitin yaradılmasıdır.

Ölkə iqtisadiyyatına investisiyaların cəlb edilməsi, xarici investisiyaların stimullaşdırılması vasitəsilə biznes mühitinin yaxşılaşdırılmasına yönəlmiş dövlət siyasəti dayanıqlı iqtisadi artımın əsas səbəblərindən biridir. Ona görə də xarici şirkət və beynəlxalq təşkilatlarla effektiv investisiya əməkdaşlığı üçün vacib olan hüquqi, təşkilati və iqtisadi mühitin yaradılması hər bir dövlətin qarşısında həll edilməsi vacib olan məsələlərdən biri hesab olunur. Bununla əlaqədar olaraq, dövlət müvafiq hüquqi və normativ baza, institutlar formalaşdırır və rəqabətli biznes mühitinin yaradılmasına dəstək verir. Ölkəmizdə xarici investisiyalara verilən dövlət təminatı hər şeydən əvvəl ölkədəki qanunvericiliklə tənzimlənir. Bununla əlaqədar olaraq, hələ 15 yanvar 1992-ci ildə “Xarici investisiyaların qorunması haqqında” və 13 yanvar 1995-ci ildə “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunları qəbul edilmişdir. Dünya ölkələri arasında birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsi ilə əlaqədar olan güclü rəqabət həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrdən xarici investisiyalarla bağlı normativ-hüquqi qanunvericilik bazasının formalaşdırılmasını tələb edir. Ölkənin investisiya siyasətinin əsas müddəaları qanunvericilik təminatı və investorların hüquqlarının qorunması ilə əlaqədardır. Investisiyaların miqdarının yüksəlməsi birbaşa olaraq dövlətin apardığı investisiya siyasəti ilə sıx bağlı olan müvafiq normativ-hüquqi bazanın, iqtisadi mühitin, infor-

masiya təminatının təkmilləşdirilməsi ilə bağlıdır.

Azərbaycan ərazisində xarici investisiyaların həyata keçməsinin hüquqi, iqtisadi və təşkilati əsasları “Xarici investisiyaların qorunması” haqqında Azərbaycan Respublikasının qanununda öz əksini tapıb. Bu Qanun Azərbaycan Respublikasının ərazisində xarici investisiya qoyuluşunun hüquqi və iqtisadi prinsiplərini müəyyən edir. Qanun xalq təsərrüfatında xarici maddi və maliyyə ehtiyatlarının, qabaqcıl xarici texnikanın və texnologiyanın, idarəetmə təcrübəsinin cəlb olunmasına, bunlardan səmərəli istifadə edilməsinə yönəlmişdir və xarici investorların hüquqlarının müdafiəsinə təminat verir. Bu Qanunda göstərilir ki, nəzərdə tutulmuş istisnalarla, xarici investisiyanın, habelə investisiya qoyuluşu sahəsində xarici investorların fəaliyyətinin hüquqi rejimi Azərbaycan Respublikasının hüquqi şəxslərinin və vətəndaşlarının əmlakı, əmlak hüquqları, habelə investisiya fəaliyyəti üçün yaradılmış rejimdən az əlverişli ola bilməz.

Azərbaycan Respublikasının ərazisində birbaşa xarici investisiyalar heç bir əlavə şərt olmadan bütövlükdə hüquqi baxımdan tam şəkildə müdafiə olunur. Investorlar üçün mühüm dövlət təminatı ondan ibarətdir ki, Azərbaycan Respublikasının sonrakı qanunvericiliyi investisiya qoyuluşu şəraitini pisləşdirdikdə on il ərzində xarici investisiyaya investisiyanın qoyulduğu zaman qüvvədə olmuş qanunvericilik tətbiq edilir. Beləliklə bu qanun xarici investorları Azərbaycan Respublikasında əlaqədar qanunvericiliyin dəyişdirilməsi nəticəsində yeni yaranan təsirlərdən sığortalayır və onlara bu dəyişiklərlə əlaqədar bir sıra təminatlar verir.

Lakin, Azərbaycan Respublikasında xarici investorlara verilən təminatlar milli qanunvericiliklə yanaşı ölkəmizin ratifikasiya etdiyi çoxtərəfli müqavilələrlə də tənzimlənir.

Xarici ölkələrlə bağlanmış qarşılıqlı müdafiə və təşviqə dair ikitərəfli müqavilələrdə xarici investorların əlavə müdafiəsi xüsusiyyətlərini daşıyır. Hazırda ölkəmiz ilə dünyanın müxtəlif dövlətləri arasında 30-a yaxın bu xarakterli sazişlər imzalanmışdır. Azərbaycan dövləti ilə dünyanın 53 dövləti arasında müştərək və ya dövlətlərarası komissiya yaradılmışdır. MDB dövlətləri səviyyəsində hətta ikitərəfli sazişlərdən başqa investisiya qoyuluşlarının qarşılıqlı müdafiəsi və təşviq edilməsinə dair 2 çoxtərəfli konvensiya da imzalanmışdır. Bununla yanaşı ölkə iqtisadiyyatına xarici investisiyaların cəlb edilməsinin artırılması və təşviqi üçün Azərbaycan dövləti BMT, ÜTT, Avropa İttifaqı, MDB, GUAM, İƏT, Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, Dünya Bankı, Beynəlxalq Valyuta Fondu, Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankı, Asiya İnkişaf Bankı, İslam İnkişaf Bankı, Qara Dəniz Ticarət və İnkişaf Bankı, Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyası kimi bir sıra beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar və maliyyə qurumları ilə sıx əlaqə saxlayır.

Xarici investorların hüquqlarının təmini üçün milli rejimin formalaşdırılması ölkə ərazisinə xarici investisiyaların cəlb edilməsinə və tətbiqinə təminat verir. Bu qaranti “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” və “Xarici investisiyaların qorunması haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunları ilə bərabər, ilk öncə Mülki Məcəllə, Vergi Məcəlləsi, Gömrük Məcəlləsi, Valyuta tənzimi haqqında qanun və digər qanunvericilik aktları ilə də müdafiə edilir.

Azərbaycan hökuməti tərəfindən ölkə iqtisadiyyatına xarici investisiyaların cəlb olunması məqsədi ilə qəbul edilən tədbirlərdən biri vergi stimullaşdırılması müxanizminin işə salınmasıdır.

Məlum olduğu kimi, sahibkarlığın inkişafının ən mühüm səbəblərindən biri vergi



rejimi ilə bağlıdır. İnvestorlarla əlaqədar vergilər Azərbaycan Respublikasının 905IQ nömrəli 11 iyul 2000-ci il tarixli qanunu ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi” ilə tənzimlənir. Qeyd etmək lazımdır ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı üçün son illərdə vergilərin dərəcəsinin və sosial sığorta ödənişlərinin aşağı salınması sahəsində də bir sıra işlər görülmüşdür. 1998-ci ildən başlayaraq ölkədə vergi dərəcələri davamlı olaraq aşağı salınır. İnvestorların vergi yükününün azaldılmasına xidmət edən bu cür tədbirlər əsasən son illərdə həyata keçirilmiş, ölkədə vergi inzibatçılığı təkmilləşdirilmiş, bir sıra xarici dövlətlərlə ikiqat vergitutma aradan qaldırılmış, habelə investisiyaların stimullaşdırılması və qarşılıqlı qorunması haqqında sazişlər imzalamışdır.

Xarici investorlar öz maraqlarını və fəaliyyətlərini ölkəmizdə müxtəlif üsullarla həyata keçirirlər. Bunlardan ən geniş yayılmışı investisiya qoyulan obyektə böyük ölçüdə yaxud tam nəzarət etmək imkanı verən kapital qoyuluşu kimi müəyyən edilən birbaşa investisiyalardır. Birbaşa investisiyalar əksər hallarda uzun dövr ərzində iqtisadi maraq əldə etmək məqsədilə həyata keçirilir. Bu investisiyalar əsasən şəxsi sahibkar kapitalı ilə əlaqədardırlar.

Birbaşa investisiyalardan fərqli olaraq portfel investisiyaları onu göstərir ki, investor Azərbaycan müəssisələrinin buraxdığı qiymətli kağızların ümumi həcmnin az bir hissəsinin sahibidir və investora kapital qoyulmuş obyekt üzərində real nəzarət etmək imkanı vermir.

Xarici investisiya ilə olan müəssisələr xarici iştirak payı ilə, yaxud 100% xarici kapitalla ola bilər. Azərbaycanda mövcud olan qanuna görə belə müəssisələr Azərbaycanın hüquqi şəxsləri sayılır və səhmdar cəmiyyəti, məhdud məsuliyyətli cəmiyyət, törəmə müəssisələri və xarici müəssisələrə, təşkilatlara və şəxslərə məxsus müəssisələr kimi təşkilati-hüquqi formada qeydiyyatdan keçə bilər. Bu müəssisələr ölkənin vergi rezidentləri sayılır və məhdudiyətsiz vergi məsuliyyəti rejiminə düşürlər. Deməli bu müəssisələr bütün mənbələr üzrə əldə edilən gəlirlərdən vergi ödəmək məcburiyyəti daşıyırlar. xarici kapitalla olan müəssisələrdən fərqli olaraq xarici hüquqi şəxslər xarici ölkələrin qanunvericiliyinə uyğun yaradılan müəssisələrdir və onlar öz fəaliyyətlərini ölkəmizin ərazisində filiallar, nümayəndəliklər, büro, kontora və sairə vahidlər şəkilində həyata keçirə bilərlər.

Xarici hüquqi şəxslər ölkəmizin vergi qeyri-rezidentləri olaraq məhdud vergi məsuliyyəti rejiminə düşürlər.

Respublikamızda sosial-iqtisadi göstəricilərin yüksəldilməsi ümumi daxili məhsulun qruplaşdırılmasında aparıcı sahələrin, xüsusilə də, strateji sahələrin rolunun və əhəmiyyətinin yüksəldilməsinin vacibliyini irəli sürür. Bu baxımdan, ölkəmizə birbaşa xarici investisiya qoyuluşlarının artırılması və onun Azərbaycan hökuməti tərəfindən tənzimlənməsi, milli iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafında lazımı proporsiyaların təmin edilməsi mühüm praktiki əhəmiyyətə malikdir. Ölkədə bu deyilənlərlə yanaşı investisiya fəaliyyətinin tənzimlənməsində müxtəlif metodlardan (iqtisadi mexanizmlərdən) daha fəal istifadə etməlidir. Bu mexanizmlərin ən mühümlərindən biri vergitutma subyektlərinin vergi dərəcələrinin və güzəştlərinin fərqləndirildiyi vergi sisteminin tətbiq edilməsidir.

Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi dövlət tərəfindən budcənin gəlirini təşkil etməklə iqtisadiyyata kapital qoyuluşlarını, sahibkarlıq və biznes fəaliyyətini təşviq edən, vergi ödəyicilərini mənfəət əldə etməyə, onları yerli istehsalı artırmağa maraqlandıran vergi siyasətinin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Belə vergi siyasəti iqtisadiyyatın inkişafı üçün sahibkarlara əlverişli biznes mühiti yaratmağa, dövlətin sosial-iqtisadi inki-

şafının təmin edilməsinə, dövlət büdcəsinə vergi daxilolmalarının artmasına və son nəticədə əhalinin maddi rifahının artırılmasına yönəldilmişdir. Vergi məcəlləsində vergi qanunvericiliyi təkmilləşdirilmiş, vergi siyasətinin istiqamətləri və vergitutmanın prinsipləri bazar iqtisadiyyatı mexanizminə uyğunlaşdırılmışdır.

Respublikamızda həyata keçirilən vergi siyasəti, formalaşdırılmış vergi muhiti son illərdə xarici vergi ödəyicilərinin sayının artmasına səbəb olmuşdur. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, bir sıra ölkələrindən fərqli olaraq Azərbaycanın investisiyaların cəlb edilməsi prosesinə gec qoşulmasına baxmayaraq ölkəmiz bu sahədə irəli getmişdir.

Ölkəmizdə aparılan vergi islahatlarının əsas məqsədi xarici və yerli iş adamları, investorlar ucun bərabər vergi muhiti yaratmaqdan ibarətdir. Burada vergi imtiyazı amortizasiya siyasəti ilə sıx bağlıdır ki, bu da istehsal potensialının sürətlə yeniləşdirilməsinə yönəldirilmişdir. Müəssisələrin xüsusi investisiya istehsal resurslarına amortizasiya ödənişlərinin rolunu artırmaq ucun mövcud amortizasiya normalarına yenidən baxılmaq və onun yeni usullarının tətbiq edilməsini artırmaq məqsəduyğundur.

Statistik məlumatlardan görüldüyü kimi bütün mənbələr üzrə ölkə iqtisadiyyatına qoyulan bütün investisiyalar və o cümlədən xarici investisiyalar illər üzrə 2008-ci il istisna olmaqla artmaqda davam etmişdir.

Cədvəl

**Ölkə iqtisadiyyatına yönəldilmiş investisiyalar (mln. ABŞ dolları)**

	<b>1995-2002</b>	<b>2003-2018</b>	<b>1995-2018</b> (ümumi)
<b>Cəmi investisiyalar</b>	12473,6	222042,0	<b>234515,0</b>
<b>Daxili investisiyalar</b>	3353,9	97447,6	<b>100801,5</b>
<b>Xarici investisiyalar</b>	9119,8	124594,3	<b>133714,1</b>

*Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2019*

Cədvəldən görüldüyü kimi, xarici investisiyaların xüsusi cəkisi cəmi investisiyaların ümumi həcmində 1995-2018-ci illər ərzində 57,0 % təşkil etmişdir.

Xarici investisiyaların ölkə iqtisadiyyatına cəlb edilməsində coxtərəfli beynəlxalq muqavilələrin böyük rolu olmuşdur.

Ölkə iqtisadiyyatına birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsi ucun əlverişli vergi şəraitinin formalaşması respublikada aparılan vergi siyasətinin aparıcı istiqamətlərindən biridir. Respublikamızda son illərdə aparılan iqtisadi siyasətin mühüm istiqamətlərindən biri neft sektorunun inkişafı ilə yanaşı qeyri-neft sektorunda artan tempə inkişaf etdirilməsindən ibarətdir.

2018-ci ildə ölkə iqtisadiyyatına qoyulan ümumi investisiyaların həcmi 15221,7 mln. ABŞ dolları olmuşdur. Birbaşa xarici investisiyaların cəmi 2018-ci ildə 8236.5 mln. ABŞ dolları həcmində olmaqla ümumi investisiyaların həcmindən 54,1%-ni təşkil etmişdir.

Aparılan təhlillər göstərir ki, ölkəmizdə investisiya qoyuluşları ilə Ümumi Daxili Məhsulun göstəriciləri arasında qarşılıqlı əlaqələr mövcuddur ki, bu da hər iki sahənin göstəriciləri arasında qarşılıqlı təsir gücünün olduğunu göstərir.

Ölkəmizdə investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması xarici investisiyaların 1995-2018-ci illər ərzində artmasına səbəb olmuşdur. Ölkəmizin investisiya reytinginin artması nəinki portfel investisiyaların artımına kömək edəcək, həm də birbaşa xarici investisiyaların dinamikasına güclü təsir edəcəkdir.

### **Ədəbiyyat**

1. Xarici investisiyanın qorunması haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. Bakı, 15 yanvar 1992-ci il, №57
2. Кейнс Дж. М. Избранные произведения. М.: Экономика, 1993
3. Azərbaycan Respublikası «İnvestisiya haqqında» Qanunu 13 yanvar 1995-ci il № 952, 23 mart 2001-ci il tarixli, 103-IIQD nömrəli; 5 oktyabr 2001-ci il tarixli, 190-IIQD nömrəli; 23 noyabr 2001-ci il tarixli, 219-IIQD nömrəli; 23 aprel 2002-ci il tarixli, 311-IIQD nömrəli; 30 aprel 2002-ci il tarixli, 317-IIQD nömrəli; 6 dekabr 2002-ci il tarixli, 399-IIQD nömrəli; 9 mart 2004-cü il tarixli, 603-IIQD nömrəli qanunlara əsasən əlavələr və dəyişikliklərlə
4. John Bates Clark. The Distribution of Wealth: A Theory of Wages, Interest and Profits. New York: Macmillan, 1908, 254 p.
5. J.Hirshleifer. Investment Decision under Uncertainty: Choice-Theoretic Approaches. «Quarterly Journal of Economics», 1965. Vol. 79, N 4. Nov. P. 509-536
6. Fisher I. The nature of capital and income. New York, The Macmillan Company, 1906, 427 p.
7. Харрод Р. К теории экономической динамики. Новые выводы экономической теории и их применение в экономической политике // Классики Кейнсианства. М.: Экономика, 1997, Т.1, с.39-194
8. Мэнькю Н.Г. Макроэкономика. М.: Изд-во МГУ, 1994, 736 с.

## **CHARACTER OF FOREIGN INVESTMENTS IN THE ECONOMY OF AZERBAIJAN AND IMPROVEMENT OF TAXATION**

**R.I.Halilov**

### **SUMMARY**

This article deals with the formation of state investment policy. The analysis of foreign investments attracted to the economy of the country is presented. The impact of foreign investment on the growth of gross domestic product is shown. Suggestions are made to attract more foreign investment in country's economy.

## **ХАРАКТЕР ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ АЗЕРБАЙДЖАНА И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ**

**Р.И.Халилов**

### **РЕЗЮМЕ**

Статья посвящена формированию государственной инвестиционной политики. Проведен анализ иностранных инвестиций, привлеченных в экономику страны. Показано влияние иностранных инвестиций на рост валового внутреннего продукта. Сделаны предложения по привлечению иностранных инвестиций в экономику страны.

*Məqalə redaksiyaya 31 yanvar 2019 tarixində daxil olmuş, 9 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 339.54

## GÖMRÜK NƏZARƏTİ VƏ ONUN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI

**E.E.Qanbayev**

Milli Aviasiya Akademiyası  
Bakı, Mərdəkan prospekti 30  
e-mail: elnur.qanbayev@mail.ru

**Açar sözlər:** nəzarət, qanunvericilik, gömrük təftişi, idxal-ixrac əməliyyatları, Gömrük Məcəlləsi

**Keywords:** control, legislation, customs inspection, import-export operations, Customs Code

**Ключевые слова:** контроль, законодательство, таможенная инспекция, импортно-экспортные операции, Таможенный Кодекс

Müasir şəraitdə beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sisteminə daxil olan Azərbaycan Respublikası çox böyük hüquqi-iqtisadi imkanlara malikdir. Son illərdə ölkə miqyasında həyata həyata keçirilən iqtisadi-sosial islahatlar, beynəlxalq hüquqa əsaslanan idarəetmə formaları və xarici iqtisadi əlaqələrin liberallaşdırılması ümumi inkişafın sürətli və davamlı xarakter daşması ilə üzvi surətdə əlaqədardır. Gömrük nəzarəti Azərbaycan Respublikasında (AR) gömrük qanunvericiliyinə əməl olunmasını təmin etmək üçün gömrük təşkilatları tərəfindən həyata keçirilən bütün fəaliyyət sahələrini əhatə edir.

Gömrük nəzarəti AR Gömrük Məcəlləsinə (GM) uyğun olaraq gömrük təşkilatları tərəfindən həyata keçirilir və gömrük nəzarətini həyata keçirən gömrük təşkilatları ölkənin sərhədlərindən kənara beynəlxalq razılaşmalara əsasən müəyyən qaydalara istinad olunmaqla, fiziki və hüquqi şəxslərin zəruri mənafeələrini qorumaqla ölkələrarası yükdaşımaların, əmtəə mübadiləsinin həyata keçirilməsini təmin edirlər. Müstəqil gömrük xidmətinin yaradılması, ölkənin siyasi-iqtisadi müstəqilliyinin və daxili bazarın qorunması ilə ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin olunmasında böyük əhəmiyyət kəsb edir. AR-nın beynəlxalq səviyyədə dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya olunması, idxal-ixrac əməliyyatlarının ölkələrarası münasibətlərə uyğunluq təşkil etməsilə şərtlənir.

Ölkənin gömrük nəzarətinin aparılması, forma və mərhələləri, Milli Məclis və Respublika Nazirlər Kabinetinin iştirakı ilə müvafiq normativ-hüquqi sənədlərə istinad olunmaqla, gömrük fəaliyyətini həyata keçirən hüquqi təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilir. Gömrük təşkilatlarının xidmətlərindən istifadə edən hüquqi və fiziki şəxslər malik olduqları mal-material və əmlakın onlara məxsus olmalarına dair rəsmi qaydada tərtib olunmuş bəyannamə təqdim etməlidirlər. Ölkəyə fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən gətirilən (aparılan) bütün malların və əmlakın kəmiyyətini və çeşidini təsdiqləyən xüsusi bəyannamənin gömrük nəzarətindən keçirilməsində əsas məqsəd müxtəlif növ yoxlamaların köməyi ilə ölkənin iqtisadi imkanlarının qorunub saxlanması, malların və əmlakın qeyri-qanuni yolla xarici daşınmasının qarşısının ölkələrarası razılaşdırılmış, beynəlxalq hüquqa istinad olunmaqla alınması təşkil edir.

Aparılan tədqiqatlar göstərir ki, yaxın gələcəkdə ölkənin iqtisadi inkişaf istiqamətinin şəxələndirilməsi strategiyasının genişləndirilməsində beynəlxalq miqyasda iqtisadi əlaqələrin inkişaf yönümlülüyünü nəzərə alaraq, ölkədən xaricə aparılan və gətirilən əmtəələrin dövriyyəsinin artması gömrük təşkilatlarının fəaliyyətinə ciddi təsir göstə-

rəcək. Ölkənin coğrafi-iqtisadi ərazi üstünlüyünə malik olması bir tərəfdən, beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi, digər tərəfdən mal-material dəyərlərinin və çox dəyərli əmlak növlərinin ölkədən aparılması üzərində çoxpilləli və yüksək iqtisadi əhəmiyyətli gömrük nəzarətinin aparılmasını tələb edir.

İdxal edərkən gömrük nəzarəti mallar və nəqliyyat vasitələri sifarişçi tərəfindən yerləşdiyi dövlət sərhədlərində fəaliyyət göstərən gömrük idarə və təşkilatların, ilkin gömrük nəzarətinə istinad olunmaqla, qəbul aktına müvafiq dövlət sərhədindən keçirildiyi andan, ixrac edildikdə isə gömrük bəyannaməsi qəbul edilən əmlak-mal dəyərlərinə dair tərəflər arasında əldə olunmuş razılaşmaya uyğun andan başlamasına baxmayaraq, həmin maddi dəyərlərin istehsalçıları ilə hələ ilkin mərhələdə (əmtənin istehsal dairəsində) gömrük qaydalarına və normalarına uyğun olaraq hasil olunması, saxlanması və göndərilməsi şərtlərinə müvafiq olaraq gömrük işçiləri istehsalçılarla birgə fəaliyyət göstərirlər. Gömrük təşkilatı ilə istehsalçı (əmtəə sahibi) arasında ilkin mərhələdə qarşılıqlı əməkdaşlıq ilk növbədə müəyyən əmtəə (məhsul) çeşidləri və növləri beynəlxalq standartlara tam uyğun olmaqla bərabər onların tərəflərarası təsdiqlənmiş rəsmi siyasi-iqtisadi razılaşma müddətlərinə tam uyğun kəmiyyətdə və keyfiyyətdə yerinə yetirilməsi təmin edilməlidir. Hər hansı bir səbəbdən ölkədən aparılan və ya fiziki-hüquqi şəxslər tərəfindən gətirilən məhsullar (əmlak və əmtəələr) gömrük nəzarəti tələblərinə cavab vermədən reallaşdırılması, sonrakı mərhələdə iqtisadi əlaqələrdə gərginlik yaratmaqla, buraxılmış nöqsanların aradan qaldırılması vaxt itkilərinə və iqtisadi-texniki münasibətlərin davamlılığına və inkişaf yönümlüynə mənfi təsir edir.

Ölkələrarası siyasi münasibətlər gömrük fəaliyyətinin təşkili və həyata keçirilməsində iqtisadi əhəmiyyətlə yanaşı, daxili bazarın qorunması və xarici əlaqələrin növbəti mərhələdə daha geniş miqyasda aparılmasına şərait yaradır. Gömrük nəzarətinin ölkə mənafeələrinə xidmətində strateji istiqamətin idxal-ixrac əməliyyatlarına nəzarəti əsas yer tutur. Müstəqillik illərində formalaşmış gömrük-nəzarət işlərini ölkənin Dövlət Gömrük Komitəsi və onun tərkibinə daxil olan yerli-ərazi qurumlarına daxil olan 60-dək idarə və şöbələr icra edirlər. Gömrük nəzarətinə dair AR-da qəbul edilmiş GM-nin 82-ci maddəsinin tələblərinə uyğun olaraq gömrük təşkilatları vasitəsilə aparılan nəzarət-yoxlama əməliyyatlarına cəlb olunan sənədləşdirmə dövrüyyəsini aşağıdakı kimi təsnifatlandırmaq mümkündür:

- a) gömrük nəzarətinə hüquqi və fiziki şəxslər tərəfindən təqdim olunan sənədlərin və məlumatların yoxlanılması;
- b) gömrük işçilərinin nəzarətə təqdim olunan idxal-ixrac əməliyyatlarına dair ilkin məlumatlarla tanış olmaları;
- c) yerli-sahə gömrük idarələrinin əməkdaşlarının əvvəlcədən məlumatları dəqiqləşdirməsi;
- d) gömrük nəzarətinə təqdim olunmuş sənədlər əsasında ixrac-idxal malları normativ qaydalar əsasında yoxlamaq və real vəziyyətə nəzarət;
- e) gömrük xidməti qaydalarına müvafiq olaraq malların və nəqliyyat vasitələrin normativ sənədlərə uyğunluğuna xarici nəzarət-baxış etmək;
- f) müəyyən dəqiqliyin təmin edilməsi istiqamətində malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük axtarışını təşkil etmək və müqayisəli müşahidələr aparmaq;
- g) növbəti müşahidə zamanı gömrük nəzarəti ilə əlaqədar şəxsi axtarışı aparmaq, qaydalara əməl olunmama səbəbləri və onun nəticələrini qiymətləndirmək;

- h) idxal-ixrac əməliyyatlarına daxil olan əmtəələrin malların xüsusi markalarla nişanlanması, onlarda identifikasiya işarələrinin verilməsinin normativlərə və gömrük formalarına uyğunluğunun nəzarətin çeşidinə şəxsi səlahiyyətlər dairəsində dəqiqləşdirmək və onun reallıq dərəcəsini qiymətləndirmək;
- i) idxal-ixrac mallarının, nəqliyyat vəsaitlərinin və bütün maddi material dəyərlərinin yerləşdiyi, daxil olduğu, saxlanıldığı və ona yaxın ərazilərin nəzarət qaydasına yoxlanılmasını təşkil etmək;
- j) Gömrük işçiləri tərəfindən idxal-ixrac təyinatlı mal-material, əmtəələr, nəqliyyat və digər məhsul çeşidlərinə dair aparılan nəzarət formalarından asılı olmayaraq – gömrük razılaşmalarının pozulması halları aşkarlandıqda, maddi-məhsul şəxslərin və baş vermiş çatışmazlığı – kənarlaşmanı müəyyən edən şəxslərin iştirakı ilə pozuntuların baş vermə vaxtı, yeri, onun miqyası və səbəbləri nəzarət qaydasında yoxlanılır.

Gömrük təşkilatları malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük rəsmiləşdirilməsi zamanı təqdim olunan sənədləri və məlumatların həqiqiliyini və etibarlılığını, habelə qeydlərinin düzgünlüyünü müəyyən etməklə ölkə ərazisindən qeyri-gömrük razılaşmalarının qarşısının alınması təmin olunmaqla, xaricdən milli əhəmiyyət kəsb edən iqtisadi müdaxilə olunmasına yol verilməsin.

Gömrük rəsmiləşdirilməsi zamanı gömrük təşkilatlarına təqdim olunan məlumatların yoxlanılması, o cümlədən gömrük nəzarətinin digər formalarının nəticələri mahiyyəti üzrə təhlil edilərək qiymətləndirilməlidir. Növbəti mərhələdə gömrük nəzarətinin aparılması zamanı aşkarlanmış əsas qanun pozuntularının baş vermə səbəbləri və onun yaranmasına dolayı və birbaşa aid olan hüquqi-fiziki şəxslər müəyyənləşdirilir. Gömrük nəzarətinin çeşidində aşkarlanan qanun pozuntularının əsas səbəbkarları müəyyənləşdirməklə, onların hansı ölkəyə aid olmasını nəzərə alaraq, mənsub olduqları nazirliklərə və ya dövlət əhəmiyyətli ali qanunverici idarəetmə və hüquq təşkilatlarına müvafiq tədbirlər görmək üçün gömrük sərhədindən keçirilmiş malların və nəqliyyat vasitələrinin rəsmi qaydalara əsaslanmaq gömrük pozuntularla əlaqədar təcili tədbirlər görmək üçün təqdim olunur. Bununla yanaşı gömrük sərhədindən keçirilmiş malların və nəqliyyatın rəsmiləşdirilməsi zamanı gömrük işçiləri ayrı-ayrı şəxslərin, habelə bu malların nəzarət çeşidində aşkarlanmış qeyri-qanuni əmlak və nəqliyyat-yük keçirmələri üçün səlahiyyətləri olan təşkilatların nümayəndələrindən aşkarlanmış qanun pozuntularının baş vermə səbəbləri haqqında ilkin sənədləri tərtib edən şəxslərin yazılı izahatlarını rəsmiləşdirmədən şifahi sorğu aparmaq hüququndan istifadə etsinlər. Gömrük işçiləri tərəfindən həyata keçirilən bu formalı idarəetmə tədbirləri, yol verilmiş nöqsanlar əhatə dairəsi, mal-material və avtonəqliyyat vasitələrin dəyəri minimal həcmdədir və onları birgə söylər göstərməklə, iqtisadi düzəlişlər aparmaqla nöqsanı aradan qaldırmaq olar.

Gömrük əməkdaşı tərəfindən AR GM 92.2.5-ci maddəsində göstərilən şəxslərdən, bəyannamə üzrə malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük sərhədindən keçirilməsi ilə əlaqədar hüquqi və fiziki şəxslərin izahatlarının yazılı şəkildə tərtib olunması haqqında qərar qəbul olunduğu halda baş vermiş pozuntulara cavabdeh yuxarı idarəetmə təşkilatlarına göndərilir. Gömrük nəzarəti qaydasında aşkarlanmış qanun pozuntuları nəticəsində yaranan maddi və əşya qismində bütün zərər, kəmiyyətindən asılı olmayaraq pozuntuya yol vermiş hüquqi və ya fiziki şəxs tərəfindən müəyyən olunmuş qaydalara istinad olunmaqla ödənilir. Gömrük nəzarətinin reallaşdırılması istiqamətində ölkələrarası rəsmi razılaşmalara əsasən gömrük pozuntularına görə yaranmış itkilərin məbləği müəyyən olunmaqla, beynəlxalq gömrük qaydalarına uyğun olmaqla ödənilməsi təmin olunma-

yan cərimələrə görə hər bir müddət üçün yeni cərimə məbləği müəyyənləşdirilir.

Gömrük nəzarəti - səlahiyyətli gömrük işçiləri tərəfindən gömrük nəzarəti altında malların, nəqliyyat və yüklərin gömrük nəzarətindən keçməsi müxtəlif formalarda vasitələrinin daşınması, yük və digər əməliyyatlarla aparılmaqla, məqsədyönlü, sistematik, birbaşa və ya dolayı yolla texniki vasitələrdən istifadə etməklə, vizual müşahidə aparmaqla icra oluna bilər.

Malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük baxışı - gömrük təşkilatının səlahiyyətli və vəzifəli şəxsləri tərəfindən həyata keçirilməklə gömrük nəzarətinə cəlb olunan müxtəlif maddi-material dəyərləri gömrük nəzarəti məntəqəsindən keçdikdən sonra yoxlanılmış bütün növlərə aid əmtələr, nəqliyyat vasitələrinin saxlanması və sahiblərinə çatdırılması ilə əlaqədar xərclər tərəflər arasında bağlanmış müqavilə şərtləri əsasında icra olunur. Bunun üçün gömrük ödənişləri, gömrük rüsumları, aksizlər, əlavə dəyər vergisi kimi ödəniş formaları tətbiq olunur. Xarici ölkələrdən gətirilmiş və ölkənin gömrük nəzarətinə qəbul olunmuş müxtəlif nəqliyyat vasitələrinə olan mal-material dəyərliləri, razılaşmaya əsasən malların qablaşdırılmasının pozulması ilə əlaqəli deyilsə, xarici vizual yoxlamadır.

Gömrük nəzarəti zonasında mallar və nəqliyyat vasitələrinə gömrük baxışına təqdim olunmuş mal-material dəyərliləri və nəqliyyat vasitələri üzrə xüsusi şəxsin bəyannaməçinin, mallar və nəqliyyat vasitələrinin səlahiyyətli nümayəndələri olmadıqda müstəqil surətdə aidiyyətli işçilər tərəfindən həyata keçirilə bilər. Beynəlxalq razılaşmalara istinad olunmaqla yerlərdə gömrük nəzarətinin mal göndərəninin səlahiyyətli nümayəndəsinin iştirak olmadan həyata keçirilməsi yolverilməzdir.

Gömrük baxışı gömrük təşkilatının səlahiyyətli vəzifəli şəxsləri tərəfindən malların və nəqliyyat vasitələrinin ilkin göndəriş məntəqəsindən (ölkədən) yola salınması vəziyyətinə uyğunluğunun təmin edilməsi, sifarişçilərin ünvanına göndərilmiş malların digər vasitələrlə müəyyənləşdirilməsi, əmtənin qablaşdırılmasının və ya nəqliyyat vasitəsinin yük bölməsinin açılması, konteynerlərin xarici görünüşünün və onun üzərində şərti işarələrin ilkin halla uyğunluğu gömrük işçisinin nəzarət dairəsinə daxil olmaqla müvafiq qaydada yoxlanılmalıdır. Mallara gömrük baxışı gömrük bəyannaməsi qəbul edildikdən sonra aparılır. AR gömrük ərazisinə gətirilən mallara gömrük bəyannaməsi təqdim edilməzdən əvvəl gömrük nəzarətindən keçirilməsi üçün malların müəyyən edilməsi, həmin məlumatların yoxlanılması aparılmalıdır.

Gömrük nəzarətinin xüsusi forması kimi fiziki şəxslərin dəqiqləşdirilməsi və axtarışı, AR dövlət sərhədindən, gömrük nəzarəti zonasından və ya beynəlxalq hava limanının tranzit zonasından keçən zaman qeyri-qanunu hərəkət etməsinə istinad olunmaqla gömrük-sərhəd buraxılış məntəqəsində ilkin nəzarətə cəlb oluna bilər, bu zaman həmin ərazidə yerləşən gömrük təşkilatlarının rəhbərinin və ya onu əvəz edən şəxsin rəsmi icazəsi olmalıdır.

Ölkənin iqtisadi suverenliyinə və iqtisadi təhlükəsizliyinə qarşı daxili və xarici və-təndaşların sərhəd gömrük keçid məntəqələrində şübhə doğuran davranış, hərəkət, söz və ifadələrdən istifadə olunması müşahidə edildikdə, gömrük işçiləri səlahiyyətləri daxilində fiziki şəxsin üzərində axtarışın aparılması barədə qərar gömrük təşkilatının (məntəqəsinin) rəhbərinin birbaşa göstərişi ilə rəsmiləşdirilərək aparılır. Yerli gömrük təşkilatının (idarə, məntəqə) rəhbəri və ya onun müavini gömrük təşkilatın vəzifəli şəxsinin məruzəsi əsasında qərar çıxarmaqla xüsusi hal olmaqla fiziki şəxsin üzərində və ona məxsus əmlakın yoxlanması haqqında yazılı şəkildə qəbul edilir və ya ayrı bir akt tərtib edilir.

Mərkəzi və ya hadisənin baş verdiyi ərazidə (məntəqədə) dövlət mənafeyinə zidd hərəkət etməkdə şübhəli bilinən fiziki şəxsin üzərində axtarışın aparılmasına başlamazdan əvvəl gömrük idarəsinin vəzifəli şəxsi fərdi axtarış aparılması barədə qərarı elan etməyə, bu axtarış zamanı şəxsin hüquq və vəzifələri ilə onu tanış etməyə və olması güman edilən əşyaların, pulların və gizli malların könüllü verilməsini təklif etməyə borcludur.

Fiziki şəxsin üzərində axtarışın aparılması qərarı ilə şəxsin tanış olma faktı həmin şübhəli şəxsin üzərində (ona məxsus olan əmlakın) axtarış aparılması barədə qərarla tanış olduğu haqqında qərarın verilməsi barədə xəbərdar olduğu şəxsi imzası ilə təsdiqləyir. Bu cür hərəkətlərdən imtina edildiyi təqdirdə, şəxsi axtarışın aparılması gömrük nəzarəti işçiləri tərəfindən şübhəli şəxs kimi qəbul edilən həmin vətəndaş ona qarşı irəli sürülən ittihamı əsassız saydığı halda, axtarışın aparılması haqqında qərarı imzalamaqdan imtina edir. Yalnız bundan sonra fərdi olaraq şəxsi axtarışın aparılması barədə elan etmiş qərar gömrük idarəsinin vəzifəli şəxsinin imzası ilə təsdiqləndikdən sonra gömrük-axtarış işlərinin aparılmasına başlanır. Fiziki şəxsin əmlakının gömrük nəzarəti aparılarkən fiziki şəxsin hadisə yerində olması mümkün olmadıqda, həmin şəxsin etibar etdiyi digər şəxs aparılan axtarış zamanı orada olmalıdır.

Gömrük orqanları, dövlət qanunları və AR digər qanuni aktlarında nəzərdə tutulmuş hallarda, malların AR gömrük ərazisinə gətirilməsinin qanuniliyini təsdiq etmək üçün istifadə olunan xüsusi markaların, eyniləşdirmə nişanlarının və ya digər əmtəə nişanlarının həqiqiliyinin təyin olunmasına dair gömrük nəzarətini aparmaq səlahiyyətinə malikdir.

Xüsusi işarələrin, eyniləşdirmə nişanlarının və əmtəə çeşidlərinin markalanmasını bütünlüklə əhatə etmək qeyri-mümkün olduğu halda və əmlak sahibinin gömrük nəzarətindən keçmək üçün lazımı sayda və səviyyədə inandırıcı faktlara istinad edə bilmədiyi təqdirdə malların AR gömrük ərazisinə gömrük rəsmiləşdirilmədən və ölkə ərazisinə buraxılmasından imtina edilməklə (gömrük idarəsi tərəfindən) həmin əmlak-mal-material dəyərliləri geri qaytarılır.

Gömrük nəzarəti qaydasında malların və nəqliyyat vasitələrinin, bina və əmlakın yoxlanmasında əsas məqsəd onların həqiqi sahiblərinin mövcudluğunu təsdiqləməklə mülkiyyət hüququnu təyin etməkdən ibarətdir. AR GM nəzərdə tutulmuş gömrük əməliyyatlarının və ya gömrük qaydalarına və şərtlərinə uyğun olaraq, bina və ərazilərin yoxlanılması, malların, nəqliyyat vasitələrinin itirilməsi, onların əsassız olaraq mənimsənilməsi və ya müvəqqəti olaraq digər hüquqi-fiziki şəxslərin istifadəsinə verilməsi haqqında məlumatlar həmin sahədə gömrük nəzarətinin həyata keçirilməsi barəsində qərar qəbul edildikdən sonra mümkündür.

Gömrük təşkilatları öz səlahiyyətləri dairəsində malların buraxılması, gömrük bəyannaməsində göstərilən məlumatların və gömrük rəsmiləşdirilməsi zamanı təqdim olunan sənədlərin yoxlanılmasını həyata keçirir. Gömrük nəzarətinə (yoxlanması) cəlb olunan mühasibat hesabatları, AR GM 88-ci maddəsində qeyd olunan digər məlumatları ilə müqayisə etməklə, gömrük yoxlamasından keçirilmiş əməliyyatlar kimi təsnifatlandırılır. Gömrük təşkilatlarının iştirakı ilə hüquqi və fiziki şəxslərə məxsus əmlak, nəqliyyat vasitələri, mal-material dəyərlilərinin gömrük təftişi ümumi və xüsusi formalarda aparıla bilər.

Müvafiq gömrük idarələrinin fəaliyyət dairəsində aid olan hallarda aparılan ümumi gömrük təftişi gömrük idarəsinin rəhbərinin və ya onu əvəz edən şəxsin rəsmi surətdə əsaslandırılan əmrinə istinad olunmaqla və gömrük nəzarətinə cəlb olunan hüquqi şəxsin həmin qərarla məlumatlanmasından sonra həyata keçirilməlidir. Gömrük idarəsi tərəfindən



təftişə başlamazdan əvvəl həmin qərarın bir nüsxəsi yoxlama əməliyyatlarına cəlb olunacaq fiziki şəxslərə və ya mülkiyyət-əmlak sahiblərinə tədqim edilir.

Gömrük fəaliyyətinin tənzimlənməsini həyata keçirən normativ-hüquqi qaydalara və gömrük yoxlamalarının aparılması, forma və üsullarına müvafiq olaraq ümumi gömrük təftişi aparılarkən gömrük təşkilatı öz səlahiyyətləri daxilində yoxlanılan şəxsə məxsus avtomatlaşdırılmış məlumat sistemlərinə, məlumat bazalarına və məlumat banklarına çıxış əldə etmək hüququna malikdirlər. Gömrük təşkilatlarının iştirakı ilə təftişin aparılması yoxlanılan şəxsin istehsal və ya kommersiya fəaliyyətinə mane olmamalıdır və onun davam etmə müddəti üç gündən çox olmaqla eyni mallar üzrə təkrar gömrük təftişinin aparılmasına yol verilmir.

Gömrük yoxlanmasında istifadə olunan xüsusi gömrük təftişi gömrük orqanları tərəfindən ümumi gömrük təftişi nəticələrinə əsasən və ya gömrük nəzarətinin digər formaları tətbiq edilərkən gömrük rəsmiləşdirilməsi zamanı çıxarılan nəticələrin düzgün olmaması, təftişin gedişində edilmiş tələblərə əməl olunmaması faktları mövcud olduqda aparılır. Gömrük rüsumlarının, vergilərin ödənilməsi qaydalarının pozulması və xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsi haqqında qanunvericiliyinə uyğun olaraq müəyyən edilmiş qadağalar və məhdudiyətlərə əməl edilməməsi aşkar edildikdə gömrük təşkilatları tərəfindən yoxlamalar həyata keçirilir. Xüsusi gömrük yoxlamaları gömrük təşkilatının rəhbəri və ya daha yüksək gömrük təşkilatı tərəfindən yoxlamanın müddətləri dəqiq göstərməklə əmrəşdirilərək bir nüsxə yoxlama aparılacaq hüquqi-fiziki şəxsə məlumatlanmaq üçün verilir. Bazar iqtisadiyyatına keçmiş ölkələrin təcrübəsinə istinad olunmaq gömrük təşkilatları tərəfindən aparılan xüsusi gömrük yoxlaması ilə əlaqədar gömrük idarəsinin istinad etdiyi hüquqi qaydalarından istifadə edərkən aşağıdakı mərhələlərin aparılan yoxlama əməliyyatları dairəsini müəyyənləşdirmək tələb olunur:

- a) gömrük yoxlanılmasının tətbiq olunacaq obyektləri- subyektlərinin hesabat dövrünə aid edilən səhələr və məlumatlarla qeyri-şərtsiz təmin olması;
- b) xüsusi yoxlamanın iqtisadi-sosial mahiyyətini optimallaşdırmaq məqsədilə, köməklik tədqiqatının aparılması sahəsində obyektivliyinin təmin olunmasında yoxlanılan fiziki şəxsin özünün və ya iki nəfərdən ibarət şəxsi nümayəndələrinin iştirakına icazə verilir;
- c) gömrük yoxlanması aparılacaq bütün ərazilərdə nəzarət və müşahidə tipli məxsusi araşdırmalar aparmaq, sahibkarlıq fəaliyyəti sahələrində xüsusi gömrük yoxlanmasında baş verə biləcək qeyri-dəqiqliyin aradan qaldırılması məqsədilə fərdi sahibkar tərəfindən gömrük yoxlamasına müşahidəçi kimi özünün iki nəfərdən ibarət nümayəndəsini təklif edə bilər;
- d) xüsusi gömrük yoxlamasında baş verən mübahisələrin-şübhələrin qarşısının alınması istiqamətində tədqiq olunan bütün gömrük yoxlamalarına - fəaliyyəti yoxlanılan fiziki şəxsin iştirakına razılıq verilir;
- e) gömrük yoxlamalarının nəticələrinə istinad olunmaqla qanundan kənar fəaliyyət üzrə aşkar edilmiş əmlak, nəqliyyat vasitələri və mallar üzərində məhdudlaşdırıcı, həbs tədbirləri vasitəsilə onları dövlət mənafeyinə müsadirə etmək.

Xüsusi gömrük təftişi xüsusi gömrük yoxlaması aparmaq barədə qərar qəbul edildiyi gündən iki aydan gec olmamaqla aparılmalı və eyni çeşidli mallara malik şəxsə təkrar gömrük təftişinin aparılmasına yol verilmir. Gömrük təftişinin (ümumi və xüsusi formada) aparılması yalnız hüquqi şəxslər və fərdi sahibkarlıq fəaliyyəti sahələrinə icazə verilir və onun əsas nəticələri gömrük sahəsində səlahiyyətli dövlət icra hakimiyyəti təşkilatı tə-

rəfindən müəyyən edilmiş qaydalara ciddi əməl olunmaqla ictimailəşdirilir. Malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük baxışı, binaların və ərazilərin yoxlanılması, habelə şəxsi yoxlama və gömrük təftişi gömrük sahəsində dövlət tərəfindən müəyyən yekun aktlaşdırma sənədi iki nüsxə tərtib edilməklə bir nüsxəsi yoxlama aparılan hüquqi şəxsə təqdim olunur. Hal-hazırda AR gömrük orqanları tərəfindən gömrük nəzarətinin formalarının və metodlarının təkmilləşdirməsi üzrə məqsədyönlü və onun dövlət maliyyə nəzarətinin səmərəliliyinin artırması rolunu gücləndirməsi üzrə işlər aparılır. Gömrük nəzarətinin təsnifatı üçün bir çox meyarlar mövcuddur, lakin bu sahədə bəzi ədəbiyyatlarda aşağıdakı növləri ayırmaq demək olar ki, ənənəvi olaraq qəbul edilir:

- 1) Gömrük nəzarəti həyata keçirilən təşkilatlar tərəfindən seçilmiş nəzarət formasından asılı olaraq: sənədləşdirilmiş gömrük nəzarəti və faktiki gömrük nəzarəti;
- 2) Gömrük nəzarətinin aparılmasının məqsəd və vəzifələrindən asılı olaraq hüquqi və fiziki şəxslərə məxsus olan əmlakın, nəqliyyatın, malların gömrük nəzarəti;
- 3) Gömrük nəzarətinin tətbiq olunma və hüquqi-fiziki şəxslərin mülkiyyətində olan əmlakın və mal-material dəyərlərinin hərəkət istiqamətlərindən asılı olaraq: a) malların gömrük nəzarəti; b) nəqliyyat vasitələrin gömrük nəzarəti; tranzit malların gömrük nəzarətindən keçirilməsini təmin etmək;
- 4) Hüquqi və fiziki şəxslərin kollektiv və fərdi mülkiyyətində olan nəqliyyat vasitəsinin növündən asılı olaraq, dəniz su nəqliyyatı gəmilərinə gömrük nəzarətinin tətbiqi; hava gəmilərinə gömrük nəzarətinin aparılması; dəmir yolu nəqliyyatı vasitələrinə gömrük nəzarətinin həyata keçirilməsi; bütün növ avtonəqliyyat vasitələrinə gömrük nəzarətinin təşkili və aparılması.
- 5) Qloballaşma şəraitində iqtisadi münasibətlərin inteqrasiyasına uyğun olaraq həmsərhəd dövlətlərin gömrük təşkilatlarının gömrük fəaliyyəti çərçivəsində həyata keçirilməsinə nəzarət əməliyyatlarının forma və müddətindən, eləcə də, a) birtərəfli gömrük nəzarəti qonşu dövlətlərdən yalnız birinin gömrük təşkilatı tərəfindən həyata keçirilir; b) ikitərəfli gömrük nəzarəti hər iki qonşu dövlətin gömrük təşkilatının iştirakı bir dövlətin, digər qonşu dövlətdən asılı olmayaraq müstəqil surətdə nəzarət əməliyyatlarını həyata keçirir; c) birgə gömrük nəzarəti hər iki qonşu dövlətin gömrük təşkilatı tərəfindən razılaşdırılmış mərhələdə, müştərək şəkildə və eyni vaxtda həyata keçirilməsi təmin olunur;
- 6) Malların və nəqliyyat vasitələrinin müxtəlif dövrlərdə gömrük nəzarətindən keçməsinə asılı olaraq: a) birdəfəlik gömrük nəzarəti və yoxlaması yalnız bir istiqamətdə və bir dəfə aparılırsa; c) təkrarən gömrük nəzarətinin aparılması – bir qayda olaraq bu formalı gömrük sərhədini təkrar keçmə üçün həmişə tələb olunmur.

Gömrük nəzarəti çox nadir hallarda, qonşu dövlətlərin gömrük təşkilatlarının təşəbbüsü ilə həyata keçirilir və bütün xərclər həmin dövlətin maliyyə vəsaitləri hesabına aparılır.

Ölkənin gömrük nəzarəti əsasən xarici iqtisadi fəaliyyət sahələri dünya bazarına çıxış istiqamətlərinin genişləndirilməsi və daxili iqtisadi maddi dəyərlərinin qorunub saxlanması və valyuta ehtiyatlarının xaricə daşınmasının qarşısını almaqla strateji inkişafın sürətləndirilməsinə xidmət edir. Yeni iqtisadi münasibətlərə keçid, qloballaşma amilləri və sərbəst ticarətin qeyri-tarif məhdudlaşdırılması, gömrük tariflərinin dinamikliyi ölkə miqyasında və beynəlxalq əlaqələrdə gömrük nəzarətinin tətbiqi və idarə olunması xüsusi siyasi-iqtisadi əhəmiyyətə malikdir.

### **Ədəbiyyat**

1. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyası. Bakı-1995
2. Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi. Bakı-2019
3. A.Ş.Şəkərəliyev, C.Q.Nuriyev, A.Ə.Əliyev, Z.A.Şəkərəliyeva. Gömrük işinin təşkili və idarə edilməsi. Dərslük. Bakı-2018, səh.47-55
4. A.Ş.Şəkərəliyev, Z.A.Şəkərəliyeva. Gömrük işinin təşkili və idarə edilməsi. Dərs vəsaiti. Bakı-2015, səh.58-63
5. C.Q.Nuriyev, M.C.Ataşiyev. Dərslük. Gömrük işinin təşkili və idarə edilməsi. Bakı-2010, səh.101-104
6. A.Ş.Şəkərəliyev, Z.A.Şəkərəliyeva. Gömrük işinin təşkili və idarə edilməsi. Dərs vəsaiti. Bakı-2010, səh.68-77
7. <https://customs.gov.az> – Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin rəsmi saytı
8. <https://president.az> - Azərbaycan Respublikası Prezidentinin rəsmi saytı

## **CUSTOMS CONTROL AND ITS THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS**

**E.E.Ganbayev**

### **SUMMARY**

This article focuses on the theoretical aspects of the organization of customs control, its forms and types, as well as the methodological problems of its organization. The legal basis for the organization of customs control in the Customs Code of Azerbaijan, the procedures for the conduct and the organization of work on the inspection of goods and vehicles moving across the customs border of Azerbaijan are also considered.

## **ТАМОЖЕННЫЙ КОНТРОЛЬ И ЕГО ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ**

**Э.Э.Ганбаев**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье основное внимание уделено теоретическим аспектам организации таможенного контроля, его формам и видам, а также методологическим вопросам ее организации. Также рассмотрены правовые основы организации таможенного контроля в Таможенном Кодексе Азербайджана, процедуры их проведения и организации работ по досмотру товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу Азербайджана.

*Məqalə redaksiyaya 23 dekabr 2019 tarixində daxil olmuş, 9 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 338.465.2

## ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ, ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО СЕКТОРА НЕФТЕСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

**О.Б.Гусейнли**

Академия государственного управления при Президенте Азербайджанской Республики  
Баку, ул. Лермонтова, 74  
e-mail: orkhan.huseynli92@gmail.com

*Açar sözlər:* neft və qaz xidmət sektoru, inkişaf modelləri, neftservis şirkətləri

*Keywords:* oilfield services sector, development models, oil services companies

*Ключевые слова:* нефтесервисный сектор, модели развития, нефтесервисные компании

История возникновения национальных нефтесервисных компаний во многом определяет их современное рыночное положение и перспективы развития. Предпосылки формирования и развития в Азербайджане самостоятельного рынка нефтесервисных услуг как вспомогательной отрасли набирающей обороты нефтегазовой промышленности, привели к появлению своеобразного рынка, имеющего признаки различных сложившихся международных моделей.

На данный момент, исходя из исследования мирового опыта формирования и развития рынка нефтесервисных услуг, можно выделить две основные модели:

1. Британская модель, которая характеризуется всесторонним государственным регулированием участников нефтесервисного рынка, а также чрезмерной опорой и зависимостью от ресурсов мировых ТНК;
2. Норвежская модель, для которой характерны относительная либерализация и переход нефтесервисного рынка в частный сектор со множеством независимых компаний. Кроме того, для данной модели свойственно наращивание собственного потенциала и опыта местными компаниями, слабая зависимость от влияния мировых ТНК.

Как видно, данные модели по сути противоположны. Их внедрение в чистом виде может стать проблематичным для других стран в силу различий в особенностях национальной экономики в каждой из них. По этой причине, наиболее оптимальным является их комбинация при построении стратегии развития национального нефтесервисного рынка.

Национальный рынок нефтесервисных услуг в нашей стране на данный момент скорее близок к британской модели, где нефтегазовые компании все еще опираются главным образом на услуги мировых нефтесервисных ТНК, таких, как Schlumberger, Halliburton и Baker Hughes. Для определения стратегии развития национального нефтесервисного рынка необходимо выделить основные факторы, влияющие на рынок, которые отражены в PEST-анализе отрасли в целом [1].

### **Факторы, влияющие на национальный рынок нефтесервисных услуг**

<p><b>Политические факторы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- единая схема регулирования субъектов рынка;</li><li>- возможность проведения государством жесткой налоговой политики;</li><li>- поощряющие меры государства при развитии отрасли.</li></ul>	<p><b>Экономические факторы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- сильная зависимость от состояния нефтегазодобывающих компаний;</li><li>- инфляционные процессы;</li><li>- динамика курса валют;</li><li>- сложные кредитные условия.</li></ul>
<p><b>Социальные факторы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- минимальная зависимость от социокультурных факторов;</li><li>- нехватка специалистов;</li><li>- экологические факторы и охрана труда.</li></ul>	<p><b>Технологические факторы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- снижение спроса на углеводороды в будущем;</li><li>- зависимость от рынка инновационных технологий.</li></ul>

1. Политические факторы подразумевают активное вмешательство государства в деятельность нефтесервисных компаний из-за большой доли участия в капитале нефтегазовых компаний. Сюда также можно отнести сравнительно высокую налоговую нагрузку на нефтедобывающие и нефтесервисные компании, а также зависимость от политической ситуации в мире;
2. К экономическим факторам можно отнести влияние периодически возникающих кризисов в мировой экономике, которые повышают уровень возникновения рисков в отрасли, примером чего может служить сокращение спроса на нефтесервисные услуги вследствие падений цен на углеводороды;
3. Социальные факторы связаны на человеческом капитале нефтесервисных компаний, охране и улучшении условий труда работников нефтесервисных фирм, экологической и промышленной безопасности деятельности нефтесервисных компаний и т.д.;
4. Технологическим фактором можно отнести высокий уровень вовлечения инновационных технологий в деятельность нефтесервисных компаний.

Далее, рассмотрим влияние внешних и внутренних факторов на стратегию развития отрасли.

<b>Внешние факторы</b>	<p>Государственное регулирование</p> <p>Факторы НТП</p> <p>Влияние спроса на углеводороды на рынок нефтесервисных услуг</p> <p>Условия заключения соглашений между оператором и заказчиком</p> <p>Изменение структуры добычи углеводородов</p>
<b>Внутренние факторы</b>	<p>Уровень подготовки и квалификация кадров</p> <p>Структура рынка нефтесервисных услуг (внешние операторы или структурные подразделения самих компаний)</p>

В современных рыночных условиях основной проблемой большинства нефтегазодобывающих стран мира, в том числе Азербайджана, является отсутствие необходимого потенциала для достаточного обеспечения национальной добычи углеводородов национальным высокотехнологичным нефтегазовым сервисом. Говоря о перспективах развития рынка нефтесервисных услуг в Азербайджане, необходимо также учесть множество факторов, которые тормозят процесс появления независимых нефтесервисных компаний в стране, и соответственно, формирование полноценного рынка в данной отрасли. На основании аналитического обзора проблем развития национального нефтесервисного рынка услуг, можно выделить следующие факторы:

- 1) Наличие захвата рынка зарубежными транснациональными корпорациями (Schlumberger, Halliburton, Baker Hughes), что также чревато утратой технологической независимости нефтегазового сектора в будущем;
- 2) Азербайджанские нефтегазодобывающие компании построены, в основном, по оставшейся с советских времен модели, включающей в себя большое количество обслуживающих подразделений. Вдобавок к этому, закрытость и нежелание передавать внутренние производственные процессы под контроль внешних фирм снижает потенциальный спрос на услуги независимых нефтесервисных компаний;
- 3) Устаревание большей части имеющихся технологий и оборудования в области нефтесервиса и отсутствие их национального производства. Закупка иностранного оборудования доступна только крупнейшим в стране действующим нефтегазодобывающим компаниям, что обусловлено сверхвысокими ценами

- на зарубежные технологии;
- 4) Отсутствие государственной политики в области нефтегазового сервиса. Государство главным образом сосредоточено на создании благоприятной инфраструктуры для добычи, при этом не проявляя заинтересованности в появлении отдельной от нефтегазодобывающих компаний сферы нефтесервиса;
  - 5) Нежелание функционирующих в стране государственных и зарубежных нефтегазодобывающих компаний видеть конкурентов в сфере обслуживания проводимых ими работ в виде независимых компаний;
  - 6) Отсутствие реальной базы для подготовки и дефицит местных высококвалифицированных специалистов в области нефтесервиса, способных поднять в стране качественный и конкурентоспособный рынок. К сожалению, уровень образования и программы подготовки необходимых кадров в вузах страны не соответствует потребностям рынка. Сюда также можно отнести высокую текучесть уже существующих кадров в иностранные нефтесервисные компании, предлагающие лучшие условия.

Ниже в таблице отражены факторы, традиционные барьеры и, апробированные местными и зарубежными компаниями решения, которые могут повысить эффективность национальных нефтесервисных компаний.

Барьеры		
Решения		
Эффективность управления	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Управление, основанное на опыте и интуиции</li> <li>2. Акцентирование на выполнении текущих задач, отсутствие долгосрочной стратегии</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка системного подхода к стратегическому и финансовому планированию, а также управлению рисками</li> </ol>
Техническая оснащенность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие устаревшей техники и оборудования</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Возможности перехода к импортозамещению</li> </ol>
Обладание новейшими технологиями	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сравнительная технологическая отсталость многих местных компаний</li> <li>2. Недостаточная зрелость технологической базы</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Применение международного передового опыта развитых стран</li> <li>2. Формирование централизованных баз данных</li> <li>3. Модернизация технологической базы, актуализация методологий и стандартов</li> </ol>
Квалификация кадровых ресурсов	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Острая нехватка высококвалифицированных кадров</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Построение системной кадровой политики</li> <li>2. Партнерские соглашения с местными и зарубежными профильными ВУЗ-ами</li> </ol>

Приведенные выше проблемы приводят к тому, что местные нефтегазовые компании упускают возможности повышения эффективности своей деятельности, так как самостоятельно выполняют множество непрофильных функций, которые

можно было бы передать более специализированным компаниям. К тому же, определенная часть доходов национальной углеводородной экономики поступает иностранным нефтесервисным компаниям в качестве оплаты за их услуги, хотя, при наличии местной нефтесервисной отрасли, эти средства могли бы оставаться в стране и вливаться в национальную экономику.

Среди прочих факторов, сдерживающих развитие нефтесервисного рынка страны, можно выделить следующие:

- Недостаточная кооперация частного и государственного секторов в нефтесервисной отрасли;
- Недостаток специализации в машиностроении для нефтесервиса и в самом нефтесервисе;
- Отсутствие производственных мощностей в машиностроении для нефтесервисной отрасли в период после приобретения страной независимости;
- Отсутствие местного нефтесервисного машиностроения, включая производство инновационных технологий в данной сфере по причине слабого процесса перехода к модернизации и инновациям;
- Слабая поддержка малого и среднего предпринимательства в стране со стороны государства, включая нефтесервисный рынок;
- Сравнительно низкий уровень финансирования научно-прикладных исследований и разработок;
- В целом слаборазвитый сектор финансовых услуг для нефтесервиса и отсутствие механизмов финансовой поддержки нефтесервисных компаний.

По данным причинам, а также при ситуации сохранения обозначенных процессов, может последовать утрата позиций национальных нефтесервисных фирм на внутреннем рынке, сокращение рабочих мест, снижение или прекращение местных научных исследований и разработок по добыче углеводородов. Исходя из этого, можно утверждать, что отсутствие национальной нефтесервисной отрасли может привести к снижению эффективности нефтегазового комплекса в целом. Именно нефтегазовый сервис является одним из главных рычагов перевода нефтегазового комплекса страны из сырьевой направленности на рельсы высоких технологий, так как является одним из наиболее наукоемких элементов комплекса. Также наличие эффективного нефтесервисного рынка в Азербайджане является одним из ключевых элементов энергетической и технологической безопасности страны. Вследствие этого становление и развитие отрасли должно быть одним из объектов регулирования нефтегазового сектора на общегосударственном уровне.

Современное состояние национальных нефтесервисных компаний при сравнительной характеристике отстает от иностранных по таким параметрам, как нефтепромысловое оборудование, использование последних технологий и иных научных разработок, а также финансовыми возможностями.

Местный рынок ориентирован в основном на краткосрочные проекты и не в состоянии принимать инвестиционные программы на долгосрочной основе. Вдобавок к этому, местные компании сильно проигрывают зарубежным гигантам, уступая им позиции на внутреннем рынке высокотехнологичных услуг в силу отсутствия возможности увеличивать заказы современного нефтепромыслового оборудования.



В целом, для решения проблем и устранения барьеров становления и развития нефтесервисного рынка в нашей стране, основным заинтересованным лицом должно быть государство. Прежде всего, требуется принятие государством комплекса административных и экономических мер по созданию максимально эффективных условий для появления местных нефтесервисных компаний и стимулирование их дальнейшего развития, среди которых можно выделить следующие:

- Стимулирование национальных нефтегазодобывающих компаний к постепенному выделению сервисных подразделений в отдельные предприятия и фирмы, выполняющие исключительно обслуживающие функции (на примере SOCAR AQS).
- поддержка и стимулирование приобретения и освоения новейших технологий и оборудования в сфере нефтегазового сервиса;
- введение налоговых льгот для поддержки национальных нефтесервисных компаний на законодательном уровне;
- направление приоритета в приобретении реализуемых сервисных предприятий в сторону местных компаний, что не ограничивает участие зарубежных инвесторов и не противоречит нормам развития рыночных отношений в мире;
- стимулирование создания консорциумов местных и иностранных нефтесервисных компаний для обслуживания добычи на территории страны с условием передачи навыков и интеллектуального опыта от иностранной компании к местному партнеру;
- включение отдельных дисциплин по нефтесервисным направлениям в программы вузов;
- исследование опыта стран с развитой нефтесервисной структурой и его применение в модели развития национального нефтесервиса с учетом местных особенностей и специфик отрасли [2].

С другой стороны, формирование крупных национальных игроков с участием государства на нефтесервисном рынке может быть признано оправданным, особенно с учетом положительного опыта Норвегии по использованию протекционистских мер в период создания собственной нефтяной промышленности [4].

Главным толчком для развития национального нефтесервиса могут стать такие процессы, как консолидация менее слабых фирм в более крупные компании на фоне государственного регулирования. Консолидация может в данном случае рассматриваться с двух позиций:

- объединение компаний;
- формирование новых, а также активизация работы действующих консорциумов нефтесервисных компаний.

На национальном нефтесервисном рынке должны создаваться свои крупные игроки по следующим причинам:

- Наличие крупных добывающих компаний в стране требует соответствующих операторов в нефтесервисе, расширение сферы долгосрочного сотрудничества между которыми будет способствовать также научно-технологическому развитию отрасли;

- Формирование и содержание исследовательских центров под силу только крупным компаниям, наличие которых требуется для превращения нефтесервиса в высокотехнологичную отрасль;
- Только крупные местные компании могут иметь перспективы в условиях конкуренции с западными нефтесервисными гигантами на внутреннем, и в дальнейшем, на мировом рынках.

Консолидация может стать возможной при выводе соответствующих активов из состава крупных нефтегазовых компаний. При этом, появление на национальном нефтесервисном рынке крупных местных компаний, также при помощи государственной поддержки, может положить начало эффективному развитию отрасли. В данном случае необходимо обращаться к опыту развитых стран на примере Норвегии, которая путем введения протекционистских мер, на этапе формирования нефтесервисной отрасли, защитила свои местные компании от зарубежной экспансии и создала все условия для их развития. Государственное вмешательство крайне важно в целях стимулирования развития отрасли путем таких методов, как:

1. введение механизмов административного и налогового регулирования;
2. государственное кредитование;
3. антимонопольная политика;
4. финансирование научно-технического потенциала компаний.

Обобщая вышеперечисленное, становится ясно, что организационно-экономическая и институциональная поддержка государства является центральным элементом будущего развития нефтесервиса в стране. В Азербайджане, ввиду долгосрочных перспектив развития нефтегазовой индустрии и появлением необходимости разработки все новых месторождений, для нефтесервисной отрасли существуют все шансы преодоления препятствий и превращения в самостоятельную эффективную отрасль, при условии скоординированных действий государства и основных субъектов нефтегазовой промышленности в стране [3]. При этом, совместно принятые и реализуемые с обеих сторон решения, как в настоящем, так и в будущем, станут максимально ориентированы на интересы всех сторон, отраженные в развитии нового наукоемкого и высокотехнологического направления в национальной экономике как один из залогов успешного развития страны в целом.

### Литература

1. Александровна Б.А., Илдаровна И.Э. Стратегии развития нефтесервисного рынка и механизм создания кластера в данной отрасли // Интернет-журнал «Науковедение», сентябрь-октябрь 2015, №5, с. 8
2. Семенова О.С. Нефтесервис как инструмент повышения эффективности отечественной нефтегазовой отрасли // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: ЭКОНОМИКА и ПРАВО. -2012. -№04. -С. 40-44
3. Токарев А.Н. Нефтесервис как основа инновационного развития нефтяной промышленности // Журнал «Инновации и образование»; – июль–август, 2014. – с. 92
4. Токарев А.Н. Нефтесервис в России: в поисках эффективной структуры / А.Н.Токарев // ЭКО : экономика и организация промышленного производства. – 2010. – N.4. – С. 33-52

**MİLLİ NEFT VƏ QAZ XİDMƏT SEKTORU İNKİŞAFININ ƏSAS  
MODELLƏRİ, TƏSİR AMİLLƏRİ VƏ PROBLEMLƏRİ**

**O.B.Hüseynli**

**XÜLASƏ**

Məqalədə qabaqcıl dünya təcrübəsi əsasında qurulan milli neft və qaz xidmət sektorunun inkişaf modelləri təhlil olunur. Bu sektorun inkişafına təsir edən müxtəlif daxili və xarici faktorlar araşdırılır. Əlavə olaraq, milli neft və qaz xidmət sektoru qarşısında duran müxtəlif problem və baryerlər müzakirə olunur.

**MAIN MODELS, INFLUENCE FACTORS AND PROBLEMS OF  
NATIONAL OILFIELD SERVICES SECTOR DEVELOPMENT**

**O.B.Huseynli**

**SUMMARY**

This article analyzes the models of national oilfield services sector development based on the advanced world experience. Various internal and external factors that influence the development of this sector are explored. In addition, different problems and barriers on the way of the development of the sector are discussed.

*Məqalə redaksiyaya 10 dekabr 2019 tarixində daxil olmuş, 9 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 338.2

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA  
SƏNAYENİN KLASTERLƏŞMƏSİ MƏSƏLƏLƏRİ**

**A.Ə.Əliyeva**

AMEA İdarəetmə Sistemləri İnstitutu  
Bakı, B.Vahabzadə küçəsi 9  
e-mail: aygunaliyeva@isi.az

*Açar sözlər:* innovasiya, texnopark, sənaye, iqtisadiyyat, integrasiya

*Key words:* innovation, technopark, industry, economy, integration

*Ключевые слова:* инновация, технопарк, промышленность, экономика, интеграция

İnkişaf etmiş ölkələrdə sənaye sahələrinin inkişafının davamlı və kompleks təşkilində müxtəlif iqtisadi mexanizmlərdən istifadə olunur. Bu cür səmərəli mexanizmlərdən biri də klasterlər hesab olunur. Nəzərə almaq lazımdır ki, klaster institutunun formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi əsasən ölkədə sənaye sahələrinin fəaliyyətinin gücləndirilməsi, onların ixrac imkanlarının genişləndirilməsi, bu sahələrdə yeni iş yerlərinin açılması, sənayenin infrastruktur bazasının modernləşdirilməsi, ölkə üzrə regionların sosial-iqtisadi inkişafı və s. baxımından əhəmiyyətli hesab olunur.

Sənaye klasterlərinin yaradılmasında bir sıra amil mühüm rol oynayır. Bu amillərə coğrafi baxımdan ərazinin əlverişliliyi, təbii ehtiyatların bolluğu, elmi bazanın mövcudluğu, peşəkar kadrların və inkişaf etmiş infrastrukturun olması aiddir. Qeyd olunanlara baxmayaraq, sənaye klasterlərinin davamlı və məhsuldar işləməsi üçün dövlətin klaster siyasəti mükəmməl olmalı və işlək mexanizmlərlə təmin edilməlidir.

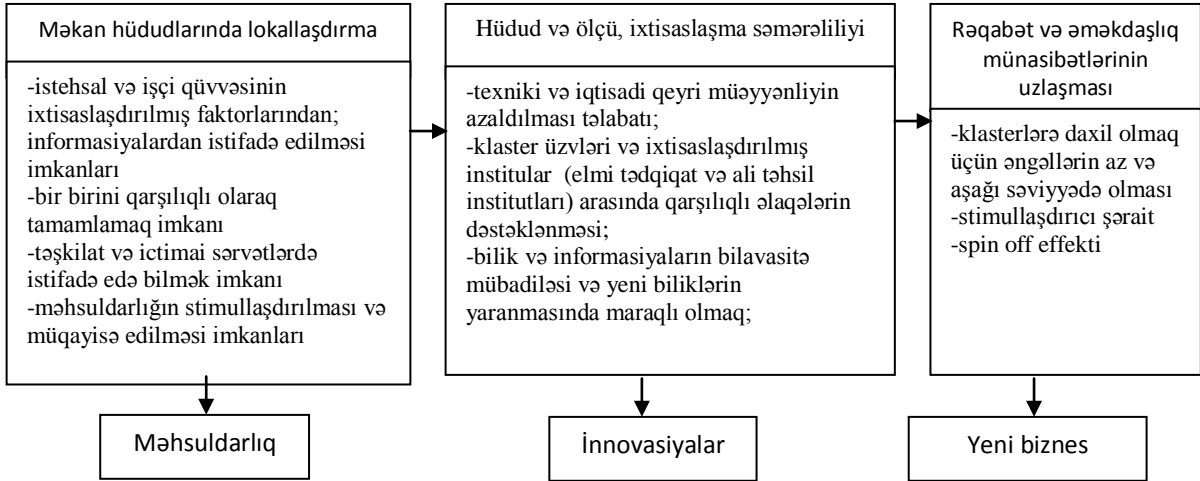
Son illər bütün dünyada sənaye sahələrinin klasterləşdirilməsi istiqamətində davamlı olaraq məqsədəuyğun tədbirlər həyata keçirilməkdədir. Nəzərə almaq lazımdır ki, sənaye müəssisələrinin klasterləşməsinə məxsus ən mühüm xüsusiyyətlərdən biri də onların innovasiyalılığı hesab olunur. Bu zaman yeniliklər geniş təkrar istehsalı çərçivəsində yaranmaqla daim təsərrüfat fəaliyyəti praktikasına tətbiq olunur ki, nəticədə sənaye sahəsinin fəaliyyətində inkişaf qeydə alınır (1, s.121).

İnkişaf etmiş ölkələrdə sənaye sahələrində müəssisələrin klasterləri üçün yüksək innovasiyalılıq əsas şərt kimi qəbul olunur. Sənaye sahəsi üzrə klasterlərin yaranması, mövcud olması və inkişafı onların əsas mahiyyətini təşkil edir. Bu proseslərdə xarici mühitin, xüsusilə də rəqabət mühitinin təsiri böyükdür. Təhlildən də göründüyü kimi, innovasiyalılıq klaster strukturlarında kompleks müsbət təsirləri şərtləndirir (Şəkil 1). Qeyd edək ki, sənaye müəssisələrinin klasterləri üçün yüksək innovasiyalılıq onların uzun inkişaf yolu və təkamül prosesindən keçdikləri üçün xarakterik cəhətlər hesab olunur (2, s.75).

**Sənayenin klasterləşdirilməsinin əsas xüsusiyyətləri**

Bütün dünyada təkamül prosesi innovasiyaların daha səmərəli ötürülməsi kanallarının yaranmasına, tətbiqi və istifadə edilməsinin səmərəli mexanizmlərinin formalaşmasına gətirib çıxarmışdır. Aparılmış araşdırmalar onu göstərir ki, postsovet məkanında yaxın

perspektiv dövr örzində sənaye müəssisələrinin klasterləşməsi prosesi daha yüksək templo həyata keçəcəkdir. Bu məqsədlə isə konkret klasterin cari imkan və qüvvələri çərçivəsində yeniliklərin yaradılması tələb olunur. Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində sənaye sahələri üzrə innovasiyaların reallaşdırılması rəqabət və qarşılıqlı əməkdaşlığın əlaqələndirilməsini tələb edir.



**Şəkil 1. Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində və sənaye sahəsində klasterlərin səmərəli fəaliyyətini təmin edən mənbələrin strukturu**

Qeyd etmək lazımdır ki, sənaye sahələri üzrə klasterlərin innovasiyalılığını əhəmiyyətli dərəcədə bazar və bazarla əlaqədar olmayan daha geniş informasiyaların əldə edilməsinə, ətrafda baş verən dəyişikliklərə daha çevik və adekvat cavabların verilməsini təmin edir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, istehlakçıların tələbkarlığı müəssisə klasterlərinin yeni ideyaların yaranması və onlardan istifadə edərək tələblərin daha yaxşı təmin olunması istiqamətində fəaliyyətlərini genişləndirir.

Sənaye sahələrində fəaliyyət göstərən kiçik və orta həcmli şirkətlər arasında daha sıx əlaqələrin olması səbəbindən klasterlərdə yeni üsul və elmi araşdırmaların nəticələri barədə informasiya olduqca tez yayılır. Klasterlər üzrə qarşılıqlı əlaqələrin şəbəkə xarakterli olması iştirakçıların dəyişkən ətraf mühitə uyğunlaşmasını mümkün edir (3, s.201). Ümumiyyətlə, elementlərin yekcinsliyi müəssisələrin klasterlərində iştirakçıların nisbi olaraq bərabər iştirakını nəzərdə tutur. Sənaye üzrə klasterin strukturlarında yekcins vahidlər qarşılıqlı olaraq mövcud resursların mübadiləsini həyata keçirmək üçün, müxtəlif müsbət effektlərin əldə olunması üçün birləşə bilirlər. Qeyd olunanlar məhsuldar tərəfdaşlıq, əməkdaşlıq, kooperasiya əlaqələrində ümumi platformanın yaranmasına təmin edir. Sənaye sahələri üzrə yeni yaranan qarşılıqlı əlaqə formaları müxtəlif növ innovasiyaların yaranması, yayılması, daha çox tərəfdaş və iştirakçı tərəfindən istifadə olunmasına imkan yaradır. Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində klaster subyektlərinin hüquqi və təsərrüfat müstəqilliklərinin saxlamaları innovasiyalılığın nəticəsi kimi müəssisə klasterlərində təşəbbüskarlığın saxlanmasını təmin edir. Sənaye sahəsi üzrə yerli və xarici rəqabət mühitinin təzyiqləri iqtisadi proseslərin fəallaşmasına səbəb olur. Nəticədə sənaye üzrə təsərrüfat subyektləri yeni yaranmış ideyaları, yenilikləri daha tez tətbiq edə bilir. Qeyd olunan platformada yeni məhsullar, texnologiyalar, müəssisə klaster-

lərinin dəyişkən şəraitə uyğunlaşması, iştirakçıların məhsuldarlıq və rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəlməsi təmin olunur.

Aparılmış təhlillər onu göstərir ki, inkişaf etmiş ölkələrdə uzun illər fəaliyyət göstərən sənaye müəssisələrinin klasterləri kiçik və orta birliklərin birləşməsi nəticəsində formalaşmışdır. Əsasən sahələrarası sferalarda bu meyl özünü daha çox göstərir. Əksər ölkələrdə sənaye sahələrində kiçik və orta müəssisələrin məhdud fəaliyyət imkanları olduğundan, onlar iri şirkətlərlə rəqabətə davam gətirə bilmirlər. Rəqabətdə uğur əldə etmək üçün onlar yalnız müasir yenilikçi texnologiyalar tətbiq edirlər. Yalnız innovasiyalar vasitəsi ilə sənaye sahələrində kiçik və orta şirkətlərdə rəqabətdə davamlılıq təmin olunur. Sənaye sahələri üzrə klasterlərdə birləşən müəssisələr, eyni zamanda özlərinin yüksək çevikliyini, uyğunlaşmaq və yığcamlıq qabiliyyətlərini saxlayır, bu cəhətlərini bütünlükdə klaster birliyinə daşıyırlar. Nəticədə klasterlərdə xüsusi mühit formalaşır. Bu mühit qeyri-formal münasibət və əlaqələrə əsaslanır. Müvafiq proses klasterlərdə innovasiya mübadiləsini daha dinamik edə bilər.

Ümumiyyətlə, mərkəzdənqaçma və mərkəzəməylli qüvvələrin uzlaşması da müəssisə klasterlərinin və onun iştirakçılarının ətraf mühitə dayanıqlılığını artırır. Nəzərə almaq lazımdır ki, mərkəzəməylli qüvvə klaster iştirakçıları arasında əlaqələrin güclənməsinə, yeni əməkdaşlıq formaları və tərəfdaşlıq layihələrinin yaranmasına təsir edir. Bu zaman yeni iştirakçılar sənaye sahəsi üzrə klaster strukturuna cəlb olunur. Nəticədə daxili rəqabət mühitinin şəffaflığı təmin olunur, onların fəaliyyət sferalarında yeni ideyaları formalaşır. Təsərrüfat subyektlərinin klasterlərə daxil olmasında əsas səbəb daxili və xarici satış bazarlarında yaranan rəqabət proseslərinin təsirinə davam gətirmək üçün öz imkanlarını birləşdirmək meylləri hesab olunur. Bundan başqa mərkəzdənqaçma qüvvələri iştirakçıların özünəməxsusluqlarının saxlanılmasına, onlar arasında əlaqələrin genişlənməsinə səbəb olur. Nəticədə bütün bunlar klaster daxilində və xaricində yeni rəqabət formalarının yaranmasına gətirib çıxarır. Ümumiyyətlə, klasterləşmə çərçivəsində əməkdaşlıqlar və kooperasiya əlaqələri rəqabəti aradan qaldırır. Bu zaman daxili rəqabət mühitinin inkişaf etməsi nəticəsində klaster birliklərinin iştirakçıları innovativ imkanların dəstəkləmələri üçün əlavə stimullar formalaşır. Nəzərə almaq lazımdır ki, sərhədlərin (hüdudların) qeyri-dəqiqliyi yuxarıda qeyd olunduğu kimi klaster birliklərinin hüquqi əsaslarının olmamağı ilə bağlıdır. Yəni klaster iştirakçıları qeyd edilən birliyə azad surətdə daxil ola və birliyin tərkibindən sərbəst şəkildə çıxıb bilərlər. Sənaye sahəsi üzrə dinamik inkişaf edən müəssisə klasterləri şirkətlər, müəssisələr, firmalar üçün cəlbəddi hesab olunur. Bu zaman tərəflər bir-biri ilə daha sıx əlaqələrin yaranmasına çalışırlar ki, bu da müsbət hal hesab olunur. Onlardan ən təşəbbüskarları daha fəal əlaqələrə cəlb olunurlar. Nəticədə klaster iştirakçılarının innovasiya fəallıqları yüksəlir, klasterdaxili innovasiya mühiti yaxşılaşır. Ümumiyyətlə, klaster iştirakçıları arasında qarşılıqlı əlaqələrin dəyişkən formaları ilə yanaşı, klasterə daxil olmayan subyektlər arasında da qarşılıqlı əlaqələr təkmilləşdirilir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, subyektlərin sənaye sahəsi üzrə müəssisə klasterlərinə azad surətdə daxil olması və çıxması, rəqabət və kooperasiya meyllərinin bu proseslərə təsiri, subyektlərin tam müstəqilliyini saxlaması klasterlərin innovativliyinin yüksəlməsində əhəmiyyətli rol oynayır. Qeyd etmək lazımdır ki, bu cür birliklərin üstünlükləri əsasən onların yenilikçi olması ilə izah olunur. Sənaye üzrə müəssisə klasterləri resurs və təcrübələri ilə yeni iştirakçılar üçün cazibədar hesab olunur. Təsərrüfat fəaliyyəti praktikasında innovasiyaların tətbiqi mexanizmlərinin təkmilləşməsi mühüm he-

sab olunur.

Ümumi resurs bazası, yuxarıda qeyd olunduğu kimi, ümumiləşdirilmiş resursların daha rəşional istifadə olunmasına imkan yaradır. Sənaye üzrə klasterlərdə subyektlər yeni ideyaların yaranmasında və onların qeyri-ənənəvi üsullarla istifadə olunmasında, tamamilə yeni resursların yaranmasında, klaster iştirakçılarının fəaliyyətlərinin rəqabətqabiliyyətliyi üçün yüksəlməsində maraqlıdır. Bu zaman klasterlərin xarici mühitdə də dayanıqlılığı təmin oluna bilər.

Ümumi klaster araşdırma mühitində sənaye sahələri üzrə klasterdaxili innovasiyalılığı dəstəkləyir və onun inkişaf etməsinə səbəb olur. Bildiyimiz kimi innovasiyalar ilk növbədə müxtəlif ictimai tələblərin ödənilməsi, nemətlər bölgüsü və istehsal üsullarının təkmilləşdirilməsi ilə birbaşa bağlıdır (4, s.207).

Təhlildən də görüldüyü kimi sənaye üzrə müəssisələrin klasterlərində infrastruktur elementləri klaster elementləri arasında bağlılığı təmin edir. Ümumiləşdirilmiş resurslar bazasında klaster vahid orqanizm kimi fəaliyyət göstərir. Nəzər almaq lazımdır ki, klaster infrastrukturuna ilk növbədə xüsusi klaster institutları daxildir. Sənaye sahələri üzrə fəaliyyət göstərən klaster institutları ilk öncə biri-birinə qarşılıqlı təsir göstərən iştirakçıların iqtisadi maraqlarının razılaşdırılmasını, üst-üstə düşən təmas nöqtələrinin yaranmasını və müştərək layihələrin hazırlanmasını təmin edir. Bu proseslər sənaye sahəsi üzrə klasterdaxili qarşılıqlı əlaqələrin səmərəliliyinin, innovasiyalılığının yüksəlməsinə gətirib çıxarır (5, s.601).

Müəssisələrin klaster birliyinə məxsus yuxarıda təsvir edilən baza xüsusiyyətlərindən başqa onun innovasiyalılığına müxtəlif amillər də təsir göstərir. Burada mühüm rol klaster daxilində yenilikləri hərəkətə gətirən resurslar tutur. Ümumiyyətlə, sənaye sahəsi üzrə klasterin cari səviyyəsi onun innovasiya–informasiya potensialını əsaslandırır. İnformasiyaya faktiki olaraq bütün qeyri-maddi resurslar aid olunur. İnformasiya əlaqələrinin keyfiyyəti formalaşmış innovasiyalılıq da daxil olmaqla mövcud resursun reallaşdırılmasından, eləcə də onun inkişafı və innovasiya qabiliyyətinin yüksəlməsindən asılıdır. Sənaye sahəsi üzrə müəssisə klasterləri üçün formal (kodlaşdırılmış) və qeyri formal (kodlaşdırılmamış) informasiyaların tez yayılması xarakterikdir. Kodlaşdırılmayan informasiya qeyd olunduğu kimi ancaq individual səviyyədə verilə bilər. Nəzərə almaq lazımdır ki, onun yaranması və dövriyyəsində ən böyük effekt ancaq ayrı-ayrı lokallaşdırmalar, əsasən də müəssisələrin klasterləri çərçivəsində mümkündür. Sənaye sahələri üzrə müasir innovasiyaların yaranmasında informasiyanın göstərilən tipi daha çox rol oynayır.

### **Azərbaycanda sənaye sahəsində mövcud vəziyyətin dəyərləndirilməsi**

Son illər ölkəmizdə sənaye sahəsində müasir texnologiyaların və qabaqcıl təcrübənin tətbiqi sayəsində həyata keçirilən iqtisadi siyasət uğurla davam etdirilməkdədir. Belə ki, metallurgiya, maşınqayırma, kimya, inşaat materiallarının istehsalı, qida və digər ənənəvi sənaye sahələrinin fəaliyyəti genişləndirilməklə yanaşı, yeni sənaye sahələri yaradılmış, bir sıra sənaye məhsulları üzrə özünü təminatmə səviyyəsi yüksəlmişdir. Regionlarda kiçik və orta sahibkarlığın genişləndirilməsi, yerli ehtiyatlar hesabına sənaye sahələrinin inkişaf etdirilməsi, sahibkarlar arasında kooperasiya əlaqələrinin gücləndirilməsi, məşğulluqda sənayenin payının artırılması baxımından sənaye məhəllələrinin yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Beynəlxalq təcrübə nəzərə alınmaqla Azərbaycanda əhalinin istehsal sahəsində məşğulluq səviyyəsini artırmaq, sənaye sektorunda çalışmaq istəyən sahibkarların maraqlarını təmin etmək məqsədilə hazırda sənaye parkları və məhəllələrinin yaradılması prosesi uğurla davam etdirilir. Nəzərə almaq lazımdır ki, ölkəmizdə bir sıra ixtisaslaşan sənaye və texnologiyalar parkları fəaliyyət göstərir. Həmin parkların rezidentləri tərəfindən istehsal olunan məhsullar daxili bazarın tələbatını ödəməklə yanaşı, bir sıra xarici ölkələrə də ixrac edilir. Qeyd edək ki, Azərbaycanda sənaye parklarının rezidentləri üçün dövlət tərəfindən əlverişli infrastruktur sahələri yaradılmış yaradılıb və bir sıra iqtisadi güzəştlər tətbiq olunmuşdur. Sənaye parklarında rezidentlər qeydiyyatı alındığı gündən etibarən 7 il müddətinə mənfəət, əmlak və torpaq vergilərindən, eləcə də parklara istehsal məqsədilə gətirilən texnika, texnoloji avadanlıqlar və qurğulara görə əlavə dəyər vergisindən və gömrük rüsumundan azad edilmişlər.

Bundan başqa, ölkəmizdə sənaye parklarında rezidentlərin qeydiyyatı “bir pəncərə” sistemi ilə həyata keçirilməyə başlanılmışdır. Nəticədə sahibkarların daha çevik fəaliyyətinin təşkilini sadələşmişdir. Sənaye parklarında sahibkarlara hər cür təşkilati dəstək göstərilir. Onlara sahibkarların sorğularının cavablandırılması, müxtəlif sektorlar üzrə investisiya imkanlarının araşdırılması, investisiya layihələri haqqında məlumatların təqdim edilməsi kimi xidmətlər də daxildir (7).

Azərbaycanda ilk sənaye məhəlləsi 2017-ci ildən fəaliyyət göstərən Neftçala Sənaye Məhəlləsi hesab olunur. Burada avtomobil, balıq yemi, plastik məmulatlar, suvarma sistemləri, polietilen suvarma boruları, kağız stəkanlar istehsalı, modul tipli məktəb binalarının quraşdırılması, balıq emalı və konservləşdirilməsi ilə məşğul olan 9 müəssisə və 1 kiçik sahibkarlıq emalatxanası mövcuddur. Qeyd olunan sənaye məhəlləsinin iştirakçıları tərəfindən istehsal sahələrinin yaradılmasına son illər ərzində 45,3 milyon manat investisiya qoyuluşu həyata keçirilmişdir. Neftçala Sənaye Məhəlləsində ümumilikdə 500-ə yaxın yeni iş yerləri yaradılmışdır. Sahibkarlar tərəfindən sənaye məhəlləsinə böyük maraq göstərilir və tələbata uyğun olaraq məhəllənin ərazisi genişləndirilmişdir. Azərbaycanda ümumilikdə 55 müasir müəssisəni özündə birləşdirən 5 sənaye parkında və 4 sənaye məhəlləsində 41 rezident qeydiyyatı alınmışdır. Mingəçevir Sənaye Parkına 85 milyon ABŞ dolları məbləğində investisiya qoyuluşu həyata keçirilmişdir (7).

Cədvəl 1

## Azərbaycanda son illər üzrə sənaye sahəsinin ümumi iqtisadi göstəriciləri

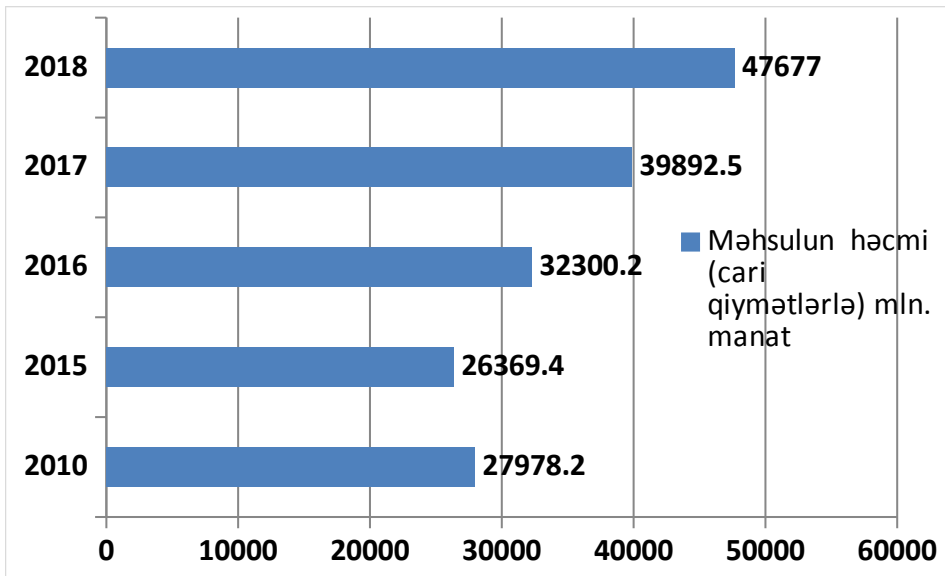
İllər	2010	2015	2016	2017	2018
Məhsulun həcmi (cari qiymətlərlə) mln. manat	27978,2	26369,4	32300,2	39892,5	47677,0
Fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayı	2650	2583	2561	2582	2837
Əsas kapitala vəsaitlər, mln manat	4276,2	8499,9	9949,8	10610,1	8497,2
İnvestisiyaların ölkə iqtisadiyyatında payı, faizlə	43,2	53,3	63,1	60,9	49,3

Son illər Azərbaycan Respublikasında sənaye sahələri üzrə ümumi iqtisadi statistik göstəricilərdə də ciddi dəyişilmə dinamikası qeydə alınmışdır. Məsələn, 2010-cu ildə ölkədə istehsal olunan məhsulların həcmi (cari qiymətlərlə) 27978,2 mln. manat olmuşdu-



sa, 2018-ci ildə bu göstərici artaraq 47677,0 mln. manat təşkil etmişdir (6). 2010-cu ildə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən sənaye müəssisələrinin sayı 2650 olmuşdursa, 2018-ci ildə bu göstərici artaraq 2837 olmuşdur. Sənaye sahəsi üzrə əsas kapitalla yönələn vəsaitlər 2018-ci ildə 8497,2 mln. manat, sənaye sahələrinə yönəldilən investisiyaların ölkə iqtisadiyyatında payı isə 49,3% təşkil etmişdir (Şəkil 2 və Cədvəl 1).

Aparılmış təhlil onu göstərir ki, qeyd olunan sahədə müsbət göstəricilərə nail olunmanın əsas səbəbi dövlət və özəl sektor tərəfindən qeyri-neft, o cümlədən sənaye sahələrinin inkişafına ayrılan yerli və xarici investisiya qoyuluşlarının artması, regionlarda sənaye müəssisələrinin, ölkədə istehsal olunan sənaye məhsullarının həcmının, rəqabətqabiliyyətinin yüksəlməsi, yerli və xarici bazarlarda innovasiyalı sənaye məhsullarına olan tələbatın çoxalması hesab olunur.



**Şəkil 2. Azərbaycanda son illər üzrə sənaye sahəsində istehsal olunmuş məhsulunun həcmi göstəriciləri üzrə dinamika (cari qiymətlərlə mln. manat)**

Sənaye üzrə müəssisə klasterlərinin innovasiyalılıq effekti klaster iştirakçıları olmayan subyektlərlə əlaqə kanalları və daha iri iqtisadi sistemlər çərçivəsində yüksək innovasiya aktivliyi kimi xüsusi atmosferin yaradılması istiqamətində özünü göstərir. Nəzərə almaq lazımdır ki, klasterlər göstərilən sistem və atmosferin tərkib hissəsi olaraq çıxış edir. İnkişaf edən klaster strukturlarında xüsusi daxili klaster mühiti formalaşaraq müəssisə klasterlərinin innovasiya fəallığını təşviqləndirir. Bu zaman klaster sisteminin açıqlıq xüsusiyyəti yaxın mühit və məkanlarda klaster xaricində təsərrüfat subyektləri kanalları ilə yayılır. Sənaye müəssisə klasterləri nə qədər tez inkişaf edirsə genişlənmə klasterdaxili effektlərin və onun elementlərinin kənara yayılmasını bir o qədər tezləşdirir.

İnkişaf etmiş ölkələrdə sənaye müəssisələrinin klasterlərinə yüksək məhsuldarlıq, səmərəlilik, rəqabətədavamlılıq göstəriciləri daxildir. Bunlar innovasiyalılığın nəticəsi hesab oluna bilər. Keçən əsrin əvvəllərində sənaye sahələrində istehsal kütləvi xarakter daşdığından, nəqliyyat xərcləri yüksək olduğundan sənaye istehsal proseslərində innovasiya məsrəflərinin azaldılması mümkün olurdu. Müasir dövrümüzdə vəziyyət fərqlidir. Postsənaye iqtisadiyyatında daima artmaqda olan yüksək fərdi tələb biliklərin rolunun artmasına gətirib çıxarmışdır.

Əvvəllər sənaye sahəsi üzrə aqlomerasiyalar (və sənaye klasterləri) şirkətlərin ümumi xərclərinin azaldılması cəhdlərinin təsiri ilə yaranırdı. Onların bir qayda olaraq istehsal gücləri resurs bazalarına və yaxud əhəmiyyətli tədarükçü və alıcılara yaxın yerlərdə yerləşirdi. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müasir biznes gözlə görünməyən biliklərin cəmlənməsi və istifadə edilməsi mümkün olan yaxın yerlərdə qərarlaşmağa cəhd göstərir.

### Nəticə

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi sənaye müəssisələrinin innovasiyalılığının mikroiqtisadi səviyyələrdə - xüsusən də klaster strukturlarının təsərrüfat fəaliyyətlərində daha qabarıq olduğunu göstərir. Müvafiq xüsusiyyət regional iqtisadiyyata və sənaye sisteminə yayılır. Bu cür yayılmalar innovasiya potensialı olan sənaye sahələri üzrə klasterlərdə mümkündür.

Ölkə rəhbərinin "Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı"nda da prioritet sənaye sahələri üzrə ərazi-istehsal klasterlərinin və sənaye klasterlərinin yaradılması, sənaye klasterlərinin təşviqi və inkişafı tədbirlərinin gücləndirilməsi nəzərdə tutulmuşdur ki, burada çox mühüm addım hesab olunur. Məhz bu baxımdan ölkəmizdə sənaye klasterlərinin fəaliyyətinə əlverişli şərait yaranmışdır (7).

Təhlildən də göründüyü kimi, müəssisələrin klasterləri bənzər resursları müvəffəqiyyətlə istehsal edərək digər təsərrüfat subyektlərini cəzb edir. Bu subyektlər klasterin yerləşdiyi ərazilərdə yerləşməyə çalışırlar. Çünki, onları belə mövqe əlavə mənfəətlərin əldə edilməsinə kömək edir. Qeyd edək ki, bu cür halda regional biznes birliklərinin üzvləri arasında ideya və fikir mübadiləsi genişlənir. Göstərilən təsirlər nəticəsində biznesin artım tempi və rəqabətqabiliyyətliliyi daim artır. İnnovasiyaların sistemli təkrar istehsalı ölkə iqtisadiyyatının fəaliyyətinin hərtərəfli təkmilləşdirilməsinə səbəb olur. Bura resurs bazası, resursların istifadə olunması, təkrar istehsal strukturları, təşkilati və idarəetmə prosesləri aid edilir. Sənaye sahəsi üzrə məhsuldarlıq və səmərəli fəaliyyətin yüksəlməsi ictimai tələbin təmin olunmasına, iqtisadi resurslardan rəşional istifadə olunmasına gətirib çıxarır.

Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində yeni müəssisə və şirkətlərin yaranması rəqabət mühitinin inkişaf etməsinə, əmtəə və xidmətlərin yeni forma və növlərinin yaranmasına, təkrar istehsal strukturunun təkmilləşdirilməsinə səbəb olur. Aparılmış təhlil onu göstərir ki, sənaye sahəsi üzrə müəssisələrin klasterləri üçün innovasiyalılıq özünün universal xüsusiyyətləri ilə həm də təbii klaster strukturlarına məxsusdur və bütünlükdə klasterlərin ayrılmaz tərkib hissəsi hesab olunur. Təsvir edilmiş xüsusiyyətlər mövcud olsa da, onların özünü göstərməsi bir o qədər də məcburi deyildir. Qeyd olunanlar müəssisə klasterlərinin inkişaf istiqamətləri və xarakterindən asılıdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, onlardan hamısı innovasiya potensialını həyata keçirə bilmir. Postsovet məkanında innovasiya prosesləri progressiv inkişaf istiqamətlərinin özünü büruzə verdiyi klasterlərdə mövcud olur. Xarici mühitin güclü təsirinə məruz qalan sənaye müəssisə klasterləri inkişafın reqressiv xəttində yerləşir. Bu klasterlərdə, ümumi klaster xüsusiyyətlərinin olmasına baxmayaraq innovasiyalılıq səthi xarakter daşıyır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, müasir innovativ fəaliyyəti sənaye klasterlərinin dinamik inkişafını təmin edir. İnnovativlik onların daxili fəaliyyətlərinin təkmilləşməsinə, son nəticədə təsərrüfat fəaliyyətlərinin nəticəsinin yaxşılaşmasına təsir göstərir. Sənaye sahəsi

üzrə rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəlməsi klasterlərin xarici mühitə uyğunlaşmasını təmin edir. Ümumiyyətlə, yaxın illərdə sənaye sahəsi üzrə ölkəmizdə regionlar üzrə klasterləşmə sahəsində beynəlxalq təcrübə nəzərə alınmaqla məqsədəuyğun tədbirlərin davam etdirilməsi zəruridir. Məhz bu halda sənaye sahələrinin davamlı inkişafı təmin oluna bilər.

#### **Ədəbiyyat**

1. Şəkərəliyev A.S. Dövlətin iqtisadi siyasəti: Dayanıqlı və davamlı inkişafın təntənəsi. Bakı. İqtisad Universiteti, 2011, 365 s.
2. Третьяк В.П. Кластеры предприятий. - М. : Август Борг, 2006, 132 с.
3. Кузьмин Д.В. Национальная конкурентоспособность, глобальная нестабильность и макроэкономическое равновесие. Москва, Наука, 2018, 245 с.
4. Бабашкина А.М. Государственное регулирование национальной экономики. Москва: Финансы и Статистика, 2017, 254 с.
5. Мировая экономика (под редакцией Булатова А.С.). Москва: Юрист, 2018, 734 с.
6. [www.stat.gov.az/senaye\\_pdf/Azərbaycanın\\_statistik\\_göstəriciləri](http://www.stat.gov.az/senaye_pdf/Azərbaycanın_statistik_göstəriciləri), 2019
7. [www.prezident.az/senayedə\\_inkışaf/](http://www.prezident.az/senayedə_inkışaf/), 2019

### **PROBLEMS OF INDUSTRIAL CLUSTERING IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

**A.A.Aliyeva**

#### **SUMMARY**

This article considers the problems of industrial clustering in the Republic of Azerbaijan. Existing problems are identified and some useful suggestions and recommendations to solve them are given.

### **ПРОБЛЕМЫ КЛАСТЕРИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**A.A.Алиева**

#### **РЕЗЮМЕ**

В статье рассматриваются проблемы промышленной кластеризации в Азербайджанской Республике. Определены существующие проблемы и даны некоторые полезные предложения и рекомендации по их решению.

*Məqalə redaksiyaya 14 yanvar 2020 tarixində daxil olmuş, 10 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 338.43

## AZƏRBAYCANIN AQRAR BÖLMƏSİNDƏ STRUKTUR DƏYİŞİKLİKLƏRİNİN TƏHLİLİ VƏ İDXALDAN ASILILIĞIN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

**Ə.İ.Əmirov**

Odlar Yurdu Universiteti  
Bakı, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13  
e-mail: alizamin\_amirov@mail.ru

**Açar sözlər:** ərzaq təhlükəsizliyi, bitkiçilik, heyvandarlıq, aqro-ərzaq bazarı

**Keywords:** food safety, plant growing, cattle breeding, agrifood market

**Ключевые слова:** продовольственная безопасность, растениеводство, скотоводство, агропродовольственный рынок

Respublikamızda aqrar siyasətin müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsində kənd təsərrüfatında aparılan struktur islahatlarının rolu böyükdür. Ölkəmizin aqrar bölməsində aparılan struktur islahatları təsərrüfat sisteminin quruluşunun, bu quruluşu təşkil edən hissələr arasında qarşılıqlı optimal münasibətlərin yaradılmasını və bununla da kənd təsərrüfatı istehsalının effektivliyinin yüksəldilməsinə gətirib çıxaran əsaslı dəyişikliklərin olmasını nəzərdə tutur. Struktur dəyişikliklərinin aparılması üçün strtegiyanın hazırlanması olduqca aktual bir problemdir. Struktur dəyişiklikləri hər şeydən əvvəl yeni təsərrüfat sisteminin yaradılmasına səbəb olur.

Tədqiqatlar göstərir ki, yeni yaradılan sistemin strukturları inkişaf prosesində oxşar və ümumi mərhələlərdən keçir. Kənd təsərrüfatı sahəsində aparılan struktur dəyişikliklərinin bütün mərhələlərində dövlətin strateji maraqlarının diqqətə alınması vacibdir, belə ki, bu dəyişikliklərin həyata keçirilməsində əsas məqsəd ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsidir.

Aqrar bölmədə struktur dəyişiklikləri reallaşdırılan zaman kənd təsərrüfatının mövsümi xarakter daşması, bitkiçilik və heyvandarlığın hava şəraitindən asılı olması, kənd təsərrüfatının investisiya cəlbediciliyinin aşağı olması və s. amillər hökmən nəzərə alınmalıdır.

Son dövrlərdə Azərbaycanda aparılan sistemli struktur dəyişiklikləri nəticəsində ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən biri olan aqrar sektorda bazar mexanizminin elementləri yaradılmış və azad rəqabət, sahibkarlıq fəaliyyəti üçün əlverişli şərait yaradılmışdır. Kənd təsərrüfatında aparılan struktur dəyişiklikləri aqrar sahənin bütün elementləri – istehsal, emal, məhsul satışı arasındakı qarşılıqlı əlaqəni göstərir.

Ölkəmizdə aqrar sahədə aparılan struktur islahatları kənd təsərrüfatının ünsürləri arasında əvvəlki dövrlərdə yaranmış uyğunsuzluqların aradan götürülməsinə və bu bölmənin yeni yaradılan iqtisadi mühitə uyğunlaşdırılmasına yönəldilmişdir və kənd təsərrüfatının spesifik xarakteri nəzərə alınmaqla əhalinin lazımi keyfiyyətdə və miqdarda ərzaq məhsulları, kənd təsərrüfatı məhsullarının emal müəssisələrini xammalla təmin etmək üçün əlverişli istehsal mühitinin yaradılması, aqro-ərzaq bazarının aqrar məhsulları ilə təmin edilməsi, kənd əhalisinin problemlərini həll etmək üçün əldə olan imkanların cəmləşdirilməsi məqsədlərinin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Aparılan struktur dəyi-

şiklikləri məqsəd deyil, qarşıya qoyulan hədəflərə çatmaq üçün lazım olan vasitədir.

Bazar münasibətləri şəraitində aqro-ərzaq məhsulları istehsalına ciddi yanaşma olmalıdır. Bazar münasibətləri şəraitində kənd təsərrüfatında bazar mexanizminin körtəbii formada tənzimlənməsi ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində zərərli halların yaranmasına səbəb ola bilər. Aqrar sektorda ixtisaslaşma, orada aparılan struktur dəyişiklikləri, aqro-ərzaq bazarının iştirakçılarının maraqlarının qorunması və kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı şərtlərinin yaxşılaşdırılması dövlətin aqrar siyasətinin əsasını təşkil etməlidir.

1990-2000-ci illərdə ölkənin aqrar sektorunda həyata keçirilən islahatlar fərdilik, azad sahibkarlıq təşəbbüsü, istehsal vasitələri üzərində xüsusi mülkiyyət, bazar mexanizmlərinə dövlət müdaxiləsinin miqyasının azalması, xarici ticarət fəaliyyətinin liberallaşdırılması kimi liberal iqtisadi prinsiplərə əsaslanırdı.

Aqro-ərzaq kompleksində bazar münasibətlərinin liberallaşdırılmasının əsas prinsipinin həyata keçirilməsi prosesində tədqiqatçılar iki etapu ayırırlar:

- bazar mexanizminin “şok terapiyası” adlanan metodlarla aktiv olaraq ardıcıl tətbiqi etapu (1992-1995-ci il);
- bütövlükdə ölkədə və aqrar sektorda olan maliyyə-iqtisadi səviyyədən asılı olaraq yaranmış vəziyyətin yaxşılaşdırılmasına cəhd (1996-2000-ci il).

İdarəetmənin liberal əsaslarının həyata keçirilməsinin birinci etapında qiymətlərin liberallaşdırılması və xarici-iqtisadi fəaliyyət, torpağın və kolxoz mülkiyyətinin milliləşdirilməsi kimi əsas prinsiplər müəyyən edilib ardıcıl olaraq reallaşdırılmışdır. Sonrakı etapda kənd təsərrüfatı müəssisələrini müflisləşməkdən qorumaq məqsədi ilə bir sıra milli proteksionizm tədbirlərinin reallaşdırılmasına bir neçə cəhd edilmişdir. Liberal iqtisadi prinsiplərə əsaslanan milli aqrar siyasəti nəticəsində bir çox adda kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının həcmi azalmışdır.

Statistik məlumatlara görə 1993-cü ildən 2002-ci ilə qədər kənd təsərrüfatı bitkilərinin əkin sahələri ilbə-il azalmağa doğru getmişdir (Cədvəl 1).

Ancaq 2008-ci ildə kənd təsərrüfatı bitkilərinin əkin sahəsi 1499,9 min hektar təşkil edərək 1990-cı il səviyyəsinə 1462,5 min hektara çataraq onu keçmişdir.

1993-2008-ci illərdə əkin sahələrinin aşağı düşməsinin əsas səbəbi yem bitkilərinin və texniki bitkilərin əkin sahələrinin bu illər ərzində kəskin şəkildə aşağı düşməsi olmuşdur.

Cədvəl 1-dən göründüyü kimi, kənd təsərrüfatı bitkilərinin əkin sahəsi 1993-cü ildəki 1394,8 min ha, 2000-ci ildə - 1041,5 min ha, 2005-ci ildə 1327,0 min hatəçkil etməklə hər il azalmışdır. O cümlədən dənli və paxlalı bitkilərin əkin sahəsi 1993-cü ildəki 709,5 min hektardan 2000-ci ildəki 648,2 min hektara dək azalmışdır, texniki bitkilərin əkin sahəsi 1993-cü ildəki 244,5 min hektardan 2000-ci ildə 118,2 min hektara, yemlik bitkilərin əkin sahəsi isə analoji müddətdə 384,7 min hektardan 139,0 min hektara düşmüşdür.

2006-cı ildən başlayaraq, ölkəmizdə kənd təsərrüfatı bitkilərinin əkin sahələri bir qayda olaraq artmağa başlamışdır.

Cədvəl 1

## Kənd təsərrüfatı bitkilərinin əkin sahələri (min ha)

İllər	Cəmi	O cümlədən							
		Dənli və paxlalı bitkilər		Texniki bitkilər		Kartof, tərəvəz və bostan bitkiləri		Yem bitkiləri	
		Sahə	%	Sahə	%	Sahə	%	Sahə	%
1985	1371.0	484.0	36.0	318.3	23.2	70.2	5.1	488.8	35.6
1990	1462.5	583.4	39.9	282.1	19.3	74.7	5.1	522.3	35.7
1993	1394.8	709.5	50.9	244.5	17.5	56.1	4.0	384.7	27.6
1995	1207.9	609.4	50.5	227.0	18.8	49.4	4.1	322.1	26.7
2000	1041.5	648.2	62.2	118.2	11.3	136.1	13.1	139.0	13.3
2002	1222.5	821.7	67.2	77.2	6.3	158.9	13.0	165.1	13.5
2003	1219.3	776.3	63.7	88.9	7.3	164.3	13.5	190.0	15.6
2005	1327.9	802.3	60.4	132.0	9.9	179.7	13.5	213.9	16.1
2008	1499.9	897.0	59.8	70.3	4.7	184.0	12.3	348.6	23.2
2010	1583.9	968.0	61.1	52.6	3.3	178.8	11.3	384.5	24.3
2011	1608.2	967.3	60.1	66.9	4.2	179.7	11.2	394.3	24.5
2012	1647.1	1031.4	62.6	48.5	2.9	174.5	10.6	392.7	23.8
2013	1684.2	1074.1	63.8	42.2	2.5	171.5	10.2	396.4	23.5
2014	1613.8	1001.4	62.1	43.8	2.7	165.7	10.3	402.9	25.0
2015	1585.4	952.1	60.1	38.7	2.4	166.0	10.5	428.6	27.0
2016	1628.3	937.5	61.3	73.6	4.5	163.1	10.0	394.1	24.2
2017	1665.7	977.2	58.7	180.9	10.9	151.5	9.1	356.0	21.4
2018	1738.0	1083.1	62.3	153.0	9.1	149.7	8.6	346.2	19.9
2018/ 1990	118.8%	185.7%		56.4%		200.4%		66.3%	
2018/ 2005	130.9%	135.0%		120.5%		83.3%		161.9%	
2018/ 2015	109.6%	113.8%		410.9%		90.2%		80.8%	

Mənbə: Azərbaycanın statistik göctəriciləri

Cədvəl 1-dən göründüyü kimi, 2018-ci ildə kənd təsərrüfatı bitkilərinin əkin sahəsi 2005-ci il ilə müqayisədə 411,0 min hektar artaraq 1738,0 min hektar təşkil etmişdir. 2005-2018-ci illər ərzində dənli və paxlalı bitkilərin əkin sahəsi artaraq 1083,1 min hektar, texniki bitkilərin əkin sahələri 159,0 min ha, kartof, tərəvəz və bostan bitkilərinin əkin sahəsi – 149,7 min ha, yemlik bitkilərin əkin sahələri isə artaraq 346, 2 min ha təşkil etmişdir.

Əkin sahələrinin artması 2003-2018-ci illər ərzində ölkəmizdə bitkiçilik məhsullarının istehsalının artmasına səbəb olmuşdur (Cədvəl 2).

Cədvəl 2-dən göründüyü kimi, 2003-cü il ilə müqayisədə 2018-ci ildə dənli və dənli paxlalı bitkilər 1251,7 min ton, pambıq 134,0 min ton, tütün 1,6 min ton, kartof 129,9 min ton, tərəvəz 475,6 min ton, bostan məhsulları 45,2 min ton artaraq, müvafiq olaraq 3309,2 min ton, 233,6 min ton, 6,3 min ton, 898,9 min ton, 1521,9 min ton təşkil etmişdir.

**Cədvəl 2**

**Bitkiçilik məhsullarının istehsalı (min ton, 1985-2018-ci illər)**

İllər	Dənli və dənli paxlalı bitkilər	Pambıq	Tütün	Kartof	Tərəvəz	Bostan məhsulları
1985	1297.9	787.8	60.0	219.7	872.2	48.6
1990	1413.6	542.9	52.9	185.2	856.2	67.5
1995	921.6	274.1	11.7	155.5	424.1	41.9
2000	1540.2	91.5	17.3	469.0	780.8	261.0
2003	2057.8	99.6	4.7	769.0	1046.3	356.7
2005	2126.7	196.6	7.1	1083.1	1127.3	363.8
2010	2000.5	38.2	3.2	953.7	1189.5	433.6
2011	2458.4	66.4	3.6	938.5	1214.8	478.0
2012	2802.2	57.0	4.3	968.5	1116.2	428.0
2013	2955.3	45.2	3.5	992.8	1236.3	429.8
2014	2383.3	41.0	2.9	819.3	1187.7	440.9
2015	2999.4	35.2	3.5	839.8	1275.3	484.5
2016	3065.1	89.4	3.6	902.4	1270.6	464.8
2017	2928.8	207.5	5.3	913.9	1405.6	438.1
2018	3309.2	233.6	6.3	898.9	1521.9	401.9
2018/1990	234.1%	43.0%	11.9%	485.4%	177.8%	595.4%
2018/2005	155.6%	118.8%	92.9%	191.7%	135.0%	110.5%
2018/2015	110.3%	664.5%	118.9%	107.0%	119.3%	82.9%

*Mənbə: Azərbaycanın statistik göctəriciləri 2019*

Cədvəl 1 və Cədvəl 2-dən göründüyü kimi, dənli və paxlalı bitkilərin əkin sahəsi 2018-ci ildə 1990-cı il ilə müqayisədə 185,7%, 2005-ci il ilə müqayisədə 135,0%artdığı halda dənli və dənli paxlalı bitkilərin həmin dövr ərzində artım tempi müvafiq olaraq 234,1% və 155,6% olmaqla əkin sahələrinin artım tempini qabaqlamışdır. Kənd təsərrüfatı məhsullarının 2003-2018-ci illərdə ki artımına əkin sahələrinin artması ilə yanaşı kənd təsərrüfatı məhsullarının məhsuldarlığının artmasında mühüm rol oynamışdır (Cədvəl 3).

Belə ki, 2018-ci ildə dənli və dənli paxlalı bitkilərin məhsuldarlığı 30,0 sent/ha, pambığın məhsuldarlığı 17,6 sent/ha, tütünün məhsuldarlığı 19,0 sent/ha, kartofun məhsuldarlığı 149,0 sent/ha, tərəvəzin məhsuldarlığı isə 162,0 sent/ha təşkil edərək 2003-cü il ilə müqayisədə 3,4 sent/ha, 2,6 sent/ha, 25,0 sent/ha, 22,0 sent/ha, 79,0 sent/ha artmışdır (Cədvəl 3).

Kənd təsərrüfatının digər aparıcı sahəsi heyvandarlıqdır. Struktur baxımından ölkə heyvandarlığının əsasını quşçuluq, iri buynuzlu mal-qara, qoyun və keçilər, donuzçuluq və sairə təşkil edir. Azərbaycan Respublikasının müstəqilliyinin ilk illərində kənd təsərrüfatının heyvandarlıq sahəsi 1991-1995-ci illərdə geriləməyə başladı.

**Cədvəl 3**

**Kənd təsərrüfatı bitkilərinin məhsuldarlığı** (*sent/ha; 1000kq/ha, 2003-2018-ci illər*)

İllər	Dənli və dənli paxlalı bitkilər	Pambıq	Tütün	Kartof	Tərəvəz	Bostan məhsulları
2003	26,6	15,0	22,4	124,0	140,0	112,0
2005	26,5	17,5	25,7	149,	140,0	121,0
2010	20,7	12,7	24,0	145,0	142,0	137,0
2011	25,4	15,5	24,9	144,0	146,0	144,0
2012	27,2	19,5	27,9	147,0	150,0	143,0
2013	27,5	19,3	28,4	152,0	154,0	151,0
2014	24,0	17,9	25,8	133,0	152,0	157,0
2015	31,5	18,8	25,4	136,0	158,0	174,0
2016	30,6	17,3	15,2	140,0	159,0	176,0
2017	29,8	15,3	16,6	150,0	155,0	187,0
2018	30,0	17,6	19,0	149,0	162,0	191,0
2018/2003	112,8	117,3	84,8	120,2	115,7	170,5
2018/2010	144,9	138,6	79,2	102,8	114,1	139,4
2018/2017	100,7	115,0	114,5	99,3	104,5	102,1

*Mənbə: Azərbaycanın statistik göctəriciləri*

Belə ki, iri buynuzlu mal-qaranın sayı 1831,6 min başdan 1632,8 min başa, qoyun və keçilər 5418,7 min başdan 4557,6 min başa, quşlar isə 29,1 mln başdan 14,4 mln başa düşmüşdür (Cədvəl 4). Bunun nəticəsi olaraq heyvandarlıq məhsulları istehsalı da azalmışdır. Bu dövrdə ölkədə ət istehsalı (kəsilmiş şəkildə) 109,4 min tona, süd istehsalı 1066,6 min tondan 826,5 min tona, yumurta istehsalı 1,71 mlrd ədəddən 455,8 mln ədədə, yun istehsalı isə 11,9 min tondan 9,0 min tona qədər artmışdır (Cədvəl 3).

Ölkəmizdə kənd təsərrüfatında aparılan islahatlar nəticəsində əkin sahələrinin strukturu dəyişmiş, heyvanların baş sayı artmış və buna uyğun olaraq istehlak bazarına daxil olan ərzaq təyinatlı həm bitkiçilik, həm də heyvandarlıq məhsullarının istehsalının həcmi əvvəlki illərlə müqayisədə xeyli artmışdır.

Cədvəl 4-dən göründüyü kimi, 2018-ci ildən iri buynuzlu mal-qaranın sayı 1993-cü il ilə müqayisədə 153,6%, 2003-cü il ilə müqayisədə 122,6%, qoyun və keçilərin sayı 1993-cü illə müqayisədə 169,4%, 2003-cü illə müqayisədə 118,9%, quşların sayı isə 1993-cü il ilə müqayisədə 140,6%, 2003-cü il ilə müqayisədə isə 178,4% artmışdır. Bu dövr ərzində əsas heyvandarlıq məhsullarının istehsalında da artım müşahidə edilmişdir.



Cədvəl 4

## Heyvanların və quşların sayı (1993-2019-cu illər)

İllər	İri buynuzlu mal-qara (min baş)	Qoyun və keçilər (min baş)	Donuzlar (min baş)	Quşlar (milyon baş)
1990	1915,5	5513,6	202,1	30,3
1991	1831,6	5418,7	156,7	29,1
1993	1730,9	4911,3	66,9	21,7
1995	1632,8	4557,6	33,4	14,4
2000	1961,4	5773,8	19,7	14,7
2003	2178,6	6986,4	19,8	17,1
2008	2486,8	8032,5	18,7	20,7
2013	2678,2	8569,4	6,5	24,5
2016	2708,2	8677,1	5,2	27,6
2017	2698,5	8614,8	4,4	28,0
2018	2673,0	8454,3	4,9	30,5
2019	2658,8	8304,1	5,5	30,5
2018/1993	153,6 %	169,4 %	8,2 %	140,6 %
2018/2003	122,6 %	118,9 %	27,8 %	178,4 %
2019/2018	99,5%	98,2%	112,2%	100,0%

Mənbə: Azərbaycanın statistik göctəriciləri 2019

Cədvəl 5-dən göründüyü kimi, 2018-ci ildə cəmi ət istehsalı 326,0 min tona çataraq 1993-cü ilə nisbətə 275,6%, 2003-cü ilə nisbətə isə 177,6%, o cümlədən mal əti müvafiq dövr ərzində 240,0% və 147,4%, qoyun və keçi əti 244,8% və 149,4%, quş əti 429,5% və 291,7% artmışdır. Süd, yumurta və yun kimi əsas kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal həcmində də artım olmuşdur. Belə ki, 2018-ci ildə süd məhsullarının istehsalının həcmi 2080,4 min ton olmaqla 1993-cü il ilə müqayisədə 1281,9 min ton, 2003-cü il ilə müqayisədə isə 912,6 min ton artmış və artım tempi müvafiq olaraq 266,5% və 178,1% olmuşdur. Yumurta istehsalı 2018-ci ildə 1676,2 mln ədəd təşkil edərək 1993-cü ilə və 2003-cü illərdə müqayisədə müvafiq olaraq 162,9% və 130,6% çoxalmışdır (Cədvəl 5).

Qeyd etmək lazımdır ki, aqrar sektorun inkişafının əsas amili bu sahənin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi və tənzimlənməsidir. Ət və heyvan idxalının kvotalaşması formasında dövlət dəstəyinin bir hissəsidir. Bunun nəticəsində isə həmin məhsulların xaricdən idxalının həcmi tənzimlənir. Həyata keçirilən dövlət dəstəyi tədbirləri nəticəsində ölkənin aqrar bölməsində heyvanların və quşların baş sayında, o cümlədən, heyvandarlıq məhsullarının istehsalının həcmində nəzərə çarpacaq artım dinamikası müşahidə edilmişdir.

Ət məhsullarının ixracının və daxili istehlakının quruluşunu təhlil edərək bütövlükdə bu qənaətə gəlmək olarki, ölkəmizdə ət istehsalının daxili həcmi əhalinin tam şəkildə ərzaqla təminatı üçün lazım olan ət məhsullarına olan tələbatı ödəmir.

Ərzaq təhlükəsizliyi baxımdan ölkəmizdə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal həcmində 2000-2018-ci illər ərzində artım dinamikası göstərməsi müsbət haldır.

## Əsas heyvandarlıq məhsullarının istehsalı (1993-2018-ci illər)

İllər	Ət (min ton)					Süd (min ton)	Yumurta (mln ədəd)	Yun (min ton)
	Cəmi	Mal əti	Qoyun və keçi əti	Donuz əti	Quş əti			
1990	175,5	73,9	35,4	12,6	53,6	970,4	985,3	11,2
1993	118,3	56,5	33,0	3,4	25,4	798,5	584,5	9,7
1995	109,4	55,0	32,5	2,8	19,1	826,5	455,8	9,0
2000	153,6	78,4	49,5	1,4	24,3	1031,1	542,6	10,9
2003	185,6	92,0	54,1	2,1	37,4	1167,8	681,9	12,1
2010	244,9	-	-	-	-	1535,8	1178,6	15,6
2013	286,9	120,8	70,9	0,7	94,5	1796,7	1401,5	16,5
2016	302,2	131,0	75,2	0,5	95,5	2009,9	1609,8	16,7
2017	316,8	132,9	79,1	0,5	104,3	2024,1	1714,0	16,0
2018	326,0	135,6	80,8	0,5	109,1	2080,4	1676,2	15,8
2018/1993	275,6%	240,0%	244,8%	14,7%	429,5%	260,5%	286,8%	162,9%
2018/2003	175,6%	147,4%	149,4%	23,8%	291,7%	178,1%	245,8%	130,6%
2018/2017	102,9%	102,0%	102,1%	100,0%	104,6%	102,8%	97,8%	98,8%

Mənbə: Azərbaycanın statistik göçtərciləri 2019

Qeyd etmək lazımdır ki, yerli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının ölkənin ərzaq təminatında kifayət qədər paya malik olması dövlətin milli ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin əsas şərtidir. Yerli istehsal amili qida məhsulları təminatında o zaman mühüm amil olur ki, ölkədə istehsal gücü əsas kənd təsərrüfatı məhsullarının ucuz və keyfiyyətli istehsalını təmin edə bilsin.

Beləliklə, aparılan tədqiqat göstərir ki, ölkəmizdə bir sıra kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının artırılmasında mühüm irəliləyişlər əldə edilmişdir.

İ.H.İbrahimov qeyd edir ki, “yeni mülkiyyət münasibətləri şəraitində əhalinin ərzaq məhsullarına, emal sənayesinin isə kənd təsərrüfatı xammalına tələbatının ödənilməsində məhsul istehsalının artırılması və keyfiyyətinin yüksəldilməsi iqtisadi imkanlarının tərkib hissəsi və səmərəliliyinin yüksəldilməsinin mühüm amillərindəndir. Ona görə də kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının artırılması, keyfiyyətin yüksəldilməsi müasir iqtisadi inkişafın öz mahiyyətindən irəli gəlir və keyfiyyət istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsinin mühüm ehtiyat mənbəyi kimi çıxış edir” [17, səh.140].

Əhalinin ərzaqla təminatı baxımından kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının həcmünün artmasının müsbət hal olması ilə yanaşı burada əsas məsələ əhalinin hər nəfərinə düşən məhsul istehsalının artmasıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, əhalinin sayının artım tempi kənd təsərrüfatı məhsullarının artım tempini üstəliyərsə belə bir vəziyyət ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi baxımından inkişaf kimi qiymətləndirilə bilməz.

Cədvəl 6-dan görüldüyü kimi, 2014-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə hər nəfərə düşən əsas ərzaq məhsullarının istehsalında bostan məhsullarını çıxmaqla artım müşahidə edilmişdir. Cədvəlin təhlili əsasında demək olar ki, il ərzində hər nəfərə düşən bostan məhsullarının istehsalı 2014-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə 12,8% azalaraq, müvafiq dövr ərzində 47,0 kq-dan 41,0 kq-a düşmüşdür.

Cədvəl 6

## Hər nəfərə düşən əsas ərzaq məhsullarının istehsalı (il ərzində, kq)

Məhsulun adı	2005	2010	2014	2016	2017	2018	2018-ci il 2014-cü ilə nisbətən %
Taxıl	248	218	247	310	293	329	33,2
Kartof	129	107	87	94	94	92	5,7
Tərəvəz	135	133	126	132	144	155	23,0
Meyvə, giləmeyvə	75	82	90	92	98	103	14,4
Bostan məhsulları	43	49	47	48	45	41	-12,8
Şəkər çuğunduru	4	28	18	32	42	28	55,6
Ət (kəsilmiş çəki)	24	28	31	31	33	33	6,5
Süd	149	171	197	209	208	212	7,6
Yumurta	104	132	166	167	176	171	3,0
Balıq	3,2	5,1	5,3	6,6	6,6	6,3	18,9

Mənbə: Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2019

İl ərzində hər nəfərə düşən taxıl məhsulu istehsalı 2014-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə 33,2%, kartof istehsalı 5,7%, tərəvəz istehsalı 23,0%, meyvə və giləmeyvə 14,4%, ət kəsilmiş şəkildə 6,5%, süd və süd məhsulları 7,6%, yumurta 3,0%, balıq istehsalı isə 18,9% artmışdır.

Cədvəllərin təhlili göstərir ki, ölkə əhalisinin artması ilə yanaşı il ərzində ölkə əhalisinin hər nəfərinə düşən əsas ərzaq məhsullarının istehsalının həcmində də artım müşahidə edilmişdir.

Hazırda ölkəmizdə əsas kənd təsərrüfatı istehlak mallarını davamlı sosial-iqtisadi inkişafa zəmin ola biləcək miqdarda istehsal etmək üçün kifayət qədər iqtisadi, əmək və istehsal-texniki potensial vardır. Ona görə də Azərbaycanda normal aqro-ərzaq bazarının təşəkkül tapması üçün daha çox özünütəminat səviyyəsinin əldə edilməsi vəzifəsinin əsas istiqamət götürülməsi məqsədəuygundur. Bu hədəfin müəyyən etdiyi məqsədlərin həyata keçməsi ərzaq məhsulları istehsalının həcmində artırılması, onların nəqli, satışı və saxlanması sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətində istehsalçıların və dövlətin güclərinin birləşdirilməsi. Xarici partnyorlarla, habelə beynəlxalq təşkilatlarla effektiv əlaqələrin yaradılması zərurətini yaradır.

Ölkəmizdə adambaşına əsas növ ərzaq məhsulları üzrə istehlak tələbatını yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı hesabına ödəmək mümkündür. Kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə istehsalın artımı adambaşına düşən əsas növ ərzaq məhsullarının istehsalının həcmində artımına, həmin məhsulların istehlakının quruluşunda müsbət dəyişikliklərin baş verilməsinə gətirib çıxarmışdır (Cədvəl 7).

Cədvəl 7-dən göründüyü kimi, il ərzində adambaşına düşən əsas növ ərzaq məhsullarının illik istehlakı qeyri-stabil olmuşdur. Belə ki, 2013-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə ət və ət məhsulları 19,9%, yumurta 10,9%, qənd və qənnadı məmulatları 3,3%, bitki yağları 71,6%, meyvə və giləmeyvə 10,7%, bütün növ tərəvəz 0,7% artmışdır. Müvafiq dövrdə süd və süd məhsulları 1,1%, balıq və balıq məhsulları 1,3%, kərə yağı 29,8%, çörək və çörək məhsulları 1,0% azalmışdır.

Cədvəl 7

## Adambaşına əsas növ ərzaq məhsullarının istehlakı (il ərzində, kq)

Məhsulun adı	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018-ci il 2013-cü ilə nisbətən %
Bütün növ ət və ət məhsulları	33,2	33,4	33,5	36,5	37,4	39,8	19,9
Süd və süd məhsulları	242,8	246,5	246,2	236,2	238,1	240,2	-1,1
Yumurta (ədəd)	138,0	152	154	156	158	153	10,9
Qənd və qənnadı məmulatları	24,5	25,6	21,7	24,4	26,3	25,3	3,3
Bitki yağları	8,8	10,8	12,6	15,9	16,0	15,1	71,6
Balıq və balıq məhsulları	7,5	7,2	7,0	7,6	7,9	7,4	-1,3
Kərə yağı	4,7	4,7	4,4	3,4	3,4	3,3	-29,8
Çörək və çörək məmulatları	125,6	124,6	124,2	124,1	124,3	124,4	-1,0
Kartof	74,5	72,5	71,6	74,9	75,2	73,5	-1,3
Bütün növ tərəvəz	112,1	108,0	110,4	105,1	104,1	112,9	0,7
Meyvə və giləmeyvə	67,0	66,9	72,7	70,4	71,2	74,2	10,7

Mənbə: Azərbaycanın statistik göçtərciləri 2019

Azərbaycan Respublikasının aqro-ərzaq bazarının idxaldan asılılığının qiymətləndirilməsi üçün əsas növ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları idxalının dinamikasına baxaq və həmin məhsullar üzrə özünü təmin etmə səviyyəsini müəyyən edək.

Cədvəl 8-dən görüldüyü kimi, kartofun idxalı 2014-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə 16,8% artaraq 151,2 min ton, təzə meyvənin idxalı 7,6 dəfə artaraq 106,6 min ton, yumurtanın idxalı 0,4% artaraq 54,9 mln ədəd, iri buynuzlu heyvan ətinin idxalı 88,6% artaraq 8,3 min ton, quş əti və onun əlavə məhsulları 3,7 dəfə artaraq 34,1 min ton, ət kolbasası və digər analogi məhsullar 2 dəfə artaraq 2,8 min ton, kərə yağı və digər süd yağları 23,5% artaraq 12,1 min ton, bitki yağları 12,5% artaraq 129,9 min ton, marqarin 22,9% artaraq 22,9 min ton, makaron məmulatları 2 dəfə artaraq 11,2 min ton, çay 57,3% artaraq 12,9 min ton olmuşdur.

Ölkəmizdə kənd təsərrüfatında aparılan struktur dəyişikliklərinin və islahatların nəticəsində yerli istehsal sahələrinin yenidən yaradılması bir sıra əsas növ ərzaq məhsullarının istehlakının yerli istehsalın artması hesabına ödənilməsinə səbəb olmuşdur. Belə ki, cədvəl 2.11 məlumatlarının təhlili 2014-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə buğdanın idxalının 9,6% azalaraq 1080,9 min tona, təzə tərəvəzin 27,3% azalaraq 16,5 min tona, buğda ununun 72,5% azalaraq 1,1 min tona, xam şəkər və şəkərin 45,0% azalaraq 238,8 min tona, şəkərdən hazırlanan qənnadı məmulatlarının 29,1% azalaraq 16,8 min tona, təzə və dondurulmuş balığın 19,7% azalaraq 10,2 min tona düşdüyünü qeyd etməyə imkan verir. Bu qeyd edilənlər onu göstərir ki, yerli məhsullar hesabına bir sıra əsas növ ərzaq məhsullarının idxaldan asılılığının azalmasına baxmayaraq, hələ də ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində bəzi əsas növ kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə idxaldan asılılıq qalmaqdadır.

Ölkəmizin aqro-ərzaq bazarının xeyli dərəcədə idxal məhsullarının hesabına formalaşması özünü əhalinin əsas növ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları ilə özünü təminatmə və idxaldan asılılıq səviyyəsində göstərir.

Azərbaycan Respublikasına idxal olunan ərzaq məhsulları 2014-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə 9,6% artmışdır.

Cədvəl 8

## Əsas növ kənd təsərrüfatı məhsulları idxalının dinamikası (min ton)

Məhsulun adı	2014	2015	2016	2017	2018	2014-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə artım tempi %
Buğda	1195,7	1363,1	1599,6	1274,4	1080,9	-9,6
Kartof	129,4	124,8	183,0	160,4	151,2	16,8
Təzə tərəvəz	22,7	25,5	45,9	28,1	16,5	-27,3
Təzə meyvə	14,1	57,9	71,2	74,9	106,6	-7,6 dəfə
Süd və qaymaq	10,0	8,8	5,5	8,9	9,5	-5,0
Yumurta (mln ədəd)	54,7	51,4	46,1	40,5	54,9	-0,4
Buğda unu	4,0	5,8	3,7	1,3	1,1	-72,5
Xam şəkər və şəkər	432,8	291,5	365,2	368,7	238,8	-45,0
Şəkərdən hazırlanan qənnadı məmulatları	23,7	21,2	18,1	14,5	16,8	-29,1
İri buynuzlu heyvan əti	4,4	5,1	5,3	9,2	8,3	88,6
Quş əti və əlavə ət	9,2	7,4	24,4	25,8	34,1	+3,7 dəfə
Təzə və dondurulmuş balıq	12,7	9,9	9,4	9,9	10,2	-19,7
Ət kolbasası və digəri	1,4	1,1	1,9	2,3	2,8	+2 dəfə
Kərə yağları və digər süd yağları	9,8	13,8	14,8	13,8	12,1	23,5
Bitki yağları	115,5	115,2	138,4	131,0	129,9	12,5
Mərqarin	14,3	14,1	15,3	20,1	22,9	60,1
Makaron məmulatları	5,5	9,1	8,6	9,1	11,2	+2 dəfə
Cay (ton)	8,2	7,5	12,6	13,6	12,9	57,3

Mənbə: Azərbaycanın statistik göçtərciləri 2019

Belə ki, 2018-ci ildə ölkəmizə idxal olunan ərzaq məhsullarının dəyəri 2014-cü ilə nisbətən 149,8 mln ABŞ dolları miqdarında artaraq 1703,5 mln ABŞ dolları təşkil etmişdir.

Müvafiq dövr ərzində ölkəmizdən ixrac edilən ərzaq məhsulları 2018-ci ildə 2014-cü ilə nisbətən 83,9% təşkil etməklə 135,6 mln ABŞ dolları azalaraq 705,1 mln ABŞ dolları təşkil etmişdir.

Azərbaycan Respublikasında 2014-cü ildə idxal və ixrac arasında yaranmış 712,9 mln ABŞ dollarlıq mənfi saldo 2018-ci ildə artaraq 998,4 mln ABŞ dolları olmaqla 40,0% artmışdır.

Cədvəl 9-da Azərbaycan Respublikasının əsas növ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları ilə özünütəminatmə səviyyəsi verilmişdir.

Cədvəldən görünür ki, 2018-ci ildə 2013-cü ilə nisbətən özünütəminatmə səviyyəsi buğda üzrə 55,9%-dən 64,8%-ə, tərəvəz üzrə 102,3%-dən 115,0%-ə, meyvə və giləmeyvə üzrə 121,8%-dən 123,2%-ə, süd və süd məhsulları üzrə 76,0%-dən 86,7%-ə, yumurta 100,0 %-dən 101,5%-ə, un 93,8%-dən 95,9%-ə, şəkərli qənnadı məmulatları 19,3%-dən 25,6%-ə, balıq və balıq məhsulları 71,7%-dən 83,1%-ə, kərə yağı 50,5%-dən 71,3%-ə çatmışdır. Bu məhsullar üzrə özünütəminatmə səviyyəsi müvafiq dövr ərzində kənd təsərrüfatı və əsas növ ərzaq məhsullarının istehsal həcmının artması ilə əlaqədardır.

**Cədvəl 9**  
**Əsas növ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları ilə özünütəminatmə səviyyəsi, faiz**

№	Məhsulun adı	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Buğda	55,9	54,1	54,8	52,9	58,1	64,8
2	Kartof	97,6	89,7	89,1	85,5	89,2	90,8
3	Tərəvəz (bütün növ)	102,3	103,4	103,4	105,4	115,2	115,0
4	Meyvə və giləmeyvə	121,8	120,1	113,7	116,4	122,4	123,2
5	Süd və süd məhsulları	76,0	76,3	84,3	87,7	86,1	86,7
6	Yumurta	100,0	99,7	99,7	98,8	100,5	101,5
7	Un (bütün növləri)	93,8	94,8	95,1	96,1	96,0	95,9
8	Şəkər	177,7	170,6	192,9	114,4	60,6	81,7
9	Şəkərli qənnadı məhsulları	19,3	17,7	17,8	30,4	29,6	25,6
10	Mal əti və ət məhsulları	86,3	87,7	91,8	93,5	86,3	85,1
11	Qoyun və keçi əti, ət məhs.	97,7	97,9	99,3	98,7	98,0	98,1
12	Quş əti və ət məhsulları	98,5	98,0	98,6	79,1	79,7	75,9
13	Balıq və balıq məhsulları	71,7	72,8	77,6	82,3	81,2	83,1
14	Kərə yağı	50,5	51,9	69,2	75,6	71,0	71,3
15	Bitki yağı	74,9	67,0	60,5	36,9	37,1	34,3
16	Marqarin	99,5	99,3	292,2	105,7	101,5	98,8
17	Makaron məmulatları	52,6	58,0	53,2	51,1	48,0	28,7
18	Çay	54,7	50,7	40,2	44,9	47,7	44,6

*Mənbə: Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2019*

Cədvəlin təhlili göstərir ki, 2018-ci ildə 2013-cü ilə nisbətən özünütəminatmə səviyyəsi kartof üzrə 97,6%-dən 90,8%-ə, şəkər 177,7%-dən 81,7%-ə, mal əti və ət məhsulları 86,3%-dən 85,1%-ə, quş əti və ət məhsulları 98,5%-dən 75,9%-ə, bitki yağları 74,9%-dən 34,3%-ə, makaron məmulatları 52,6%-dən 28,7%-ə, çay 54,7%-dən 44,6%-ə düşmüşdür.

Ərzaq təhlükəsizliyinin mühüm göstəriciləri və bunların həddinin ölçüsü taxıl və kartof üçün 95% və ondan yuxarı, süd və süd məhsulları üçün 90% və yuxarı, ət və ət məhsulları üçün 85% və yuxarı, şəkər, bitki yağı və balıq məhsulları üçün 80% və yuxarı şəklindədir. Özünütəminatmənin belə həddi ərzaq təhlükəsizliyinin ölçüsü hesab edilir. Belə ki, əsas növ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları üzrə özünütəminatmə səviyyəsi bu həddən aşağı olduqda ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi ilə bağlı problemin varlığını göstərir.

Cədvəl 9-dan göründüyü kimi, buğda üzrə özünütəminatməninin səviyyəsi 2013-2018-ci illər üzrə 95%-lik həddən xeyli aşağı olmuşdur. Kartof üzrə özünütəminatmə səviyyəsi 2013-cü ildə yüksək səviyyədə oolsada, sonrakı illərdə azalma 2018-ci ilə qədər davam etmiş və 95%-lik hüduddan aşağı olmuşdur. Süd və süd məhsulları üzrə özünütəminatməninin səviyyəsi 90%-lik həddən az olsada 2013-cü il ilə müqayisədə 10,7% artaraq 2018-ci ildə 86,7% təşkil etməklə 90%-lik həddə yaxınlaşmışdır. Bitki yağı 2013-cü ildə 74,9%olmaqla hüdud səviyyəsinə yxınlaşsada 2018-ci ildə 34,3% təşkil edərək hüdud səviyyəsindən 45,7% geri qalmışdır. Mal-qara və quş əti üzrə vəziyyət qənaətbəxş hesab olunur. Cədvəl 10-da əsas növ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları ilə təminatda idxaldan asılılıq səviyyəsi göstərilmişdir.

**Cədvəl 10**

**Əsas növ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları ilə təminatda idxaldan asılılıq səviyyəsi, faiz**

№	Məhsulun adı	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Buğda	44,1	45,9	45,2	47,1	41,9	35,2
2	Kartof	7,7	15,7	14,8	18,1	16,5	16,0
3	Tərəvəz	3,1	3,4	3,4	5,1	3,8	2,8
4	Meyvə və giləmeyvə	4,9	3,6	9,6	12,6	12,7	16,8
5	Süd və süd məhsulları	24,3	23,9	16,0	12,6	14,6	13,8
6	Yumurta	0,1	0,3	0,3	1,2	0	1,1
7	Un (bütün növləri)	6,5	5,5	5,1	4,0	4,2	4,4
8	Xam şəkər və şəkər	29,9	27,2	37,2	15,3	56,3	37,2
9	Şəkərli qənnadı məmulatları	101,0	98,0	95,4	79,2	82,3	80,2
10	Mal əti və ət məhsulları	14,8	13,2	8,8	6,6	13,8	15,0
11	Qoyun və keçi əti, ət məhs.	2,3	2,1	0,7	1,3	2,4	2,1
12	Quş əti və ət məhsulları	1,5	2,1	1,4	20,8	20,5	24,4
13	Balıq və balıq məhsulları	28,4	27,2	22,4	18,0	19,4	17,6
14	Kərə yağı	49,9	48,2	31,5	24,7	30,3	29,4
15	Bitki yağı	86,1	81,2	79,3	68,9	69,0	72,7
16	Mərqarin	0,5	0,7	2,4	0,9	3,7	6,9
17	Makaron məmulatları	65,0	53,4	52,1	52,8	55,6	76,0
18	Çay	100,7	83,6	87,6	60,6	60,0	62,1

*Mənbə: Azərbaycanın statistik göctəriciləri 2019*

Cədvəldən görünür ki, buğda üzrə idxaldan asılılıq səviyyəsi 2013-cü ilə nisbətən 44,1%-dən 35,2%-ə, tərəvəz üzrə 3,7%-dən 2,8%-ə, süd və süd məhsulları üzrə 24,3%-dən 13,8%-ə, şəkərli qənnadı məlumatları üzrə 101,0%-dən 80,2%-ə, balıq və balıq məhsulları üzrə 28,4%-dən 17,6%-ə, kərə yağı üzrə 49,9%-dən 29,4%-ə, bitki yağları üzrə 86,1%-dən 72,7-ə, çay üzrə 100,7%-dən 62,1%-ə düşmüşdür.

Bu məhsullar üzrə idxalda asılılıq səviyyəsinin 2013-cü ilə nisbətən 2018-ci ildə azalması kənd təsərrüfatında aparılan struktur dəyişikliklərinin və islahatların nəticəsidir.

Əhalinin əsas növ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları ilə təminatında bir sıra məhsul növləri üzrə idxaldan asılılıq səviyyəsinin azalmasına baxmayaraq hələ də bəzi məhsul növləri üzrə asılılıq səviyyəsi artmışdır.

Belə ki, 2018-ci ildə idxaldan asılılıq səviyyəsi 2013-cü ilə nisbətən kartof üzrə 7,7%-dən 16,0%-ə, meyvə və giləmeyvə üzrə 4,9%-dən 16,8%-ə, yumurta üzrə 0,1%-dən

1,1%-ə, xam şəkər və şəkər üzrə 29,9%-dən 37,2%-ə, quş əti və ət məhsulları üzrə 1,5%-dən 24,4%-ə, marqarin üzrə 0,5%-dən 6,9%-ə, makaron məmulatları üzrə isə 65,0%-dən 76,0%-ə kimi artmışdır.

Cədvəl 9 və Cədvəl 10 əsasında apardığımız təhlil onu deyə bilərik ki, bir sıra əsas növ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları üzrə özünütəminatmənin səviyyəsinin aşağı və idxaldan asılılıq səviyyəsinin yüksək olması onu deməyə imkan verir ki, Azərbaycanın aqro-ərzaq bazarının strukturunda əhali tərəfindən idxal olunmuş ərzaq məhsullarının həcmi 2013-2018-ci illər ərzində artmışdır ki, bu da ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinə təhlükə yaradır.

Bu gün Azərbaycanın aqro-ərzaq bazarında idxal məhsullarının payı kritik həddə yaxınlaşaraq 2018-ci ildə 1703,5 mln ABŞ dolları təşkil edir ki, bu da 2014-cü il ilə müqayisədə 9,6% artmışdır.

Kənd təsərrüfatında baş vermiş struktur dəyişiklikləri və aqrar islahatların təsiri nəticəsində son 10 il ərzində faktiki qiymətlərlə kənd təsərrüfatının ümumi məhsulu artmışdır.

**Cədvəl 11**

**Kənd təsərrüfatının ümumi məhsulunun dinamikası** (faktiki mövcud qiymətlərlə, mln man)

Məhsulun adı	2008	2010	2016	2017	2018	2018-ci il 2008-ci ilə nisbətən %
Bütün təsərrüfat kateqoriyaları:	3308,4	3877,7	5632,4	6580,0	7010,0	2,1 dəfə
Bitkiçilik	2085,0	1999,2	2577,2	3019,0	3561,0	1,7 dəfə
Heyvandarlıq	1223,4	1878,5	3055,2	3186,0	3824,0	3,1 dəfə
Kənd təsərrüfatı müəssisələri:	186,0	192,6	449,2	645,4	660,9	3,5 dəfə
Bitkiçilik	41,1	60,0	145,8	238,5	262,1	6,4 dəfə
Heyvandarlıq	144,9	132,6	303,4	406,9	398,8	2,7 dəfə
Fərdi sahibkarlar, ailə, kəndli və ev təsərrüfatları:	3122,4	3685,1	5183,2	5934,6	6349,1	2,0 dəfə
Bitkiçilik	2043,9	1939,2	2431,4	2780,5	2923,9	1,4 dəfə
Heyvandarlıq	1078,5	1745,9	2751,8	3154,1	3425,2	3,2 dəfə

*Mənbə: Azərbaycanın statistik göçtərciləri 2019*

Cədvəl 11-dən göründüyü kimi, 2018-ci ildə bütün təsərrüfat kateqoriyaları üzrə kənd təsərrüfatının ümumi məhsulun faktiki qiymətlərlə dəyəri 7010,0 mln manat olmuşdur və bunun 660,9 mln manatı, yaxud 9,4% kənd təsərrüfatı müəssisələrinin, 6349,1 mln manatı, yaxud 90,6% isə fərdi sahibkarlar, ailə, kəndli və ev təsərrüfatlarının payına düşmüşdür.

Ölkəmizdə əhalinin lazım olan vacib ərzaq məhsulları ilə təmin edilməsi üçün kənd təsərrüfatı sahəsində aparılan köklü islahatlar aqrar bölmənin inkişafına əlverişli şərait yaratmışdır. Dövlət tərəfindən kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılara və kənd təsərrüfatının emal müəssisələrinə göstərilən texniki və maliyyə köməkliyi kənd təsərrüfatının inkişafında xüsusi əhəmiyyət kəsb etmişdir.

Aparılan tədqiqatın nəticələri bu qənaətə gəlməyə imkan verir ki, ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyini təhdid edən kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının həcmində azalma 2003-cü ildən stabilləşmiş və kənd təsərrüfatı ölkə iqtisadiyyatının prioritet istiqamətinə



çevrilmişdir. Kənd təsərrüfatında istehsalın həcmının artması ixrac və idxalı əvəz edən məhsullar üzrə müşahidə edilir. Təkrar istehsal prosesi mənfəət hesabına özünü təmin etmək səviyyəsinə çatmayıb. Bir sıra əsas kənd təsərrüfatı istehsalı göstəriciləri 1990-cı il səviyyəsini keçmişdir və ərzaq təhlükəsizliyi nöqtəyi-nəzərindən neqativ hall kimi aşağıdakıları göstərə bilərik:

- kənd təsərrüfatı istehsalının dövlət dəstəyinin kifayət qədər olmaması;
- aqro-ərzaq bazarının subyektlərinin zəif innovativ inkişaf səviyyəsi;
- bir çox kənd təsərrüfatı müəssisələrinin aşağı gəlirli olması;
- dövlətin daxili tələbatını öz istehsalı hesabına təmin olunması məsələsinin yerinə yetirilməsinin müəyyən dərəcədə mürəkkəbləşməsinə səbəb olan istehsal, sosial və bazar infrastrukturunun inkişafının lazımı səviyyədə olmaması;
- iri buynuzlu mal əti istehsalının kifayət qədər gəlirli olmaması;
- kənd təsərrüfatı əmtəə istehsalçılarının iqtisadi maraqlarının zəif müdafiə səviyyəsi.

### **Ədəbiyyat**

1. Экономическая безопасность России. Под ред. В.К.Сенчакова. М., Бином, 2009
2. Б.А.Райзберг, А.Ш.Лазовский. Учебный экономический словарь. Н Рольф Айрис пресс, 1999
3. А.Б.Илларионов. Критерии экономической безопасности. Вопросы экономики, 1998, №10, с.49
4. Ə.Нəsənov. Azərbaycan Respublikasının milli inkişaf və təhlükəsizlik siyasəti. Bakı, 2011
5. Milli Təhlükəsizlik haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu
6. Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2019
7. П.Т.Бурдуков, Р.З. Состгалиев. Россия в системе глобальной продовольственной безопасности. М., 1999
8. Н.Л.Маценович, А.М.Ходачек. Продовольственная безопасность и продовольственная политика. Знание, 2004
9. Azərbaycan Respublikasının Ərzaq Təhlükəsizliyi Proqramı. Bakı, 2 may 2001-ci il, №640
10. İ.Н.İbrahimov. Kənd təsərrüfatının inkişafı və sahibkarlığın formalaşması problemləri. Bakı, 2005

## **ANALYSIS OF STRUCTURAL CHANGES IN THE AGRARIAN SECTOR OF AZERBAIJAN AND ASSESSMENT OF IMPORT DEPENDENCE**

**A.I.Amirov**

### **SUMMARY**

This article focuses on the structural changes in Azeri agricultural sector and the assessment of import dependence. The analysis of the state of agriculture in Azerbaijan in recent years is presented and the problems of its development at the present stage are revealed. The factors which affect the level of country's food safety are discussed.

**АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ  
АЗЕРБАЙДЖАНА И ОЦЕНКА ИМПОРТОЗАВИСИМОСТИ**

**А.И.Амиров**

**РЕЗЮМЕ**

В статье исследуются структурные изменения в аграрном секторе Азербайджана и импортозависимость. Представлен анализ состояния сельского хозяйства страны за последние годы и указаны проблемы его развития на современном этапе. Перечислены факторы, влияющие на уровень продовольственной безопасности страны.

*Məqalə redaksiyaya 27 yanvar 2020 tarixində daxil olmuş, 12 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 336.71

## AUDİTİN AZƏRBAYCANIN BANK SEKTORUNDA ROLU

**F.F.Xalıqov**

Bakı Dövlət Sosial-İqtisadi Kolleci  
Bakı AZ1035, Ramiz Qəmbərov küçəsi 61  
e-mail: faiqxaliqov66@bk.ru

*Açar sözlər:* maliyyə nəzarəti, bank audit, daxili audit

*Key words:* financial control, bank audit, internal audit

*Ключевые слова:* финансовый контроль, банковский аудит, внутренний аудит

Son illərdə Azərbaycan bank sferasında müxtəlif yönlü tendensiyalar yaranmışdır. Bu tendensiyaları müsbət və mənfi yönlü adlandırmaq olar. Bunlardan bankların nizamnamə kapitalının artırılmasını müsbət yönlü tendensiya kimi xarakterizə etmək olar. Belə ki, az nizamnamə kapitalı olan banklar ya bağlandı, ya da ki iki və daha artıq bankın birləşməsi imkanı yarandı. Bu bank sferasında maliyyə intizamının möhkəmlənməsinə və bankların ödəmə qabiliyyətinin möhkəmlənməsinə səbəb oldu. Mənfi tendensiya kimi isə manatın devalvasiya olunmasını misal göstərmək olar. Bunun nəticəsində bir çox kredit ödəyicilərinin ödəmə qabiliyyəti aşağı endi və bunun nəticəsində kreditlərin ödənişində böyük problemlər yarandı. Bütün bu tendensiyaların əvvəlcədən proqnozlaşdırılması və mənfi tendensiyaların qarşısının hər hansı bir səviyyədə alınması müasir bank auditinin qarşısında qoyulan mühüm şərtlərdəndir. Buna görə də bank auditinin daha da təkmilləşdirilməsi və auditorların maliyyə (bank) sektorunu daha yaxşı təhlil etmə bacarığı gələcəkdə bu kimi problemlərin az itki ilə atlanmasına müsbət təsir göstərməlidir. Buna görə də bu sahəyə banklar tərəfindən daha çox fikir verilməli və auditorların maliyyə (bank) sahəsini daha dərinlən təhlil etmə bacarığına yiyələnmələri üçün inkişaf etmiş ölkələrin bu sahədəki təcrübəsindən faydalanılmalıdır.

Bank sistemi Azərbaycanın maliyyə sisteminin mühüm elementi sayılır. Bu gün banklar aktivlərinin və kapitalının həcminə, regional əhatəsinə görə digər maliyyə vasitəçilərini dəfələrlə üstələyir. Hazırda respublikada inkişaf etmiş, bazar prinsiplərinə əsaslanan iki pilləli bank sistemi - birinci pillədə Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı, ikinci pillədə kommersiya bankları və digər bank olmayan kredit təşkilatları fəaliyyət göstərir. İslahatların ilkin mərhələsində dövlət banklarının restrukturizasiya və sağlamlaşdırılması tədbirləri həyata keçirilmiş, özəl bank sisteminin institusional formalaşması təmin edilmişdir.

Bu mərhələdə kapitalla bağlı aşağı tələblər sistemə daxil olmaq üçün son dərəcədə liberal şərtlər müəyyən olundu. Bank fəaliyyətini tənzimləmək üçün yumşaq tənzimləmə alətləri tətbiq edildi. Bu proseslərin nəticəsində bank sistemi institusional olaraq güclənməyə və özəl bankların sayı sürətlə artmağa başladı.

Müəyyən edilmiş strateji hədəflərə nail olunması üçün bank fəaliyyətinin qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, bank sisteminin etibarlılığının və sağlamlığının artırılması, bank xidmətlərinə çıxış imkanlarının genişləndirilməsi, bank sisteminə şəffaflığın səviyyəsinin artırılması və bazar intizamının

möhkəmləndirilməsi, səmərəli bank nəzarətinin təşkili kimi konkret vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur.

Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Dövlət Proqramının icrasının birinci ilinin qanunlarına həsr olunan konfransda yekun nitqində demişdir: “Bank sisteminin inkişafı son illərdə sürətlə getmişdir. Azərbaycanda indi bank sektorunda konsolidasiya gedir. Nizamnamə kapitalının artırılması nəticədə artıq bu, bank sisteminə, ümumiyyətlə, çox müsbət təsir göstərmişdir, ölkəni və əhalini hər hansı bir sürprizdən qoruyur. Çünki artıq banklarımızın kifayət qədər böyük nizamnamə kapitalı var. Ancaq hesab edirəm ki, ilk növbədə, o bankların ki, böyük resursları var, ölkə iqtisadiyyatına vəsait ayırırlar. Azərbaycan bankları hansı həcmdə, hansı layihələrə, hansı rayonlarda, yaxud da Bakı şəhərində hansı vəsait ayırırlar? Bax, bu məlumat olmalıdır. Mən də, ictimaiyyət də görsün ki, bank sektoru ancaq öz cibini güdmür, eyni zamanda ölkənin inkişafı üçün də fəal çalışır. Mən bir dəfə bu barədə demişəm, bir daha demək istəyirəm ki, biz banklardan sosial məsuliyyət gözləyirik. Eyni zamanda, bu gün Azərbaycanda elə gözəl biznes mühiti yaranıb ki, ölkəmizə qoyulan vəsait özünü doğruldacaq və doğruldur”.

2012-2020-ci illəri əhatə edən “Azərbaycan Respublikasında auditor xidmətinin inkişaf konsepsiyası” qəbul edilmişdir. Auditin inkişaf konsepsiyasının əsas məqsədi Azərbaycanda auditor xidmətinin gələcək inkişaf istiqamətlərinin müəyyən olunması, auditor xidməti bazarının genişləndirilməsi, dövlətin, təsərrüfat subyektlərinin və auditorların maraqlarının müdafiə edilməsi, audit sahəsində tənzimləyici fəaliyyətin beynəlxalq təcrübəyə uyğun təkmilləşdirilməsi, auditin beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun aparılmasının təmin edilməsi, habelə ölkənin iqtisadi həyatında auditin rolunun və əhəmiyyətinin daha da gücləndirilməsi, şəffaflığın təmin olunmasında və korrupsiyaya qarşı mübarizədə auditin rolunun və auditorların məsuliyyətinin artırılmasının təmin edilməsidir.

Azərbaycanda həyata keçirilən iqtisadi islahatlar prosesində bank nəzarətinin təkmilləşdirilməsinə mühüm əhəmiyyət verilmiş və nəzarət mexanizmlərinin bazar iqtisadiyyatının xüsusiyyətlərinə uyğunlaşdırılması, o cümlədən müstəqil auditin yaradılması dövlət quruculuğu siyasətində daim diqqət mərkəzində saxlanılan məsələlərdən biri olmuşdur.

Banklar ölkənin iqtisadi həyatında mühüm rol oynayır. Respublikanın təsərrüfatlarının pul dövriyyəsi banklar vasitəsilə həyata keçirilir. Banklar, pul vəsaitlərinin dövriyyəsinə xidmət edən uçot-qeydiyyat işlərini aparmaqla yanaşı, azad pul vəsaitlərini mühafizə etmək məqsədilə bir yerdə cəmləşdirib, sonradan lazım olan məqsədlə istifadə etmək üçün öz sahibinə buraxmaq vəzifəsini yerinə yetirir.

Mərkəzi Bankın prinsipial vəzifələrindən biri də tədiyyə balansı və onun tərtib olunmasıdır. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı ölkənin proqnoz tədiyyə balansının hazırlanmasında iştirak edir və hesabat tədiyyə balansının tərtibinə rəhbərlik edir. Mərkəzi Bank artıq uzun müddətdir ki, beynəlxalq standartlara cavab verən hesabat tədiyyə balansını tərtib edir. Tədiyyə balansının tərtib olunma keyfiyyəti beynəlxalq maliyyə kredit institutlarının ekspertlərinin müsbət rəyini almışdır.

Banklar pul vəsaitlərinin uçotunun aparılmasında aparıcı yerlərdən birini tutur. Ölkədə məcmu ictimai məhsulun istehsalı və bölgüsü üzərində nəzarət etmək bilavasitə bankların fəaliyyəti ilə bağlıdır. Buna görə də dövlətin idarə edilməsində banklardan əsas idarəetmə institutu kimi istifadə olunur. İqtisadi idarəetmənin ən vacib elementlərindən sa-

yılan uçot və nəzarət bazar iqtisadiyyatı münasibətlərində daha aktual xarakter daşıyır. Bazar iqtisadiyyatı münasibətlərində təsərrüfat əməliyyatları üzrə dəqiq uçotun və ciddi nəzarət sisteminin qurulması tələb olunur.

Müasir dövrdə maliyyə nəzarəti sahəsində bankların xüsusi rolunu qeyd etmək lazımdır. Bazar iqtisadiyyatı qanunauyğunluqları bank fəaliyyətini və bu fəaliyyətin tərkib hissəsi kimi, bank nəzarətini daha əhəmiyyətli və zəruri etmişdir.

Son illər ərzində bankların balansında əsas risk komponentlərindən olan açıq valyuta mövqeyi üzərində nəzarət gücləndirilmişdir. Belə ki, valyuta bazarının ən aktiv operatorları olan bankların açıq valyuta mövqeyinə dair hesabatlarının tezliyi artırılmışdır.

Prof. O.N.Qorbunova bank nəzarətini “Kreditləşmə, maliyyələşdirmə və hesablaşma ilə əlaqədar əməliyyatların gedişində banklar tərəfindən həyata keçirilən və müştərilərin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti üzərində nəzarətin ən çevik forması” hesab edir.

Maliyyə nəzarətinin bu növü hər şeydən əvvəl bank ssudalarından istifadənin səmərəliliyinin yüksəldilməsi və ödəmə intizamının möhkəmləndirilməsinə yönəldilmişdir. Belə ki, bank kreditinə qoyulmuş şərtlər: əvəzli, müddətli və qaytarılmaq şərtləri kreditləşmə prosesində bank nəzarəti üçün əsasdır və bu nəzarət eyni zamanda, kreditin qaytarılması üçün real təminatdır və zəruri şərtidir. Bank nəzarəti sistemində Mərkəzi Bankın həyata keçirdiyi nəzarət xüsusi yer tutur. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bank haqqında qanununa əsasən, Mərkəzi Bank iki funksiyalı: 1) tənzimləyici və 2) nəzarət funksiyalarını həyata keçirir.

Tənzimləyici funksiyalı icra etməklə, Mərkəzi Bank fəaliyyətinin zəruri göstəricilərini müəyyən edir, ümumdövlət miqyasında bank sistemini tənzim edir.

Nəzarət funksiyalarına gəldikdə isə, Mərkəzi Bank bank qanunvericiliyinə, normativ aktlarına və göstəricilərinə kredit təşkilatları tərəfindən riayət olunmasına daim nəzarət edir.

Mərkəzi Bank bank işi üzrə müvafiq normativ aktlar qəbul etmək və banklar üçün məcburi normativlər müəyyənləşdirməklə, bankların rəhbərliyinin peşəkarlıq səviyyələrini müəyyənləşdirməklə, müvafiq müddətlərdə banklarda yoxlama və audit aparmaq, onlardan lazımi sənədlər tələb etməklə maliyyə nəzarətini həyata keçirir.

Mərkəzi Bank nəzarəti “Banklar və bank fəaliyyəti” haqqında qanuna əsasən həyata keçirir. Belə ki, kredit təşkilatının illik maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti ancaq onun seçdiyi, yaxud lazımi hallarda Mərkəzi Bankın təyin etdiyi auditor tərəfindən yoxlanılmalı və yoxlamanın nəticələri Mərkəzi Banka bildirilməklə, müəyyən olunmuş forma və müddətlərdə illik balans, mənfəət və zərər barədə hesabat mətbuatda dərc edilməlidir.

Müasir dövrdə xarici-iqtisadi fəaliyyətin inkişaf etməsi, beynəlxalq ticarətin inkişafı, bazar münasibətlərinin inkişafı ilə bank nəzarətindən müstəqil bir nəzarət sahəsi kimi ayrılan valyuta nəzarətini qeyd etmək lazımdır.

Nəzarət, praktikada, başlanmaqda olan yeni hesabat dövründə planlaşdırmanın əsası kimi çıxış edir. Nəzarətin obyektləri, aparılma müddəti və dəqiq vaxtı artıq planlaşdırma mərhələsində müəyyən edilir. Nəzarət prosesi standartların müəyyən edilməsini, faktiki əldə edilmiş nəticələrin ölçülməsini və əgər əldə edilmiş nəticələr müəyyən edilmiş standartlardan əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənsə, onda düzəlişlər aparılması lazım gəlir. Rəhbərlik nəzarət funksiyasının məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirməkdən və təşkilatı yaratdığı andan həyata keçirməyə başlayır. Nəzarətsiz təşkilatın müvəffəqiyyətlə fəaliyyət göstərməsi qeyri-mümkündür. Təşkilatın məqsədi mövcud gücləri bu və ya digər şəkildə bölüşdürməklə, onların fəaliyyət istiqamətlərini müəyyən etməkdir. P.Drikerə görə, nəzarət və

istiqamətin müəyyən edilməsi sinonimdir.

Nəzarət prosesi üç mərhələdən ibarətdir:

1. qiymətləndirmə standartlarının və meyarlarının işlənib hazırlanması;
2. real nəticələrin standartlarla müqayisə edilməsi;
3. zəruri olan dəqiqləşdirici hərəkətlər haqqında qərarlar qəbul edilməsi.

Qiymətləndirmə standartlarının və meyarlarının işlənib hazırlanması nəzarət prosesinin birinci mərhələsi, nəzarət və planlaşdırma funksiyalarının mahiyyətə bir-birinə nə qədər yaxın olduğunu nümayiş etdirir.

Banklarda nəzarət üçün standartlar kimi istifadə edilən məqsədlərin aşağıdakılar olması xarakterikdir:

1. işin yerinə yetirilməli olduğu vaxt çərçivəsi;
2. işin yerinə yetirilməsi dərəcəsini qiymətləndirmək üçün zəruri olan konkret meyarlar.

Nəzarət sisteminin üstünlükləri onun fəaliyyət göstərməsinə çəkilən xərclərdən çox olmamalıdır. Nəzarət sisteminə çəkilən xərclər informasiyanın toplanmasına, ötürülməsinə və təhlilinə menecerlərin və digər işçilərin sərf etdiyi vaxt məsrəfindən, həmçinin nəzarəti həyata keçirmək üçün istifadə edilən bütün növ avadanlıqlara çəkilən xərclərdən, eləcə də nəzarət məsələsi ilə bağlı olan informasiyanın saxlanması, ötürülməsi və axtarışı ilə əlaqədar olan xərclərdən ibarətdir. Təşkilatın qarşıya qoyduğu məqsədə çatmasını təmin edən effektiv nəzarətin xarakterik xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

1. strateji cəhətdən məqsədyönlü olmalıdır;
2. konkret nəticələrə əsaslanmalıdır;
3. nəzarət edilən fəaliyyət növünə müvafiq olmalıdır;
4. vaxtında aparılmalıdır;
5. kifayət qədər çevik, davamlı və baş verən dəyişikliklərə uyğunlaşa bilən olmalıdır;
6. nəzərdə tutulan məqsədlərə nail olmaq nöqtəyi-nəzərindən sadə olmalıdır;
7. qənaətçil olmalıdır.

Nəzarətin strateji cəhətdən məqsədyönlü olması onun təşkilatın ümumi prioritetlərini özündə əks etdirməsini və ona nail olmasına kömək edilməsini nəzərdə tutur. Rəhbərlik hər hansı bir fəaliyyət növünün strateji əhəmiyyət kəsb etdiyini hesab edirsə, onda hər bir belə sahədə, hətta bu fəaliyyət növləri çətinliklə ölçülə bildiyi sahələrdə mütləq effektiv nəzarətin həyata keçirilməsini təmin etməlidir.

Nəzarətin nəticələrinə istiqamətlənmə, təşkilat qarşısında duran vəzifələri həyata keçirmək üçün problemləri aşkara çıxarmaq və standartları müəyyənləşdirmək üzrə informasiyanın toplanması ilə bağlı olan son məqsədlərdən irəli gəlir. Nəzarətin aparılması, onun son dərəcədə sürətlə və ya tez-tez aparılması demək deyil. Bank nəzarətinin başlıca məqsədi təhlükəli xarakter alana kimi kənarlaşmaları aradan qaldırmaqdır. Effektiv nəzarət sistemi dedikdə böhran baş verənə qədər lazımı informasiyanın istifadəçilərə verilməsi başa düşülür. Banklarda nəzarətin çevik və davamlı olması baş verən dəyişikliklərə uyğunlaşa bilməsini nəzərdə tutur. Qeyd etmək lazımdır ki, effektiv nəzarət bank nəzarətində tutulan məqsədlər nöqtəyi-nəzərindən sadə nəzarətdir. Nəzarətin sadə metodları az güc tələb edir və daha qənaətçildir.

Bank nəzarəti üzrə öhdəliklərin və səlahiyyətlərin bölgüsü müxtəlif ölkələrdə fərqli qaydada həyata keçirilir. Əsasən üç yanaşma fərqləndirilir:

1. bank nəzarəti müstəsna olaraq Mərkəzi Bank tərəfindən həyata keçirilir (Böyük Britaniya, İtaliya, Niderland);

2. bank nəzarətinin qarışıq sistemi. Bu zaman Mərkəzi Bank, nəzarət üzrə öhdəlikləri və səlahiyyətləri başqa dövlət orqanları ilə bölüşdürür (ABŞ, Yaponiya, Fransa, Almaniya);
3. nəzarət prosesi Mərkəzi Bank tərəfindən deyil, digər strukturlar tərəfindən həyata keçirilir (Kanada, İsveçrə).

İldən ilə ölkələr bank nəzarəti mexanizmlərindən daha geniş istifadə etməlidirlər. Lakin maliyyə sahəsində böhran meyllərinə qarşı daha səmərəli olması üçün hansı məcburi tədbirləri və necə həyata keçirmək haqqında məsələ hələ də açıq qalır. Hər şey maliyyə qeyri-sabitliyinin mahiyyətinin dərk edilməsindən, onun səbəb və nəticələrindən asılıdır. Bir sıra ekspertlərin fikrincə, əgər bütün qüvvələri bank fəaliyyətinin tənzimlənməsinin makroiqtisadi aspektində cəmləşdirsək, maliyyə qeyri-sabitliyinə qarşı səmərəli sistemin yaradılması işində xeyli irəliləmək mümkündür.

Qeyd etmək lazımdır ki, dünya ölkələrinin üçdə ikisində nəzarət Mərkəzi Banklar tərəfindən həyata keçirilir. Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələrinin təcrübəsi göstərir ki, bank islahatlarının hazırkı mərhələsində nəzarətin Mərkəzi Bank tərəfindən aparılması daha məqsəduyğundur.

Bank fəaliyyətinin tənzimlənməsi və nəzarət sisteminin səmərəliliyinin yüksəldilməsi istiqamətlərindən biri makro və mikroiqtisadi yanaşmaların bir-birini qarşılıqlı surətdə tamamlaması, onların üzvi vəhdətinin təmin edilməsi istiqamətlərində işlərin davam etdirilməsidir. Həmin yanaşmaların meyarları arasındakı fərqləri şərtləndirən amillər hərtərəfli araşdırılmalı, həmin meyarların uzlaşdırılması imkanları aşkara çıxarılmalıdır.

Kommersiya banklarının fəaliyyətinə nəzarət zərurəti bank sisteminin bazar iqtisadiyyatı şəraitindəki fəaliyyət xüsusiyyətlərindən yaranır. Bank sistemi ölkənin iqtisadi həyatında vasitəçi rolunu oynayır. Banklar hüquqi və fiziki şəxslərin sərbəst pul vəsaitini cəlb edərək, onları daha səmərəli və məhsuldar istifadə üçün digər fiziki və hüquqi şəxslərə verir. Banklar müasir ictimai həyatın infrastrukturunun mühüm elementlərindən biri olduğuna və iqtisadiyyatda çox mühüm funksiyaları yerinə yetirdiyinə, həmçinin iqtisadiyyatın sabit inkişafının daha çox bu sistemdən asılı olduğuna görə onun fəaliyyəti üzərində daimi nəzarət olmalıdır. Hal-hazırda kommersiya banklarının fəaliyyətinə nəzarətin aşağıdakı formaları mövcuddur: dövlət nəzarəti; daxili nəzarət; müstəqil nəzarət.

Dövlət nəzarəti. Kommersiya banklarının fəaliyyətinə nəzarət mövcud bank qanunvericiliyində ifadə olunmuşdur. Ölkə ərazisində bütün banklar qanunvericilik orqanları tərəfindən qəbul olunmuş, Mərkəzi Bankın, bütün kommersiya banklarının və digər kredit təşkilatlarının fəaliyyətini tənzimləyən qanunlar əsasında fəaliyyət göstərir.

Daxili nəzarət. Nəzarətin bu formasına kommersiya banklarının və digər kredit təşkilatlarının fəaliyyətinin Mərkəzi Bank tərəfindən həyata keçirilən nəzarət aid edilir. Daxili nəzarətin vəzifə, məqsəd və hədləri müvafiq qanunvericilik və normativ aktları ilə müəyyən edilir.

Müstəqil nəzarət. Nəzarətin bu forması kənar, müstəqil təşkilatlar, daha doğrusu, auditor firmaları tərəfindən həyata keçirilir.

Yuxarıda qeyd edilən həm audit formaları, həm də nəzarət formaları Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə və normativ aktlarına uyğun olaraq həyata keçirilir. Hər bir formanın özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır ki, onların həyata keçirilməsi üçün xüsusi attestasiya qaydaları mövcuddur.

Fikrimizcə, Azərbaycanda daxili audit ən önəmli nəzarət formasıdır. Daxili audit-bankın daxili nəzarət və risklərin idarə edilməsi sistemlərinin fəaliyyətinin səmərəliliyini artırmaq məqsədi ilə yaradılmış və icra orqanlarından müstəqil olan gəlir gətirməyən xidmətidir.

Daxili audit xidməti, risklərin idarə edilməsi, nəzarət və idarəçilik proseslərinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi, habelə artırılması istiqamətində bankın öz məqsədlərinə çatmasında köməklik göstərir. Daxili audit bankın daxili nəzarət sistemlərinin mütəmadi yoxlanılması prosesinin, habelə bankın etibarlı və prudensial idarə edilməsini və fəaliyyətini təmin edən daxili nəzarət sisteminin bir hissəsidir. Daxili audit bankın Müşahidə Şurasının və İdarə Heyətindən müstəqil olaraq fəaliyyət göstərir.

Daxili audit işinin məqsəd və vəzifələri əsasən bankın aşağıdakı sahələrdə fəaliyyətinin yoxlanılmasını, qiymətləndirilməsini və müvafiq hesabatların verilməsini tələb edir:

1. qüvvədə olan Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə və Azərbaycan Mərkəzi Bankının normativ xarakterli aktlarına və göstərişlərinə riayət olunması;
2. risklərin tənzimlənməsi və idarə edilməsi;
3. daxili nəzarət sisteminin mövcud olması;
4. yeni bank əməliyyatlarının, sistemlərinin və proseslərinin hazırlanmasında və tətbiqində keyfiyyət prosedurları;
5. bank aktivlərinin qorunması üzrə sistem və prosedurlar;
6. uçot məlumatlarının adekvatlığını və düzgünlüyünü təmin etmək üçün sistem və prosedurlar.

Qeyd etmək lazımdır ki, bank işinin və siyasətinin ümumi strateji istiqamətlərinin, o cümlədən daxili nəzarət sisteminin yaradılması və həyata keçirilməsi, habelə bank əməliyyatlarının düzgün və səmərəli aparılması üçün bankın Müşahidə Şurası və İdarə Heyəti məsuliyyət daşıyarsa, bankın maliyyə-təftiş komissiyası isə bankın qanunlara, normativ aktlara, habelə özünün siyasətinə və qaydalarına əməl edilməsini təhlil etmək məqsədilə, onun əməliyyatlarının müntəzəm auditinin keçirilməsi üçün məsuliyyət daşıyır.

Daxili audit həmçinin bank aktivlərinin təhlükəsizliyini təmin edən müvafiq nəzarət mexanizmlərinin adekvatlığını, yaxud mövcudluğunu, bankın səhmdarlara, nəzarətedici orqanlara və ictimaiyyətə təqdim etdiyi dövrü hesabatların dəqiqliyini, tamlığını və dürüslüyünü təsdiq etməlidir.

Daxili nəzarət mexanizmləri bank fəaliyyətində potensial səhvlərin, nöqsanların və itkilərin vaxtında aşkar edilməsi və qarşısının alınmasının, bank risklərinin minimuma endirilməsində mühüm vasitədir. Daxili nəzarət mexanizmlərinin yaradılması bank əməliyyatlarının etibarlılığı, təhlükəsizliyi, səmərəliliyi və qanunvericiliyə uyğunluğunu təmin etmək üçün zəruridir.

Hər bir bank öz fəaliyyətində daxili nəzarət mexanizmlərinin adekvatlığını təmin etmək məqsədilə aşağıdakı əsas prinsipləri və qaydaları rəhbər tutmalıdır:

1. mükəmməl təşkilati struktur;
2. zəruri siyasət və uçot qaydaları;
3. aktivlərin qorunması üçün tədbirlər;
4. daxili audit üzrə səmərəli proqram.

Daxili audit Müşahidə Şurasının, Maliyyə-təftiş komissiyasının və İdarə Heyətinin sərəncamında olan ən səmərəli nəzarət vasitəsidir. Daxili audit proqramı o zaman mükəmməl hesab edilə bilər ki, müəyyən edilmiş nəzarət mexanizmləri, əməliyyat prosedurları,



qeyri-səmərəlilik, uyğunsuzluqlar, yaxud saxtakarlıqlar və ya qəsdən manipulyasiya nəticəsində dəyə biləcək zərərin minimuma endirilməsini təmin etsin.

Auditorun rolu əməliyyat sistemləri, prosesual nəzarət mexanizmləri və sənədləşmənin mükəmməlliyi, təsirliyinin və etibarlığının müəyyənləşdirilməsinə yönəldilmiş yoxlamalar və təhlillər aparmaq yolu ilə bankın əmlakının qorunmasına kömək göstərməkdir. Səmərəli audit zəruri nəzarət atmosferi yaradır, bank əməliyyatlarının dəqiqliyinə və etibarlığına xidmət göstərir.

Daxili auditin bu qaydalarla müəyyən olunmuş məqsəd və vəzifələri, bankın Maliyyə-təftiş komissiyasının qanunvericiliklə ona həvalə edilmiş səlahiyyətlərinin icrasını istisna etmir. Maliyyə-təftiş komissiyası öz vəzifə və səlahiyyətlərinin icrasında daxili və xarici audit yoxlamalarına əsaslanı bilər.

Bankın müvafiq daxili nəzarət mexanizmləri siyasətinin işlənilib hazırlanması, həmçinin rəhbərlik və işçilər tərəfindən bu siyasətə əməl olunmasına Müşahidə Şurası, Maliyyə-təftiş komissiyası və İdarə Heyəti məsuliyyət daşıyırlar. Bu siyasət və nəzarət mexanizmləri, həmçinin kredit təşkilatlarının filial və şöbələrindən ibarət olan bütün strukturu əhatə etməlidir.

Təşkilati strukturda səlahiyyətlərin və vəzifələrin dəqiq və aydın bölgüsü olmalıdır. Müşahidə Şurası tərəfindən təsdiq edilmiş müvafiq siyasətdə, məsələn kreditlərin verilməsi, investisiyaların həyata keçirilməsi, yaxud valyuta, qiymətli kağızlar üzrə alqı-satqı və s. əməliyyatların aparılması üçün işçilərin səlahiyyətləri aydın və dəqiq rəqləmləndirilməlidir.

Bankın daxili audit zamanı vəzifələrin bölüşdürülməsinə və kadr siyasətinə xüsusi fikir verilməlidir. Yeni bank xidməti növü tətbiq edilərkən, əvvəlcədən bu növ əməliyyatların risk dərəcəsi və monitorinqi üzrə müvafiq nəzarət mexanizmi hazırlanmalıdır. Daxili nəzarət qaydalarının mövcud olması zəruridir, lakin daxili nəzarətin səmərəliliyi üçün bu qaydalara əməl edilməsi son dərəcədə vacibdir.

Hər bir bankın uçot sistemləri Azərbaycan Mərkəzi Bankının müəyyən etdiyi beynəlxalq uçot standartlarına, müasir bank işi prinsiplərinə uyğun olmalıdır. Bankın uçot məlumatları onun həqiqi maliyyə vəziyyətini və əməliyyatların dəqiq nəticələrini əks etdirməlidir.

Auditin keçirilməsi müddəti, adətən auditin keçiriləcəyi hər bir sahə ilə əlaqədar risk dərəcəsindən asılıdır. Kredit təşkilatlarında daxili nəzarət sisteminin, o cümlədən daxili audit işinin vəziyyəti, onun təşkilinin və bu qaydaların tələblərinə uyğunluğu Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı tərəfindən yoxlanılmalıdır.

Hər bir ölkənin güclü iqtisadiyyatı güclü bank sektoru ilə dəstəklənməlidir. Müasir zamanda iqtisadiyyatda müxtəlif yönlü tendensiyalar baş verir. Bu tendensiyalar beynəlxalq aləmdə baş verən tendensiyalarla əlaqəli və ölkənin özündəki siyasi və iqtisadi proseslərlə sıx əlaqəli olur. İqtisadiyyatın sektorlarından biri olan maliyyə sektorunda da bu yönlü proseslər baş verir. Bu çalxalanmaların qarşısının alınmasında bank auditi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Auditor xidmətinin əsas istiqamətlərindən biri ölkənin maliyyə təhlükəsizliyinin təmin edilməsidir. Banklarda audit zamanı nəinki nöqsanlar və onların xarakteri müəyyən edilir, həmçinin bankların dayanıqlığı təhlil edilir. Banklar maliyyə sferasının aparıcı qüvvəsi olduğundan, onların ödəmə qabiliyyətli olması, rentabelli işləməsi nəinki bankların özləri, həmçinin dövlət, onun iqtisadiyyatı və əhali üçün çox önəmlidir.

### **Ədəbiyyat**

1. Xalıqov F.F. Bank nəzarəti və audit. B-2019
2. Məmmədov Z.F. Qlobal bank böhranı və dövlət idarəetmə sistemində antiböhran siyasəti. B-2010
3. Bəşirov R.A. (redaktəsi ilə) Pul və banklar. B-2012
4. Sadıqov E.M. Bank əməliyyatları. B-2010
5. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı haqqında 10 dekabr 2004-cü il tarixli qanun (əlavə və dəyişikliklər)

## **THE ROLE OF AUDITING IN BANKING SECTOR OF AZERBAIJAN**

**F.F.Khaliqov**

### **SUMMARY**

This article discusses the importance, types, stages and foundations of banking (financial) control. It is stressed that the internal audit is based not only on the checking, but also on the analysis of bank's financial operations.

## **РОЛЬ АУДИТА В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ АЗЕРБАЙДЖАНА**

**Ф.Ф.Халыгов**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье обсуждаются значимость, виды, этапы и основы банковского (финансового) контроля. Отмечается, что внутренний аудит основан не только на проверке, но и анализе проводимых банком финансовых операций.

*Məqalə redaksiyaya 24 yanvar 2020 tarixində daxil olmuş, 24 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT 338.43

## AQRAR İSTEHSALIN RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN ARTIRILMASI

**S.R.İbrahimova**

Odlar Yurdu Universiteti  
Bakı, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13  
e-mail: mayil\_oruc@yahoo.com

*Açar sözlər:* idxal, ixrac, rəqabət qabiliyyəti, subsidiya

*Keywords:* import, export, competitiveness, subsidy

*Ключевые слова:* импорт, экспорт, конкурентоспособность, субсидия

Azərbaycanın kənd təsərrüfatı müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması məsələlərini həll etmək üçün idxalın yerli mallarla əvəzlənməsini təmin etmək və ixrac potensialını artırmaq məqsədilə bir sıra tədbirlər həyata keçirmək lazımdır. Bu tədbirlərə aşağıdakılar aiddir:

- idxalın əvəz edilməsini təmin etmək məqsədilə düşünülmüş proteksionist siyasətin aparılması üzrə dövlət tədbirlərinin hazırlanması;
- kənd təsərrüfatı müəssisələrinin modernləşdirilməsi üçün prioritetlər ardıcılığının müəyyən edilməsi;
- emal, daşınma və saxlanma mərhələlərində kənd təsərrüfatı məhsullarının keyfiyyət və təhlükəsizlik göstəricilərinə inteqral nəzarət sistemi və müasir idarəetmə metodlarının tətbiq edilməsi;
- biotexnologiyaların, məhsul itkisinin azaldılması məqsədilə daha səmərəli texnologiyaların tətbiq edilməsi;
- bütün kənd təsərrüfatı məhsullarının, keyfiyyətli və təhlükəsiz saxlanılmasına imkan verən tara ilə təmin edilməsi, məhsulun saxlanılması müddətini uzadan antimikrob əlavəli yeni tara materiallarının yaradılması və istehsalat tətbiq edilməsi;
- innovasiyalı iqtisadiyyatın tələblərini nəzərə alan müasir ixtisaslı sənaye-istehsal heyətinin hazırlanması.

Ərzaq qrupundan olan kənd təsərrüfatı məhsullarının logistik təmini və infrastrukturunun inkişafı məsələlərinin həll edilməsi 2020-ci il üçün kənd təsərrüfatı məhsullarının əmtəəlilik səviyyəsini 5,0% artıracaqdır. Topdan satış bölüşdürücü mərkəzlərin təşkil edilməsi buğda, şəkər, tərəvəz, kartof, ət, süd və digər malların logistik təminatı və infrastrukturunun inkişafı üçün lazımi şəraitin yaradılmasına imkan verəcəkdir.

Ölkəmizdə aqrar bölmənin məhsullarının rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsinin ayrı-ayrı rayonlar üzrə təyin edilməsi bu rayonların hansı kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal edilməsi üzrə ixtisaslaşması vacibdir.

Rəqabət qabiliyyətli aqrar bölmə məhsullarını təyin etməklə yanaşı, bütövlükdə aqrar sahənin rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsinin də müəyyən edilməsi lazımdır. Bu baxımdan aqrar bölmənin rəqabətqabiliyyətliliyinə təsir edən amillərin öyrənilməsi və təhlil edilməsi

vacib şərtidir.

Ölkə Prezidenti hər zaman kənd təsərrüfatının Respublikamızın iqtisadiyyatındakı əhəmiyyətini doğru dəyərləndirərək bu sahənin artan inkişafının təmin edilməsinə xüsusi fikir verir. Ölkə başçısı kənd təsərrüfatı sahəsini ölkə iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun prioritet sahəsi olduğunu göstərib və ölkəmizdə aparılan kənd təsərrüfatı siyasətinin əsas amacının əhalinin ərzaq təhlükəsizliyinin tam yerli məhsullarla ödənilməsi və bir sıra aqrar sahənin məhsulları və ərzaq mallarının dünya bazarlarına ixrac edilməsinin təmin olunması olduğunu qeyd edib. Bütövlükdə aqrar sahədə tətbiq edilən tədbirlər kənd təsərrüfatında sahibkarlar üçün əlverişli fəaliyyət şəraitinin yaradılmasına, fermerlərin qazancının artırılmasına və rəqabətə davamlı kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına yönəlib. Belə ki, aqrar sektorda məhsul istehsalçıları 2001-ci ildən torpaq vergisi istisna olunmaqla başqa vergilərdən azad olunması vaxtı 2019-cü ilin axırına qədər uzadılıb. Tətbiq edilən bu tədbirlər nəticəsində kənd təsərrüfatı sahəsindəki, sahibkarların bu illər ərzində dövlət büdcəsinə ödəməli olduqları 1 mlrd. 500 mln. manatdan artıq vəsait fermerlərin öz sərəncamlarında qalaraq kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına yönəlib. Kənd təsərrüfatı xərclərinə 2020-ci il dövlət büdcəsindən 1450,0 mln. manat və ya 2019-cü il ilə müqayisədə 252,2 mln. manat və yaxud 21,1%, çox vəsait ayrılmışdır. Kənd təsərrüfatı xərclərinin 2020-ci il dövlət büdcəsi xərclərində xüsusi çəkisi 5,4% təşkil edəcəkdir ki, bu da 2019-cü illə müqayisədə 0,6% coxdur.

2007-ci ildən başlayaraq əkin sahələri və çoxillik əkinlərin becərilməsinə istifadə edilən yanacaq, mineral gübrələr, habelə toxumçuluğu və damazlığı inkişaf etdirmək üçün sahibkarlara dövlət büdcəsindən subsidiyalar ödənilir.

Azərbaycan Respublikası aqrar istehsalın rəqabət qabiliyyətini artırmaq məqsədilə bir çox tədbirlər həyata keçirir. Bu tədbirlər sırasında kənd təsərrüfatı istehsalçılarına dövlət büdcəsi vəsaiti hesabına subsidiyaların verilməsi mühüm yer tutur.

Aqrar sahənin istehsalçılarına birbaşa dövlət dəstəyi (subsidiya formasında əvəzsiz yardım) bir neçə istiqamətdə aparılıb:

- kənd təsərrüfatı istehsalçıları torpaq vergisindən başqa bütün vergilərdən azad olunub;
- «Aqrolizinq» ASC tərəfindən müasir texnoloji avadanlıqlar və kənd təsərrüfatı texnikasının alınması və güzəştli şərtlərlə aqrar bölmə məhsulları istehsalçılarına lizinqə verilməsi;
- dövlət büdcəsi vəsaitlərindən kənd təsərrüfatı istehsalçılarına yanacağa və motor yağlarına, buğda və çəltik səpininə görə, həmçinin mineral gübrələrə görə subsidiyaların verilməsi;
- kənd təsərrüfatının kreditləşməsi üzrə Dövlət Agentliyi tərəfindən fermerlərə güzəştli kreditlərin verilməsi (illik 6% dərəcə ilə);
- Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu (SKMF) tərəfindən iş adamlarına əlverişli şərtlərlə (6% illik dərəcə) kreditlərin ayrılması.

Cədvəl 1-dən görünür ki, 2012-2018-cü illər ərzində kənd təsərrüfatı istehsalçılarına bütövlükdə 727529,2 min manat subsidiya verilmişdir. 2018-ci ildə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarına dövlət büdcəsinin vəsaiti hesabına 107290,9 min manat subsidiya verilmişdir ki, bu da 2012-ci il ilə müqayisədə 12722,7 min manat, yaxud 13,4% coxdur.

Cədvəl 1-dən görünür ki, 2012-2018-ci illər ərzində aqrar bölmə məhsulları istehsalçılarına yanacaq və motor yağlarına görə 387895,6 min manat, buğda və çəltik səpininə

görə 163304,3 min manat, mineral gübrələr üçün 125317,7 min manat, I və II reproduksiya toxumlarına görə 44877,0 min manat subsidiya verilmişdir.

Rəsmi statistik məlumatlar əsasında aparılan hesablamalar deməyə imkan verir ki, 2012-2018-ci illərdə bazar qiymətlərlə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalından əmələ gələn ümumi gəlir təxminən 6,0 mlrd. manat, kənd təsərrüfatında yaranan əlavə dəyər 3,9 mlrd. manat miqdarında olub. Göründüyü kimi ümumi milli gəlirdə subsidiyaların həcmi təxminən 12,1%, əlavə yaranan dəyərlə isə 18,6% olmuşdur.

Müxtəlif ölkələrlə müqayisə etdikdə bu rəqəmin aşağı olduğunu görürük. Belə ki, bir sıra inkişaf etmiş ölkələrdə fermerlərin ümumi gəlirində subsidiyaların xüsusi çəkisi 30-40%-dən çoxdur.

Azərbaycanda fermerlərə birbaşa dövlət köməliyinin büdcə xərclərində payı 2018-ci ildə 0,2% təşkil etmişdir. Ümumiyyətlə kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı, balıqçılıq və ətraf mühitin mühafizə xərclərinin 2018-ci il dövlət büdcəsi xərclərindəki payı 3,1% olmuşdur.

Azərbaycanda fermerlərə birbaşa dövlət dəstəyinin payı 2018-ci ildə 562,9 min manat olmuşdur və bu kənd təsərrüfatı xərclərinin 19,0 faizi miqdarındadır. Ölkəmizdə kənd təsərrüfatı istehsalçılarına dövlət dəstəyi büdcə xərclərinin 0,2% miqdarındadır. Müqayisə üçün deyək ki, hazırda Avropa Birliyi büdcəsinin təqribən 40,0% kənd təsərrüfatı sahəsinin subsidiyalaşmasına yönəldilir. Son üç ildə ölkəmizdə subsidiya alan hər fermerə düşən yardımın miqdarı orta hesabla 140 manat olub. Müqayisə üçün bildirək ki, Avropa Birliyinin üzv ölkəsi üzrə kənd təsərrüfatı siyasəti sahəsində subsidiyalaşdırılan hər fermerə təxminən 6797,0 avro vəsait ayrılır.

Ölkəmizdə kənd təsərrüfatının birbaşa hökumət köməliyi altında olan sahələri köməklikdən kənar qalan sahələrlə müqayisədə daha davamlı inkişaf etmişdir.

Səmərəlilik və nəticəlilik baxımından qiymətləndirsək, subsidiyalaşmanın məqsədi kənd təsərrüfatı istehsalını artırmaqdan, onun rəqabətqabiliyyətliliyini yüksəltməkdən ibarətdir. Məhz bu baxımdan yanaşdıqda kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının dinamikasının təhlili bir sıra məsələlərə aydınlıq gətirə bilər. Subsidiyaların tətbiqi nəticəsində 2018-ci ildə kənd təsərrüfatı bitkilərinin əkin sahələri 1738,0 min hektar təşkil edərək 2005-ci il ilə müqayisədə 411,0 min hektar və yaxud 30,9%, 2017-ci illə müqayisədə 73,0 min hektar artmışdır. Bu müddət ərzində kənd təsərrüfatının faktiki qiymətlərlə ümumi həcmi 3052,2 mln. manat və yaxud 3,7 dəfə artmışdır.

Subsidiyaların səmərəliliyi həm də onun ehtiyacına uyğun müəyyənləşdirilməsi ilə də ölçülür. Hazırda ölkəmizdə istər bitkiçilik, istərsə də heyvandarlıq sahəsində məhsuldarlıq aşağıdır. Ona görə də məhsuldar bitki sortlarının becərilməsinin, daha keyfiyyətli cins heyvanların yetişdirilməsinin dövlət tərəfindən stimullaşdırılmasına ehtiyac vardır.

Subsidiyaların verilməsində bir sıra nöqsanlar vardır. Tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, kənd təsərrüfatında subsidiyalaşdırma mexanizminin səmərəliliyi və nəticəliliyi ilə əlaqədar olan əsas problemlər aşağıdakılardır:

## Cədvəl 1

**KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏHSULLARI İSTEHSALÇILARINA  
2012-2018-Cİ İLLƏRDƏ DÖVLƏT BÜDCƏSİNİN VƏSAİTI HESABINA VERİLƏN SUBSİDİYALAR**

(min man)

№	ADI	İLLƏR											C Ə M İ:		
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022			
1	Yanacaq və motor yağlarına görə (1 hektar üçün 40 man)	53797,6	59838,9	55513,6	52776,3	56741,1	57404,7	51829,4							387895,6
2	Buğda və çəltik səpininə görə (1 hektar üçün əlavə 40 man)	29680,9	22924,9	23413,2	25189,5	24890,5	20153,5	17051,1							163304,3
3	Mineral gübrəyə görə (1 ha əkin sahəsi üçün satılan mineral gübrənin dəyərinin yuxarı həddi (50 və 80 man)	6724,3	6535,6	24523,1	12099,1	20099,2	22840,4	32496,0							125317,7
4	I və II reproduksiya toxumlarına görə (satılan məhsula görə təsdiq edilmiş cədvəl üzrə)	3781,4	4603,6	5954,8	5834,5	12374,7	7322,4	5005,6							44877,0
5	Elmi-tədqiqat təşkilatlarına orijinal superelit toxumlara çəkilən xərclərin ödənilməsinə görə (1kq toxum və 1 tinqin istehsalına çəkilən xərclər)	590,0	927,4	927,4	930,0	930,3	921,7	908,1							6134,6
	<b>C Ə M İ:</b>	<b>94568,2</b>	<b>94830,4</b>	<b>110332,1</b>	<b>96829,4</b>	<b>115035,5</b>	<b>108642,7</b>	<b>107290,9</b>							<b>727529,2</b>

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının statistik göstəriciləri 2019

- tərəvəzçilik üçün verilən subsidiyaların miqdarı onların becərilməsinə çəkilən məsrəflərin qarşılığında olduqca azdır. Yaxşı olardı ki, becərmə xərclərinin miqdarından asılı olaraq subsidiyaların məbləği diferensiyalaşdırılmalı və becərmə xərclərinin heç olmazsa 25-30%-dən az olmamalıdır;
- aralıq məhsullar və ya ikinci əkinlər üçün subsidiyaların ödənilməməsi. Belə ki, eyni torpağı sahibkar il ərzində əksə də, yalnız bir dəfə subsidiya alır, hal bu ki, fermerlər əkinlərin sayına uyğun olaraq hər dəfə bu xərcləri çəkməli olurlar;
- subsidiyaların verilməsində şəffaflyq lazımı səviyyədə təmin edilməmişdir;
- subsidiyalar faktiki məhsuldarlığa görə deyil, standart sahə ölçüsünə görə verilir. Belə ki, bir sıra fermerlər bəzi hallarda daha çox xərc hesabına müasir texnika və texnologiyalardan istifadə nəticəsində digər fermerlərlə müqayisədə 2-3 dəfə çox məhsuldarlıq əldə edirlər və belə hallarda xərcin məbləğindən, məhsuldarlığın ölçüsündən asılı olaraq subsidiya məbləğinin baza hissəsinə yüksəldici əmsallar tətbiq edilməlidir.

Son zamanlar aparılan tədqiqatlar göstərir ki, «qiymət dəstəyi», yanacaqın və motor yağlarının kompensasiya edilməsi ilə əlaqədar olan tədbirlər kənd təsərrüfatının siyasət amilləri arasında ən az səmərə verən tədbirlər hesab edilir. Ölkəmizdə isə birbaşa dövlət köməkliliyinin daha çox hissəsi elə bu istiqamətlərə ayrılır.

Fermerlərə dövlət dəstəyinin daha səmərəli olması və bunun da nəticəsində kənd təsərrüfatı istehsalçılarının məhsullarının rəqabətliyi artırılması üçün məhsulun növünə görə çəkilən xərclərin müxtəlifliyindən, coğrafi-iqlim şəraiti və bazara çıxış imkanları arasında müxtəliflikdən asılı olaraq subsidiyalaşmanın növü və həcmi diferensiyalaşdırmaq lazımdır.

Müasir dövrdə aqrar bölmənin maşın və avadanlıqlarla təchizatı aşağı səviyyədədir.

Hal-hazırda aqrar bölmənin maddi-texniki təchizatının zəif olması səbəbindən kənd təsərrüfatında müasir, innovasiyalı texnologiyaların tətbiqi və enerji güclərindən istifadə səviyyəsi də çox aşağıdır.

Aqrar bölmənin texnika ilə təchizatı səviyyəsi əkilən, yaxud becərilən kənd təsərrüfatı torpaqlarının hər 1000 hektarına düşən traktorların miqdarını və həmin traktorların malik olduqları ümumi at gücünün hər hektara düşən miqdarı kimi müəyyən etmək olar.

Kənd təsərrüfatının texnika ilə təchizatı səviyyəsi bir hektar əkin sahəsinə düşən traktorların, bir hektar taxıl sahəsinə düşən kombaynların miqdarı, hər bir hektara düşən at gücü və orta hesabla bir texnikaya düşən at gücü ilə müəyyən edilir.

Cədvəl 2-dən görüldüyü kimi, 2009-2018-cü illərdə respublikamızın kənd təsərrüfatında mövcud olan əsas növ texnikanın sayı bəzi növlərdə artmışdır. Belə ki, 2009-cu illə müqayisədə 2018-ci ildə traktorların sayı 61,3%, kottanların sayı 30,8%, kombaynların sayı 30,8%, ot presləyənlərin sayı isə 7,7% artmışdır. Bununla yanaşı toxum səpənlərin sayında 14,0%, ot biçənlərin sayında 27,0%, kultivatorların sayında isə 41,0% azalma olmuşdur. Bütün bunlarla yanaşı, son dövrlərdə kənd təsərrüfatının aqroservis mərkəzlərində maşın-traktor parkının təzələnməsi prosesi də istənilən səviyyədə deyil. Texnikanın köhnəlmiş olması səbəbindən onlar üçün ehtiyat hissələrinin əldə edilməsi xeyli əlavə xərclərin sərf edilməsini tələb edir. Məsələn, ölkəmizin kənd təsərrüfatı müəssisələrində təkə traktor parkının istismarı xərcləri əsas istehsal üzrə məcmu xərclərin təxminən 38,0%-ni təşkil etmişdir.

Cədvəl 2

**Əsas kənd təsərrüfatı texnikası növlərinin sayı  
(min ədəd)**

№	ADI	İLLƏR						2009-cu illə müqayisədə 2018-ci ildə %-lə
		2009	2014	2015	2016	2017	2018	
1	Traktorlar	21,592	23,090	12,262	17,043	21,787	34.829	161,3
2	Kombaynlar	2,220	2,218	0,658	1,285	1,621	3.671	165,3
3	Kotanlar	3,326	5,507	0,570	1,002	1,624	4.350	130,8
4	Kultivatorlar	0,987	0,711	0,049	0,079	0,192	0.589	0,59
5	Toxum səpənlər	1,965	2,051	0,185	0,294	0,603	1.697	0,86
6	Ot biçənlər	0,901	1,393	0,090	0,128	0,440	0.660	0,73
7	Ot presləyənlər	1,537	1,727	0,476	0,683	0,824	1.656	107,7

*Mənbə:* Azərbaycan Respublikasının statistik göstəriciləri 2019

Beləliklə, Azərbaycan Respublikasının kənd təsərrüfatında mövcud iqtisadi vəziyyətin və kənd təsərrüfatının texnika ilə təmin olunma səviyyəsinin təhlili belə qənaətə gəlməyə əsas verir ki, kənd təsərrüfatı və sənaye məhsullarının qiymət dispariteti indiki səviyyədə qalarsa, təsərrüfatlar əhəmiyyətli dərəcədə itirilmiş texniki potensialı öz xüsusi imkanları hesabına bərpa etmək iqtidarında olmayacaqdır. Kənd təsərrüfatı texnikasının yeni növlərini almaq üçün daima dövlət dəstəyi və ciddi maliyyə vəsaiti lazımdır.

Cədvəl 3-dən görünür ki, 2018-ci ildə Azərbaycanda hər 1000,0 hektar əkin sahəsinə 20,0 ədəd traktor və hər 1000,0 hektar taxıl sahəsinə 3,5 ədəd kombayn düşür. Müqayisə üçün deyək ki, 1000,0 hektar əkin sahəsinə düşən traktorların sayı Almaniyada 65 ədəd, İsraildə isə 70 ədəd təşkil edir. 1000,0 hektar taxıl sahəsinə düşən kombaynların sayı isə Avropa ölkələri üzrə orta göstərici olaraq 10-12 ədəd təşkil edir.

Cədvəl 3

**Kənd təsərrüfatının texnika ilə təminatı (min ha əkinə)**

№	ADI	İLLƏR						
		2009	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Traktorlar	12,6	13,9	14,3	7,7	10,5	13,1	20,0
2	Kombayn	2,0	2,1	2,3	0,7	1,4	1,8	3,5
3	Kotan,	20,0	23,0	24,0	5,0	6,0	8,0	12,0
4	Kultivator	0,5	3,0	3,0	0,4	0,5	1,0	1,0
5	Toxumsəpən	1,1	9,0	9,0	2,0	2,0	3,0	5,0
6	Ot biçənlər	0,5	6,0	6,0	1,0	1,0	2,0	2,0

*Mənbə:* Azərbaycan Respublikasının statistik göstəriciləri 2019



Cədvəl 3-dən göründüyü kimi, 2018-cü ildə bir kombayna 286,0 ha taxıl sahəsi düşmüşdür, 2012-ci ildə bu rəqəm 578,0 ha olmuşdur. 2012-ci illə müqayisədə 2018-cü ildə bir kombayna düşən taxıl sahəsi 292,0 ha və yaxud 50,5% azalmışdır. Bu bir kombayndan qeyri-səmərəli istifadə edilməsini göstərən əsas amildir. 2018-ci ildə 100 traktora 12 kotan, 1 kultivator, 5 toxumsəpən, 2 ədəd ot biçən düşür. 2018-cü ildə 2009-cu illə müqayisədə 100 ədəd traktora düşən kotanların sayı 8 ədəd azalmışdır.

Hər hektara düşən at gücünün ən çox olduğu ölkə ABŞ-dır. ABŞ-da bu göstərici 4,5-dir. 2018-ci ildə Azərbaycan Respublikasında bu göstərici 1,6 olmuşdur. Orta hesabla bir traktora düşən at gücü ölkəmizdə 115, kənd təsərrüfatı cəhətdən inkişafa malik olan dövlətlərdə (məsələn, ABŞ-da) 300 at gücü təşkil edir. Son dövrlərdə dünyada kənd təsərrüfatı sahəsinin texniki təchizatının məhsuldarlığın artımına təsirini artırmaq üçün yeni yanaşmadan istifadə edilir. Burada əsas diqqət yüksək məhsuldarlıq olmaqla, məhsulun itkisiz becərilməsi üçün istifadə edilən texnikanın gücünün artırılmasından ibarətdir.

Hal-hazırda ABŞ-da mühərrikin gücü minimum 300 at gücü olan traktorlar əkin üçün, 400 at gücü olan kombaynlar isə taxılçılıq üçün qəbul edilən hesab edilir.

Aparığımız tədqiqatlar göstərir ki, son dövrlərdə «Aqrolinq» ASC tərəfindən ölkəmizə gətirilən kombaynlar 140-150, əkin texnikaları isə 100-130 at gücündədir.

Dünyada gedən yuxarıda qeyd etdiyimiz «yeni yanaşma» ilə əlaqədar olan yenilikləri nəzərə alsaq Azərbaycan Respublikasının iri həcmli dövlət vəsaitlərini daha zəif mühərrik gücünə malik texnikanın ölkəyə gətirilməsinə xərcləməklə kənd təsərrüfatının texnika ilə təchizatının səviyyəsini aşağı salmış oluruq.

Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasında aqrar bölmədə məhsuldarlıq səviyyəsinin artırılmasının böyük əhəmiyyəti vardır. Kənd təsərrüfatında əmək məhsuldarlığının səviyyəsi bu sahədə yaranan ümumi məhsulun dəyər ifadəsində miqdarının aqrar sahədə məşğul olan işçilərin sayına bölünməsi yolu ilə müəyyən edilir və kənd təsərrüfatında çalışan işçilərin əməyinin nə dərəcədə səmərəli olduğunu qiymətləndirir. Son illərdə Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatında əmək məhsuldarlığı səviyyəsi artmışdır. 2018-ci ildə kənd təsərrüfatında əmək məhsuldarlığının səviyyəsi təxminən 1537 man təşkil edir və 2008-ci il ilə müqayisədə bu rəqəm 502,8 manat, yaxud 48,7% çoxdur. Kənd təsərrüfatında əmək məhsuldarlığının səviyyəsi son illərdə artan dinamika üzrə inkişaf etmişdir. Dünyanın kənd təsərrüfatı sahəsində inkişaf etmiş ölkələrində (məsələn, Niderland, ABŞ və s.) əmək məhsuldarlığının səviyyəsi göstəricisi 100,0 min ABŞ dollarından çox olmuşdur.

Kənd təsərrüfatında məhsuldarlıq səviyyəsi aqrar bölmənin nə səviyyədə intensiv inkişaf etdiyini qiymətləndirməyə imkan verir. Bitkiçilikdə məhsuldarlıq əldə edilmiş məhsulun əkilən sahəyə bölünməsi ilə müəyyən edilir və 1 hektar sahəyə nə qədər məhsul düşdüyünü göstərir.

Cədvəl 4-dən görünür ki, 2018-ci ildə 2000-ci illə müqayisədə kənd təsərrüfatında bitkiçilik məhsullarının əksəriyyəti üzrə məhsuldarlıq artmışdır. Belə ki, 2018-ci ildə dənli bitkilər üzrə məhsuldarlıq 30,0 sen/ha təşkil edir ki, bu da 2000-ci il ilə müqayisədə 6,2 sen/ha artmışdır.

Cədvəl 4

## Kənd təsərrüfatı bitkilərinin məhsuldarlığı (sen/ha)

№	ADI	İLLƏR							
		2000	2009	2010	2014	2015	2016	2017	2018
1	Dənli və dənli paxlaları	23,8	26,6	20,7	24,0	31,5	30,6	29,8	30,0
2	Pambıq	9,1	15,5	12,7	17,9	18,8	17,3	15,3	17,6
3	Tütün	22,2	21,7	24,0	25,8	25,4	15,2	16,6	19,0
4	Kartof	84	149	145	133	136	140	150	149,0
5	Tərəvəz	133	140	142	152	158	159	155	162,0
6	Ərzaqlıq bostan bitkiləri	98	132	137	157	174	176	187	191,0
7	Şəkər çuğunduru	210	251	304	312	380	490	316	350,0

*Mənbə:* Azərbaycan Respublikasının statistik göstəriciləri 2019

Pambıq üzrə məhsuldarlıq 2018-ci ildə 17,6 sen/ha təşkil edərək 2000-ci il ilə müqayisədə 8,5 sen/ha artmışdır. 2018-ci ildə kartofun məhsuldarlığı 149 sen/ha, tərəvəzin məhsuldarlığı 162,0 sen/ha, şəkər çuğundurunun məhsuldarlığı isə 350,0 sen/ha təşkil etmişdir. Dünyanın aparıcı ölkələri ilə müqayisədə ölkəmizdə taxıl, pambıq, kartof, tərəvəz və sairə məhsullar üzrə məhsuldarlıq səviyyəsi hələ də geri qalır.

«2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı»nda hökumət intensiv kənd təsərrüfatı inkişafına çatmağı hədəf kimi qarşıya qoymamışdır. Bu proqramda yalnız dənli bitkilərin məhsuldarlığını hər hektardan hazırkı 27,5 sen/hektardan 32 sen/hektara çatdırmaq nəzərdə tutulub.

Cədvəl 5-dən göründüyü kimi, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı xərclərinin strukturunda material xərcləri ən böyük xüsusi çəkiyə malikdir və 2014-cü ildə 50,6% təşkil etmişdir. 2000-2018-ci illər ərzində kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı xərclərinin quruluşunda əmək haqqı ödənişlərinin xüsusi çəkisi artaraq 2000-ci ildə 19,3%-dan 2018-ci ildə 34,0%-yə çatmışdır, material xərcləri isə müvafiq olaraq 56,7%-dan 50,6%-ya düşmüşdür. Son illərdə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalına çəkilən xərclərin strukturunda yaranan dəyişiklikləri müsbət qiymətləndirmək lazımdır.

Cədvəl 5

## Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalına çəkilən xərclərin strukturu (faizlə)

№	Göstəricilər	İLLƏR							
		2000	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Əmək haqqı ödənişi	19,3	30,2	29,6	24,4	30,9	26,7	33,0	34,0
2	Material xərcləri	56,7	49,3	46,2	50,4	55,3	50,4	49,7	50,6
3	Əsas vəsaitlərin amortizasiyası	7,1	4,1	4,6	5,9	4,6	3,9	3,9	3,9
4	Sığorta ödəmələri	0,3	0,2	0,2	0,3	0,1	0,5	0,3	0,3
5	Sair	16,6	16,2	19,4	19,0	9,1	18,5	13,1	11,2
	CƏMI:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*Mənbə:* Azərbaycan Respublikasının statistik göstəriciləri 2019

«2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı», «Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı»nın həyata keçirilməsi ilə əlaqədar aqrar bölmə məhsulları istehsalçıları tərəfindən 2018-ci il ərzində məhsulun rəqabət qabiliyyətliliyini artırmaq məqsədilə bir sıra ölkə əhəmiyyətli tədbirlər yerinə yetirmişdir.

«Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı, tədarükü, saxlanması və emalı sahələrində sahibkarlıq fəaliyyətinin dəstəklənməsi» tədbiri çərçivəsində istifadə etdikləri yanacaq və motor yağlarına görə 384 min istehsalçıya 51,8 mln. manat yardım, kənd təsərrüfatının inkişafı məqsədilə 426 fermerə 14,8 mln. manat miqdarında güzəştli kreditlər verilmişdir.

«İri fermer təsərrüfatlarının yaradılmasının dəstəklənməsi» tədbiri çərçivəsində Ağcabədi rayonunda 3300,0 hektarda, Beyləqan rayonunda isə 1500,0 hektar ərazidə iri taxılçılıq təsərrüfatları yaradılmışdır. Südlük və ətlik istiqamətli iri fermer təsərrüfatlarının təşkil edilməsi istiqamətində də aparılan işlər nəticəsində 2009-2014-cü illər ərzində «Aqrrolizinq» ASC tərəfindən ölkəyə 11645 baş, o cümlədən 2014-cü ildə 5363 baş damazlıq heyvan gətirilmiş və fermerlərə güzəştli şərtlərlə lizinqə verilmişdir.

«Kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması məqsədilə emal müəssisələrində mütərəqqi texnologiyaların tətbiqinin dəstəklənməsi» tədbirləri çərçivəsində Ağdaş rayonunda ümumi dəyəri 4,2 mln. manat olan müasir texnologiya və avadanlıqlar əsasında tikilmiş quru meyvə və bəhməz istehsalı üzrə meyvə emalı zavodu istifadəyə verilmiş, Qəbələ rayonunda «Aspi-Aqro» MMC-nin «Aspi Winery» üzüm emalı zavodu İtaliyanın «Della Toffola» şirkətinin avadanlıqları ilə təchiz edilmiş və illik istehsalı 1000,0 tona qədər artırılmışdır. Daha sonra BMT-nin Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatının (FAO) Türkiyə Respublikası ilə birgə Əməkdaşlıq Proqramı çərçivəsində «Mərkəzi Asiya Subregional ölkələrində heyvandarlıq məhsullarının istehsalının təkmilləşdirilməsi» layihəsi əsasında İmişli rayonunda süd qəbulu məntəqəsi tikilib istifadəyə verilmişdir. «Çins heyvandarlıq təsərrüfatlarının yaradılmasının dəstəklənməsi» layihəsi əsasında heyvandarlıqla məşğul olan kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarına 50% güzəştli lizinq yolu ilə satılması üçün «Aqrrolizinq» ASC-yə 23,5 mln. manat vəsait ayrılmışdır.

Aparılan tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, aqrar sahədə yerinə yetirilən ardıcıl dövlət proqramları nəticəsində aqrar sahənin məhsul istehsalında artım tempinə nail olunmuşdur. Aparılan araşdırmalar nəticəsində müəyyənləşdirilmişdir ki, ərzaq bazarının tənzimlənməsi, daxili bazarın xarici rəqabətin əlverişsiz təsirlərindən qorunması ölkəmizin iqtisadi suverenliyinin təmin edilməsinin mühüm istiqamətini təşkil etməlidir.

### Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının statistik göstəriciləri 2019
2. Zorya S., Əmiraslanov A. Ümumdünya Ticarət Təşkilatı və Azərbaycanın kənd təsərrüfatı, Almaniyə Texniki Əməkdaşlıq Agentliyi (GTZ), Azərbaycanda Aqrar Siyasət Məsləhəti Layihəsi. Mart, 2004
3. Торговая политика и значение вступления в ВТО для развития России и стран СНГ. Руководство / Под ред. Девида Г. Тара. М., «Весь Мир», 2006
4. World Trade Report 2007. Six Decades of Multilateral Trade Cooperation: What have we Learnt? WTO Document WT/REG/E/37, March 2007, 243

5. Subramanian A. and S.J.Wei. The WTO Promotes Trade Strongly but Unevently. *Journal of International Economics*, 2007, 72(1): 151-175
6. Hoekman B. "Aid for Trade: Why, What, and Where Are We?" In *Unfinished Business? The WTO's Doha Agenda*, edited by W. Martin and A. Mattoo, 2011, 233-254, London; Washington, DC: Centre for Economic Policy Research; World Bank.
7. GATT (General Agreement on Tariffs and Trade). 1958. *Trends in International Trade*. Geneva.

## **RAISING COMPETITIVENESS OF AGRARIAN PRODUCTION**

**S.R.İbrahimova**

### **SUMMARY**

This article is dedicated to the problems of raising the competitiveness of agricultural production. The analysis of the stages of agricultural development in Azerbaijan over the past 10 years is made and the need for the development of agriculture at the present stage is stressed.

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА**

**С.Р.Ибрагимова**

### **РЕЗЮМЕ**

Статья посвящена проблемам повышения конкурентоспособности аграрного производства. Представлен анализ этапов развития сельского хозяйства Азербайджана за последние 10 лет и обоснована необходимость развития сельского хозяйства на современном этапе.

*Məqalə redaksiyaya 12 fevral 2020 tarixində daxil olmuş, 25 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 346.5

## KİMYA SƏNAYESİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

**F.X.Xankişiye**

Odlar Yurdu Universiteti  
Bakı, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13  
e-mail: ferid\_khan@mail.ru

*Açar sözlər:* kimya sənayesi, statistika, idxal, ixrac

*Keywords:* chemical industry, statistics, import, export

*Ключевые слова:* химическая промышленность, статистика, импорт, экспорт

Son illərin iqtisadi göstəricilərinə nəzər yetirdiyimiz zaman kimya sənayesinin önəminin yüksəldiyinin şahidi oluruq. Belə ki, son dövrlərdə bu sahənin inkişaf tempri onu deməyə əsas verir ki, kimya sənayesi istehsal sahələrinin mütərəqqi istiqamətlərindən biridir. Kimya sənayesinin inkişafı birbaşa sənayenin digər sahələrinin iqtisadi göstəricilərinin yaxşılaşmasına təsir edir. Bu bir reallıqdır ki, kimya sənayesində istehsal olunan məhsullar olmadan müasir sənaye tam olaraq inkişaf edə bilməz. Bundan əlavə onu da qeyd edə bilərik ki, bu sahənin inkişafı birbaşa olaraq ÜDM-da sabit artımı təmin edir.

Əvvəlki illərlə müqayisədə görürük ki, hər bir sahədə inkişaf tempini artırmaq, istehsal prosesini sürətləndirmək, dəyişən zövqlərə uyğun məhsul istehsal etmək, qablaşdırmanı, məhsulun görünüşünü dəyişmək və s. məqsədlə stabil olaraq innovativ addımlar atılır. Bundan əlavə, müasir sənaye sektoruna nəzər saldıqda görürük ki, şirkətlər öz fəaliyyət istiqamətlərini dəyişir, məhsulların daha çox keyfiyyət göstəricilərinin artırılmasına önəm verirlər. Kimya sənayesində fəaliyyətin təşkili də bu prinsiplərə əsasən həyata keçirilir. Bunun məntiqi nəticəsi olaraq qeyd edə bilərik ki, həm kimya sənayesinin inkişaf səviyyəsi yüksəlir, həm də istehsal istiqamətləri şaxələnir.

Müasir dövrdə kimya sənayesinin inkişafı bir neçə istiqamətdə həyata keçirilir. Belə ki, istehsalın həcmi genişləndirilir, müasir dövrün standartlarına cavab verən texniki qurğular tətbiq edilir, eyni zamanda bu sahədə tətbiq edilən texnologiyaların təkmilləşdirilməsi istiqamətində fəaliyyətlər həyata keçirilir, ən önəmlisi, kimya sənayesində istehsalın hər tərəfli kombinə olunması istiqamətləri araşdırılır və bəzi sınaqdan keçirilmiş kombinələşdirmələr istehsal prosesinə buraxılır. Bundan əlavə, təyinatına görə oxşar texnologiyalar proseslərin gedişində kombinə olunurlar. Bunun məntiqi nəticəsi olaraq, kombinə olunmuş istehsalların idarə edilməsi, həmçinin müxtəlif istehsalların texnoloji təcrübələrinin ümumiləşdirilməsi, bir istehsal sahəsinin daha səmərəli texnoloji üsullarından digər istehsal sahələrində istifadə olunması üçün geniş elmi-texniki dünyagörüşünə malik və kimya texnologiyasının ümumi qanunauyğunluqlarını, eyni zamanda tipik istehsal üsullarını dərinlən mənimsəyən kimya mütəxəssislərinin hazırlanması vacib məsələlərdən biri hesab edilir. Belə ki, kimya sənayesində texnoloji proseslərin layihələndirilməsi, hazırlanması, lazımi kimya avadanlıqlarının seçilməsi prosesləri istər kimya proseslərinin nəzəri əsasları və reaktorlar, xammal və istilik enerji ehtiyatlarından səmərəli istifadə, istərsə də ətraf mühitin mühafizəsi məsələləri haqqında biliklərə yiyələnmədən mümkün deyil.

Müasir dövrdə kimya sənayesində istehsal olunan məhsulların çeşidi durmadan artmaqdadır. Bunun məntiqi nəticəsi kimi qeyd edə bilərik ki, kimya sənayesi minlərlə sənaye əhəmiyyətli məhsul istehsal etməkdədir. Bu sahə üzrə beynəlxalq statistik göstəricilərə nəzər saldıığımız zaman görürük ki, kimya sənayesi üzrə dünya ölkələri arasında ilk pilləni ABŞ tutduğu halda, digər yüksək pillələrdə Almaniya və Yaponiyaya məskunlaşmışdır. Onların əsas rəqiblərinə nəzər saldıığımız zaman isə, qərbi Avropa ölkələri olan İtaliya, Böyük Britaniya, Hollandiya, Fransa, Belçika, İsveçrəni görə bilərik. Kimya sənayesi üzrə digər inkişaf etmiş ölkələr kimi isə Kanada və Avstraliyanı da misal göstərə bilərik.

Ölkə iqtisadiyyatına nəzər saldıığımız zaman görürük ki, neft sektoru aparıcı mövqe tutmaqdadır. Hal-hazırda ölkə iqtisadiyyatın qarşısında duran ən vacib məsələlərdən biri qeyri-neft sektorunun inkişaf tempinin artırılması və neft sektorundan asılılığın müəyyən dərəcə azalması hesab edilir. Qeyri-neft sektorunun əsas hissələrindən birincisi sənaye sektoru hesab edilir. Biz bilirik ki, iqtisadiyyatımızın dayanıqlı inkişaf etməsi sənaye sahəsinin bütün istiqamətlərinin paralel şəkildə səmərəli fəaliyyət göstərməsindən bilavasitə aslıdır. Sənaye sahəsinin tərkibinə nəzər saldıığımız zaman isə kimya sənayesinin bu sektorun önəmli hissəsi olduğunu qeyd etməliyik. Son dövrlərin statistik göstəricilərinə nəzər saldıığımız zaman görürük ki, ölkə iqtisadiyyatımızın digər sahələrində olduğu kimi, kimya sənayesində də özəl sektor sürətlə inkişaf etməkdədir. Kimya sənayesinin inkişaf istiqamətlərinə diqqət yetirdiyimiz zaman müşahidə edirik ki, müasir kimya texnologiyası - xammalın mexaniki emalından fərqli olaraq, kimyəvi mineralları (apatit, fosforit, kalium duzu, xörək duzu, kükürd və s.) mineral maddələri, xüsusən də neft, qaz və kömürü, ağac və bitki, heyvan mənşəli xammalları, hava, su və s. qiymətli sənaye məhsullarına çevirir. Bunun məntiqi nəticəsi olaraq, texniki tərəqqi artdıqca yeni xammallar ixtira edilir, baha və qıt olan xammal ucuz xammallarla əvəz olunur, xammaldan kompleks istifadə edilir. Buna misal olaraq qeyd edə bilərik ki, istehsal tullantıları emal edilərək yeni məhsullar alınır.

Biz bilirik ki, neft kimya sənayesi qeyri-neft sektorunun tərkib hissəsidir, lakin neft və neft emalı sənaye sahələri neft-kimya kompleksi üçün xammal bazasıdır. Müasir dövrdə kimya sənayesində əsas diqqət yetirilən istehsalın vacib istiqamətlərinə nəzər yetirdiyimiz zaman, istər məhsulun material tutumunu azaldılması, istərsə də xammaldan, yanacaqdan və enerjidən istifadənin yaxşılaşdırılması istiqamətində həyata keçirilən fəaliyyətlərlə qarşılaşırıq.

Bundan əlavə olaraq onu da qeyd edə bilərik ki, neft-kimya komplekslərinin əsas xüsusiyyətlərindən biri də sənaye müəssisələrində materialların daxil olunmasının operativ uçotunun dəqiq təşkili və vaxtında aparılmasıdır. Belə ki, materialların daxil olunmasının, sərf edilməsinin, hərəkətinin müntəzəm uçotu aparılması, gətirilən materialların həcmnin, keyfiyyətinin, çeşidlərinin istehsalın cari tələbatına müvafiqliyinə uyğunluğunun yoxlanması və onlardan düzgün istifadə olunmasına gündəlik nəzarət neft-kimya komplekslərin fəaliyyətinin əsas prioritet fəaliyyət istiqamətlərindən hesab edilir.

Eyni zamanda materialların qorunmasına və material ehtiyatlarının vəziyyətinə operativ nəzarəti də bu yuxarıda qeyd etdiyimiz bu sektorun əsas fəaliyyət xüsusiyyətlərinə aid edə bilərik.

2013-2017-ci illər üzrə sənaye sahələrinin ümumi buraxılışını nəzərdən keçirərkən, aşağıdakı statistik göstəricilərlə qarşılaşmış olarıq:

<b>İFNT üzrə seksiyamın hərf işarəsi və adı</b>		<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>№</b>	emal sənayesi	<b>7244,9</b>	<b>8060,6</b>	<b>7880,4</b>	<b>8899,5</b>	<b>9723,5</b>
<b>1.</b>	qida məhsullarının istehsalı	2286,4	2422,0	2307,6	2964,7	2999,8
<b>2.</b>	içki istehsalı	218,6	220,2	197,7	223,9	263,4
<b>3.</b>	tütün məmulatlarının istehsalı	13,1	24,6	27,2	41,5	39,2
<b>4.</b>	toxuculuq sənayesi	52,0	49,6	31,7	96,8	182,3
<b>5.</b>	geyim istehsalı	73,3	67,8	75,2	86,7	104,0
<b>6.</b>	dəri və dəri məmulatlarının, ayaqqabıların istehsalı	21,8	19,6	12,2	13,6	18,0
<b>7.</b>	ağac emalı və ağac məmulatların istehsalı	54,9	49,9	56,4	55,0	58,3
<b>8.</b>	kağız və karton istehsalı	21,9	25,4	34,4	61,2	73,0
<b>9.</b>	poliqrafiya fəaliyyəti	50,3	34,1	39,6	59,4	66,4
<b>10.</b>	neft məhsullarının istehsalı	2434,2	2852,7	2473,6	2472,8	2555,7
<b>11.</b>	<b>kimya sənayesi</b>	<b>200,3</b>	<b>247,2</b>	<b>353,2</b>	<b>374,2</b>	<b>513,9</b>
<b>12.</b>	əczaçılıq məhsullarının istehsalı	3,2	2,7	3,0	1,0	1,3
<b>13.</b>	rezin və plastmas məmulatların istehsalı	130,7	123,5	157,4	253,1	304,2
<b>14.</b>	tikinti materiallarının istehsalı	411,6	523,7	474,9	471,9	674,0
<b>15.</b>	metallurgiya sənayesi	305,2	281,2	212,6	287,5	498,6
<b>16.</b>	maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal məmulatların istehsalı	131,0	154,5	174,1	161,6	300,3
<b>17.</b>	kompüter və digər elektron avadanlıqların istehsalı	106,3	65,4	74,8	89,4	80,0
<b>18.</b>	elektrik avadanlıqların istehsalı	180,4	162,3	102,5	82,2	159,5
<b>19.</b>	maşın və avadanlıqların istehsalı	257,0	278,5	198,8	154,9	196,4
<b>20.</b>	avtomobil və qoşquların istehsalı	5,7	82,4	105,6	155,1	84,2
<b>21.</b>	sair nəqliyyat vasitələrinin istehsalı	12,5	13,4	11,2	11,2	13,7
<b>22.</b>	Mebel istehsalı	49,5	43,5	48,6	57,9	66,5
<b>23.</b>	zərgərlik məmulatları, musiqi alətləri, idman malları və tibb avadanlıqlarının istehsalı	38,4	37,5	40,6	40,7	50,5
<b>24.</b>	maşın və avadanlıqların quraşdırılması və təmiri	186,6	278,9	667,5	683,2	420,3
<b>25.</b>	elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	1773,9	1824,4	1887,2	1937,8	1839,8
<b>26.</b>	su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	225,1	233,4	239,5	271,0	295,7

**Cədvəl 1. Sənayə sahələrinin ümumi buraxılışı (cari qiymətlərlə, milyon manatla)**

Cədvələ əsasən qeyd edə bilərik ki, ümumi çəkisinə görə kimya sənayesi 2013-cü ildən etibarən artım tempi ilə inkişaf etməkdədir. Belə ki, 2014-cü ildə kimya sənayesi əvvəlki ilə nisbətən 23%, 2015-ci ildə əvvəlki ilə nisbətən 142%, 2016-cı ildə əvvəlki ilə nisbətən 5% və 2017-ci ildə əvvəlki ilə nisbətən 137% artım tempi müşahidə olunmuşdur. Sənayə sahələrinin iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə ümumi buraxılışının yekuna nisbətən faizlə əks olunan göstəricilərinə nəzər yetirsək aşağıdakı mənzərə ilə qarşılaşırıq:

İFNT üzrə seksiyanın hərf işarəsi və adı		2013	2014	2015	2016	2017
<b>Emal sənayesi</b>		<b>21,4</b>	<b>25,1</b>	<b>29,9</b>	<b>27,6</b>	<b>24,4</b>
1.	Qida məhsullarının istehsalı	6,7	7,3	8,8	9,1	7,4
2.	İçki istehsalı	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7
3.	Tütün məmulatlarının istehsalı	0,04	0,1	0,1	0,1	0,1
4.	Toxuculuq sənayesi	0,1	0,1	0,1	0,3	0,4
5.	Geyim istehsalı	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
6.	Dəri və dəri məmulatlarının, ayaqqabıların istehsalı	0,1	0,1	0,05	0,04	0,05
7.	Ağac emalı və ağacdən məmulatların istehsalı	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1
8.	Kağız və karton istehsalı	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
9.	Poliqrafiya fəaliyyəti	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
10.	Neft məhsullarının istehsalı	7,2	8,9	9,4	7,7	6,4
11.	<b>Kimya sənayesi</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>1,3</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>
12.	Əczaçılıq məhsullarının istehsalı	0,01	0,01	0,01	0,0	0,0
13.	Rezin və plastik kütlə məmulatlarının istehsalı	0,4	0,4	0,6	0,8	0,8
14.	Tikinti materiallarının istehsalı	1,2	1,6	1,7	1,4	1,7
15.	Metallurgiya sənayesi	0,9	0,9	0,8	0,9	1,2
16.	Maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal məmulatlarının istehsalı	0,4	0,5	0,7	0,5	0,8
17.	Kompüter və digər elektron avadanlıqların istehsalı	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2
18.	elektrik avadanlıqlarının istehsalı	0,6	0,5	0,4	0,3	0,4
19.	maşın və avadanlıqların istehsalı	0,8	0,9	0,8	0,5	0,5
20.	Avtomobil və qoşqların istehsalı	0,01	0,3	0,4	0,5	0,2
21.	Sair nəqliyyat vasitələrinin istehsalı	0,04	0,04	0,04	0,03	0,03
22.	Mebel istehsalı	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
23.	Zərgərlik məmulatları, musiqi alətləri, idman mallarının və tibb avadanlıqlarının istehsalı	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
24.	Maşın və avadanlıqların quraşdırılması və təmiri	0,6	0,9	2,5	2,1	1,1
25.	Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	5,2	5,7	7,1	6,0	4,6
26.	Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	0,7	0,7	0,9	0,8	0,7

**Cədvəl 2. Sənayə sahələrinin ümumi buraxılışının iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə strukturu, müvafiq illərin cari qiymətlərlə, yekuna nisbətən faizlə**

Yuxarıdakı cədvələ nəzər yetirdiyimiz zaman 2013-cü illə müqayisədə 2017-ci ildə 2 dəfə çox artım göstəricisinin şahidi oluruq, bu da uğurlu inkişaf tempinin bariz nümunəsidir.

Bundan əlavə, kimyəvi məhsulların 5 il üçün idxal və ixrac dövriyyələri, onların xüsusi çəkilişi ilə tanış olaq. 2013-2017-ci illər üçün kimyəvi məhsulların idxal dövriyyəsi və idxalın xüsusi çəkisi aşağıdakı cədvəldə öz əksini tapmışdır:

İllər	dövriyyə (min ABŞ dollar ilə)	idxalın xüsusi çəkisi (faizlə)
2013	933 901,9	8,7
2014	874 970,8	9,5
2015	838 289,4	9,1
2016	895 502,4	10,5
2017	1 039 891,3	11,8

**Cədvəl 3. Kimyəvi mallar üzrə beynəlxalq Standart Ticarəti üzrə idxalın quruluşu**



Cədvəldən də görüldüyü kimi, 5 il ərzində dövriyyə stabil olmamışdır. Belə ki, 2014-2016-cı illərdə idxal dövriyyəsi 2013-cü illə müqayisədə az olduğu halda, 2017-ci ildə yenidən artmışdır. İdxalın xüsusi çəkis göstəricisinə nəzər yetirdiyimiz zaman isə burda 2013-cü illə müqayisədə növbəti illərdə göstəricilərin artmasının şahidi oluruq. Ümumən onu qeyd edə bilərik ki, 2013-cü illə müqayisədə 2017-ci ildə dövriyyə göstəricisi 11%, idxalın xüsusi çəkisi isə 35% artmışdır.

Aşağıdakı cədvəldə isə 2013-2017-ci illər üçün kimyəvi məhsulların ixrac dövriyyəsi və ixracın xüsusi çəkisi öz əksini tapmışdır:

İllər	dövriyyə (min ABŞ dolları ilə)	ixracın xüsusi çəkisi (faizlə)
2013	175 453,5	0,7
2014	231 109,9	1,1
2015	190 245,4	1,5
2016	153 199,6	1,1
2017	178 752,5	1,3

#### Cədvəl 4. Kimyəvi mallar üzrə beynəlxalq Standart Ticarəti üzrə ixracın quruluşu

İxracın dövriyyə göstəricisi və xüsusi çəkisi ilə bağlı cədvələ nəzər yetirdiyimiz zaman isə burda əvvəlki illərlə müqayisədə həm artma, həm də azalma müşahidə olunur. Ümumi şəkildə cədvələ əsasən hər iki göstərici üzrə 2013-cü illə 2017-ci ili müqayisə etsək, dövriyyə göstəricisi 2%, ixracın xüsusi çəkisi isə 86% artmışdır.

Yuxarıda qeyd edilənlərdən belə nəticəyə gəlmək olar ki, neft-kimya sahəsi sənaye sektorunda önəmli yerə sahib olmaqla yanaşı, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında da müəyyən paya sahibdir. Müasir dövrdə Azərbaycanın istehsal etdiyi kimya və neft-kimya sənayesinin onlarla adda məhsulları dünyanın 30-dan artıq ölkəsinə ixrac edilməkdədir.

Lakin buna baxmayaraq ölkəmizin kimya və neft-kimya sənayesi ən müasir texnologiyalar və yüksək məhsuldarlıqlı avadanlıqlar əsasında yenidən qurulmuş, tələbatın daha yüksək olduğu yeni kimya məhsullarının istehsalına başlanılması istiqamətində geniş miqyaslı tədbirlər görülmüşdür.

Azərbaycan Respublikasının prezidenti İlham Əliyevin neft-kimya sənayesinin daha da inkişaf etdirilməsi ilə bağlı irəli sürdüyü konsepsiyaya uyğun olaraq ölkəmizdə ən yüksək beynəlxalq standartlara cavab verən yeni neft-kimya və gübrə kompleksinin yaradılması sahəsində aparılan işlər bu gün dünyanın bir çox aparıcı neft-kimya şirkətlərinin diqqət mərkəzindədir. Bütün bu atılan addımlar onu deməyə əsas verir ki, yaxın zamanda ölkəmiz kimya sənayesi məhsullarının istehsal həcmi və keyfiyyəti baxımından dünyanın qabaqcıl dövlətlərindən birinə çevirəcəkdir.

Ümumən qeyd edə bilərik ki, ölkəmizin kimya sənayesinin göstəricilərinə nəzər yetirdiyimiz zaman müşahidə edirik ki, illər üzrə rəqəmlər əvvəlki ilə nisbətən artım tempi ilə yüksəlməkdədir. İdxal göstəricilərinin yüksək olması istər dövriyyə göstəricisi, istərsə də xüsusi çəki göstəricisinin artması kimya sənayesinin hazırkı durumda lazımı səviyyədən uzaq olduğunu göstərir. Buna baxmayaraq, Azərbaycan Respublikasının prezidenti cənab İlham Əliyev ölkə sənayesinin bütün istiqamətlərinin inkişafına dair həyata keçirdiyi məqsədyönlü siyasət onu deməyə əsas verir ki, kimya sənayesi tezliklə sənaye sektorunun önəmli hissəsinə çevriləcəkdir, ölkədə istehsal olunan kimya məhsullarının çeşidi artırılacaqdır, ilk növbədə ölkə daxili kimya məhsuluna olan tələbat ödənilmək, idxal göstəriciləri azalmaq şərti ilə xarici ölkələrə də kimya məhsulları daha böyük həcmdə ixrac olunacaqdır.

### **Ədəbiyyat**

1. V.Niftullayev. Sahibkarlığın əsasları. Bakı, 2002
2. Г.Ю.Касьянова. Индивидуальный предприниматель. Москва, 2016
3. S.Aslanov. Sahibkarlıq hüququ. Bakı, 2005
4. <http://www.chemistry-expo.ru/ru/articles/razvitie-himicheskoy-promyshlennosti>
5. <https://www.stat.gov.az>

## **THE ANALYSIS OF CURRENT SITUATION WITH CHEMICAL INDUSTRY**

**F.Kh.Khankishiyev**

### **SUMMARY**

This article highlights the growing importance of chemical industry over the recent years. The significance attached by the developed countries to the chemical industry is stressed. Information on leading states in this area is provided. Statistics concerning the development of chemical industry in Azerbaijan in recent years is also included.

## **АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Ф.Х.Ханкишиев**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье подчеркивается растущее значение химической промышленности в последние годы. Отмечена важность, придаваемая развитыми странами химической промышленности. Предоставлена информация о ведущих государствах в этой области. Также представлена статистика развития химической промышленности в Азербайджане за последние годы.

*Məqalə redaksiyaya 7 fevral 2020 tarixində daxil olmuş, 27 fevral 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 338.2

## MÜASİR BAZAR İQTİSADİYYATI ŞƏRAİTİNDƏ İNNOVASIYA SAHİBKARLIĞININ ƏSAS İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

**M.T.Abbaszadə**

AMEA İqtisadiyyat İnstitutu  
Bakı, H.Cavid prospekti 113  
e-mail: zeynalovamexriban@mail.ru

*Açar sözlər:* qloballaşma, sahibkarlıq, innovasiya, iqtisadi inkişaf, iqtisadi islahatlar

*Key words:* globalization, entrepreneurship, innovation, economic development, economic reforms

*Ключевые слова:* глобализация, предпринимательство, инновация, экономическое развитие, экономические реформы

Son illər bütün inkişaf etmiş ölkələrdə innovasiya sahibkarlığının inkişaf etdirilməsi mühüm prioritet məsələlərdən hesab olunur. Qeyd edək ki, sahibkarlığın əsas formalarından biri olan innovasiya sahibkarlığı keçən əsrin 70-ci illərindən etibarən inkişaf etmiş ölkələrin milli iqtisadiyyatında geniş yayılmağa başlamışdır. Müasir sahibkarlığın bu forması elm və texnikadan geniş istifadə edilməsinə, yeni texnologiyaların geniş tətbiqinə, yeni növ məhsulların işlənilib hazırlanmasına, məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsinə, yaradıcılıq axtarışları və yeniliklər, idarəetmədə yeni mütərəqqi formaların tətbiqi əsasında istehlakçıların tələbatının ödənilməsinə və iqtisadi artımın əldə edilməsinə istiqamətlənmişdir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, innovasiya sahibkarlığı müstəqil sahibkarlıq forması olmayıb, müasir dövrdə müxtəlif meyarlar baxımından fərqlənən xüsusi, kollektiv, dövlət, kiçik, iri və s. sahibkarlıq formaları üçün xasdır. Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadi fəaliyyətini innovasiya əsasları üzərində qura bilməyən heç bir təsərrüfat forması nəinki uzunmüddətli iqtisadi artıma nail ola bilmir, hətta qısa zamanda öz rəqibləri tərəfindən iflasa uğradıla bilər [1].

### Müasir innovasiya sahibkarlığının əsas xüsusiyyətləri

Ümumiyyətlə, milli iqtisadi sahələr üzrə sahibkarların innovasiya fəaliyyətinin məqsədi mənfəət əldə etməkdir. İnkişaf etmiş ölkələrdə iri şirkətlərin innovasiya siyasətinin məqsədini cari dövrdə mənfəət əldə etməkdən daha çox strateji məqsədlər, yəni perspektiv texnologiyaların işlənilib hazırlanması, məhsulun keyfiyyəti və çeşidi sahəsində tərəqqiyə imkan verən zəruri şərtlərin hazırlanması və s. təşkil edir. Şirkətlərin innovasiya fəaliyyəti məhsulun və texnologiyanın dəyişdirilməsinə deyil, mövcud iqtisadi səmərəyə, təkmilləşdirməyə yönəldilsə, onlar əlavə mənfəət qazana və innovasiya xərclərini də aşağı sala bilərlər. Nəzərə almaq lazımdır ki, şirkətlər zamanı əldən verməklə son nəticədə bazar mövqelərini də itirə bilərlər.

XXI əsrdə elm və texnikanın güclü inkişafı, eləcə də cəmiyyətin bu yeniliklərə durmadan artmaqda olan tələbatı ilə əlaqədar olaraq innovasiya prosesləri daha çox sahibkarlıq fəaliyyətinin ayrılmaz hissəsinə çevrilməkdədir [2].

Aparılmış təhlillər onu göstərir ki, innovasiya sahibkarlığının inkişafı zəruriliyi aşağıdakı amillərlə şərtlənir:

- istehsalın inkişafının intensiv amillərinin güclənməsi ilə. Bu iqtisadi fəaliyyətin bütün sferalarında ETT-nin tətbiq olunmasına imkan verir;

- yeni texnologiyaların işlənməsi və tətbiqi səmərəliliyinin yüksəldilməsində elmin müəyyən edici rolu ilə;

- yeni innovativ texnologiyaların yaradılması, mənimsənilməsi müddətlərinin əhəmiyyətli dərəcədə azaldılması, istehsalın texniki səviyyəsinin yüksəldilməsi zəruriliyi ilə, ixtiraçıların və səmərələşdiricilərin kütləvi yaradıcılığının inkişafı zəruriliyi ilə;

- elmi-texniki istehsal prosesinin spesifik xüsusiyyəti ilə. Bu özünü əsasən nəticələrin qeyri-müəyyənliyində, tədqiqatların çoxvariantlılığında, riskin mövcudluğunda və mənfi nəticələrin alınması mümkünlüyündə göstərir;

- yeni məhsulların mənimsənilməsi zamanı müəssisənin və xərclərin artması ilə; texnika və texnologiyaların mənəvi cəhətdən sürətli aşınması ilə; yeni texnika və texnologiyaların sürətli tətbiqinin obyektiv zəruriliyi ilə.

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, innovasiya sahibkarlığını bir proses kimi dörd əsas mərhələyə ayırmaq mümkündür:

- yeni ideyaların axtarışı və onların işlənilib hazırlanması;

- işlənmiş ideya üzrə geniş biznes-planın tərtib edilməsi;

- zəruri resursların axtarışı;

- idarəetmə və nəzarət proseslərinin həyata keçirilməsi [3].

Son illər Azərbaycan Respublikasının öz inkişafının mütləq şərti kimi innovasiyalı inkişaf yoluna keçməsi ölkənin ərazisində innovativ inkişaf zonalarının yaradılmasını zəruri edir. Həmin zonalarda yüksək ixtisaslı kadrlar cəmləşdirilməlidir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, milli iqtisadiyyatın real sektorunda kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti innovasiya texnologiyalarının səmərəli tətbiqi və inkişafı üçün əhəmiyyətli imkanlara malikdir. Kiçik biznes bazar mühitindəki dəyişikliklərə böyük adaptasiya olunmaq qabiliyyəti vardır. Bu da ona mütərəqqi texnologiyaların dayanıqlı və uzunmüddətli olmasına imkan verir. Kiçik istehsalın ayrı-ayrı həlqələrində reallaşdırılan innovasiyalar iri maliyyə investisiyaları və istismar xərcləri tələb etmir. Kiçik sahibkarlıq strukturları tərəfindən idarəetmənin operativliyi yeni texnologiyaları sürətlə təkmilləşdirməyə və tətbiq etməyə kömək edir. İstehsalın çox da böyük olmayan həcmi ilə bağlı yeni istehsala keçid səbəbindən itki riski nisbətən böyük olmur.

Bazar iqtisadiyyatında innovasiya sahibkarlığı innovasiyaları işləyib hazırlayanların yaradıcılıq fəaliyyətinin kommersiyalaşdırılmasına həyata keçirir. İnnovasiya sahibkarlığı mənfəət almaq məqsədilə yeni texnologiyaların, texnikanın, əmtəə və xidmətlərin işlənilib hazırlanması və istehsala tətbiqi üzrə fəaliyyət hesab olunur.

Bir qayda olaraq, innovasiya sahibkarlığının təsərrüfat fəaliyyətinin daha effektiv subyekt kiçik innovasiya müəssisələri (KİM) sayılır. KİM özündə, həm bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının inkişafı üçün, həm də yeni texnika işləyib hazırlayanların, innovasiya yaradıcılarının fərdi tələbatının ödənilməsi üçün mühüm əhəmiyyətə malik innovasiya fəaliyyətinin spesifik təşkilati formasını əks etdirir [4].

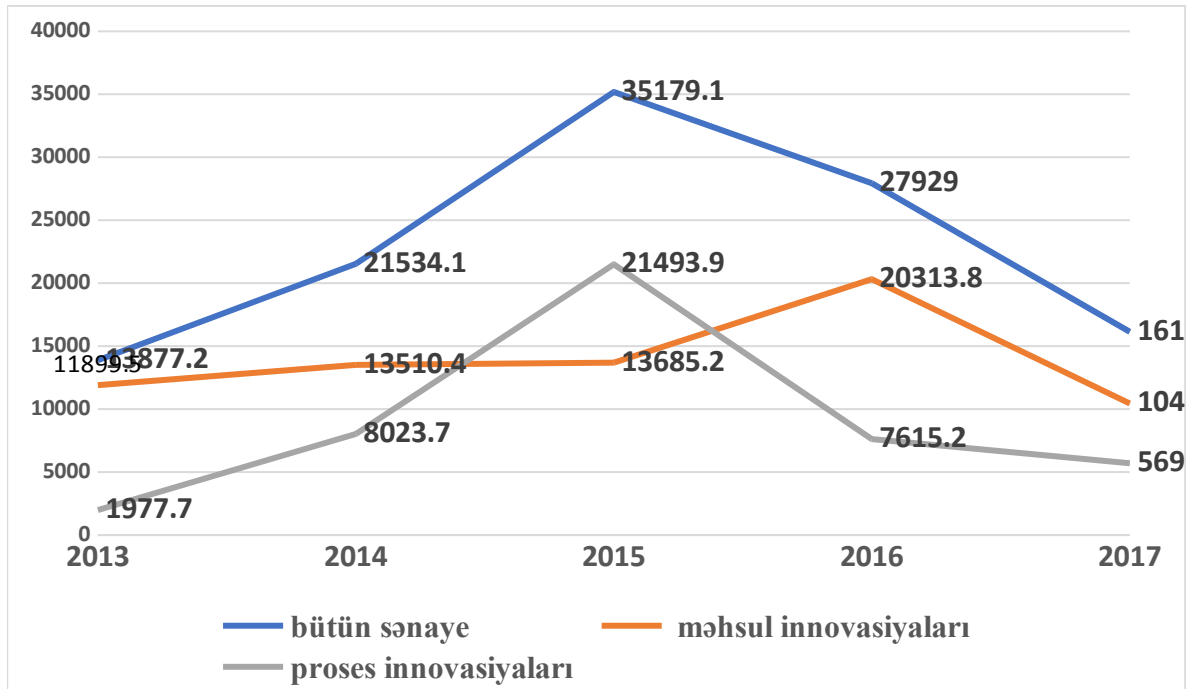
Sahibkarlıq fəaliyyəti təcrübəsinə innovasiyaları tətbiq edərkən innovasiya prosesini ləngitməyə və ya sürətləndirməyə qabil amilləri: elmi-texniki, təşkilati-idarəetmə, maliyyə, hüquqi, siyasi, sosial-psixoloji və mədəni amilləri tədqiq etmək və qiymətləndirmək lazımdır.

Azərbaycan iqtisadiyyatında yeni texnoloji ukladın formalaşması KİM-in əlavə üstünlüklərini təmin edən element texniki və texnoloji bazanın prinsipial olaraq dəyişməsi ilə bağlıdır. Firmaların böyük olmayan ölçüləri və dar ixtisaslaşması texnikanın tətbiqinə hesablanmış yeni texnologiyaların tətbiqinə və aprobeşiyasına imkan verir [1].

Ona görə də kiçik biznes müəssisələri qeyri-məhdud resurslara malik olsa da, ənənəvi olaraq ETT-nin çoxlu istiqamətlərinin reallaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Nəzərə almaq lazımdır ki, bu zaman zəruri istiqamətli tədqiqatların inkişafı üçün imkan meydana çıxır

Şəkil 1

**Azərbaycanda son illər innovasiyaların tiplərinə görə sənaye sahələri üzrə texnoloji innovasiyalara çəkilən xərclərin dinamikası, min manat**



Aparılmış təhlillər onu göstərir ki, son illər ərzində ölkəmizdə innovasiyaların tiplərinə görə sənayedə texnoloji innovasiyalara çəkilən xərclərin strukturunda ciddi dəyişiklik qeydə alınmışdır (Şəkil 1).

Məsələn, bütün sənaye sahələri üzrə texnoloji innovasiyalara çəkilən xərclər 2013-cü ildə 13877,2 min manat olmuşdursa, 2016-cı ildə bu göstərici artaraq 27929,0 min manat, 2017-ci ildə isə 16135,7 min manat olmuşdur [6]. Bundan başqa, Azərbaycan Respublikasında 2016-cı ildə sənaye sektoru üzrə məhsul innovasiyalarına çəkilən xərclər 20313,8 min manat olmuşdursa, 2017-ci ildə bu göstərici artaraq 10439,6 min manat təşkil etmişdir.

Aparılmış təhlil onu göstərir ki, sənaye sahəsi üzrə məhsul innovasiyalarından başqa proses innovasiyalarına çəkilən xərclərdə də ciddi dəyişiklik qeydə alınmışdır. Belə ki, 2013-cü ildə proses innovasiyalarına çəkilən xərclər 1977,7 min manat olmuşdursa, 2016-cı ildə bu göstərici artaraq 7615,2 min manat, 2017-ci ildə isə 5696,1 min manat olmuşdur. Təhlildən də görüldüyü kimi son illər Azərbaycan Respublikasında sənaye sa-

həsi üzrə texnoloji innovasiyalar istiqamətində, xüsusilə məhsul və proses innovasiyaları üzrə çəkilən xərclər yüksəlməkdədir.

Bunun da əsas səbəbi ölkədə dövlət və özəl sektor tərəfindən sənaye sahələrinin inkişafına ayrılan investisiya qoyuluşlarının, istehsal olunan innovasiyalı sənaye məhsullarının rəqabətqabiliyyətinin və ixrac imkanlarının yüksəlməsi, daxili bazarın sənaye məhsullarına olan tələbatının artması, yeni innovativ şirkətlərin sayının artması və s. hesab olunur.

### **İnnovasiya sahibkarlığının inkişafı məsələləri**

Tədqiqatlardan da aydın olur ki, hazırda innovasiya müəssisələri tərəfindən müasir innovasiyalardan daha geniş istifadə zamanı yeni bazar segmentlərinin inkişafı üçün imkan yaranır [5]. Innovasiya sahibkarlığı fəaliyyətini stimullaşdırmaq məqsədilə dövlət bu sahədə davamlı olaraq məqsəduyğun tədbirlər həyata keçirir..

Ümumiyyətlə, innovasiya sahibkarlığının fəaliyyətinin əsas nəticələri aşağıdakı kimidir:

- KİM-in miqdarının artımı.
- sosial effekt:
  - yeni iş yerlərinin yaradılması, işsizliyə və işədüzəltmə üzrə müavinətlərin ödənişinə görə dövlət xərclərinin aşağı salınması;
  - mütəxəssislər, alimlər, o cümlədən ali təhsil məktəblərinin məzunları üçün üçün əlavə gəlir mənbələrinin yaradılması;
  - innovasiya potensialının yüksəldilməsi;
  - ÜDM-də innovasiya məhsullarından gəlirlərin payının artması;
  - innovasiya məhsullarının buraxılışını xarakterizə edən göstəricilərin artımı;
  - kiçik innovasiya sahibkarlığı subyektlərinin əsas istehsal fondlarının sürətli təzələnməsi və modernizasiyası.

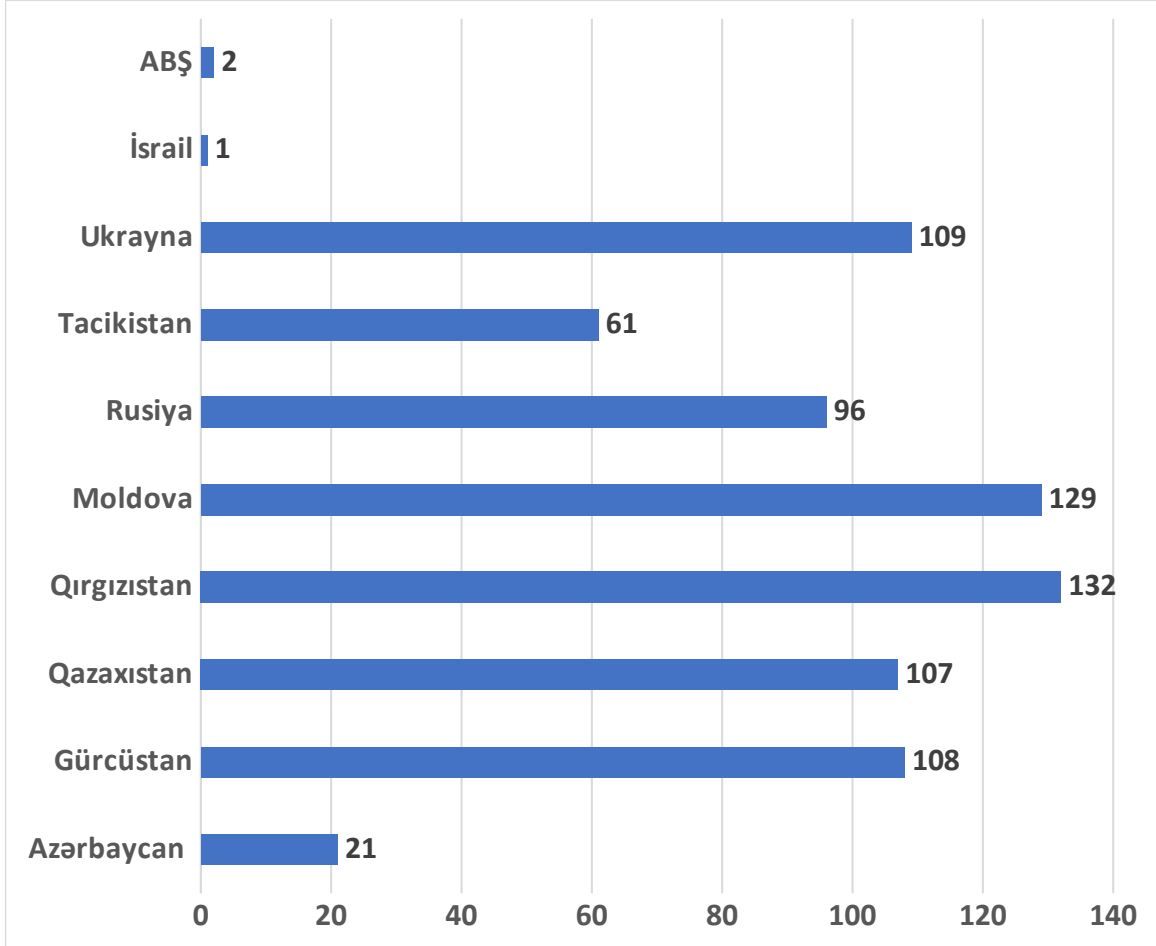
İnnovasiyalar təsərrüfat subyektlərinin istehsal və kommertiya məsələlərinin həlli vasitəsi kimi çıxış edirlər. Müəssisənin bu növ fəaliyyətinin həyata keçirilməsində maraqlı yeniliklərin reallaşdırılması prosesində alınan gələcək mənfəətin miqdarı mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Odur ki, onların effektivliyinin xərclərin aşağı salınması əsasında müəyyən edilməsi üsulu heç də həmişə məqbul sayılmır [5].

2019-cu il üzrə Qlobal Rəqabətlik Hesabatında innovativ şirkətlərin artım göstəricilərinə görə bəzi postsovet məkanı ölkələrinin mövqeyini təhlil etsək görərik ki, Azərbaycan Respublikası postsovet məkanı ölkələri arasında ən yüksək - 21-ci yerdə qərarlaşmışdır (Şəkil 2). Bu siyahı üzrə Azərbaycan Gürcüstan, Qazaxıstan, Qırğızıstan, Moldova, Rusiya, Tacikistan, Ukrayna kimi ölkələri qabaqlamışdır [7]. Qeyd edək ki, İsrail və ABŞ kimi ölkələr innovativ şirkətlərin artımına görə bütün dünyada ilk mövqedə qərarlaşmışdır.

Azərbaycan Respublikasında son illər innovativ inkişaf istiqamətində aparılan iqtisadi islahatların daha effektiv olması və innovasiyalı sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılması, eləcə də bu sahənin inkişafına investisiya qoyuluşlarının artması və s. proseslər ölkəmizin beynəlxalq reytinginin yüksəlməsinə səbəb olmuşdur. Nəticədə milli iqtisadiyyatın iqtisadi sahələri üzrə innovativ şirkətlərin sayının artması tendensiyası müşahidə olunmuşdur.

Şəkil 2.

Qlobal Rəqabətlik Hesabatı üzrə innovativ şirkətlərin artımı göstəricilərinə görə bəzi postsovet məkan ölkələrinin mövqeləri (141 ölkə arasında) (2019)



### Nəticə

Tədqiqatlardan aydın olur ki, hazırda innovasiya müəssisələri tərəfindən müasir innovasiyalı texnologiyalardan daha geniş istifadə zamanı onların iqtisadi fəaliyyəti üçün əlverişli imkan yaranır. Bu baxımdan innovasiyalı sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsi çox əhəmiyyətlidir.

Beləliklə, Azərbaycanın innovasiya sisteminin inkişafının regional modullar bazasında həyata keçirilməsi məqsədəuyğun sayılır. Ölkəmizdə müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində innovasiya sahibkarlığının inkişaf etdirilməsi üçün aşağıdakı tədbirlər ardıcılığının yerinə yetirilməsini zəruri sayırıq:

- iqtisadi potensiala malik regionlar üzrə yeni innovasiyalı inkişaf proqramlarının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması;

- Azərbaycanın ayrı-ayrı regionları üzrə innovativ elm mərkəzlərinin yaradılması, eləcə də iqtisadi rayonlar üzrə texnologiyaların transferti mərkəzlərinin formalaşdırılması;

- regionlar üzrə innovasiyalı sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən subyektlərin fəaliyyətinin stimullaşdırılması istiqamətində tədbirlərin davam etdirilməsi;

- regionlar üzrə innovasiya fəaliyyətinin genişləndirilməsi üçün müasir istehsal-texnoloji infrastrukturun, innovasiya-texnoloji mərkəzlərin, biznes-inkubatorların yaradılması və inkişaf etdirilməsi;

- innovasiya imkanları üzrə beynəlxalq reyting hesabatlarında ölkəmizin mövqeyinin yüksəldilməsi istiqamətində davamlı olaraq iqtisadi islahatların davam etdirilməsi və s.

### **Ədəbiyyat**

1. Şəkərəliyev A.S. Dövlətin iqtisadi siyasəti: dayanıqlı və davamlı inkişafın təntənəsi. Bakı, İqtisad Universiteti, 2011, 365 s.
2. Abdullayev K.N. İnnovasiyalı inkişafın ümumi istiqamətləri // Azərbaycan Respublikasında innovasiya yönümlü iqtisadi inkişafın problemləri və onların həlli yolları (respublika elmi-praktiki konfransın materialları). Sumqayıt Dövlət Universiteti, Sumqayıt: SDU-nin nəşr., 2010, səh. 66
3. Бабашкина А.М. Государственное регулирование национальной экономики. Москва: Финансы и Статистика, 2017, 254 с.
4. Кузьмин Д.В. Национальная конкурентоспособность, глобальная нестабильность и макроэкономическое равновесие. М.: Восток-Запад, 2010, 224 с.
5. Инновационный менеджмент. Под ред. С.Д.Ильенкова. М., ЮНИТИ, 2014, с.269
6. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az) \_ sənaye\_innovasiya\_2019
7. [www.weforum.org/gcr](http://www.weforum.org/gcr) \_Klaus Schwab /The Global Competitiveness Report-2019/ World Economic Forum/Geneva\_(Switzerland)

### **MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN MODERN MARKET ECONOMY**

**M.T.Abbaszadeh**

#### **SUMMARY**

Main directions of development of innovative entrepreneurship in a modern market economy are considered in this work. Existing problems are revealed and the ways to solve them are suggested.

### **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**M.T.Abbasade**

#### **РЕЗЮМЕ**

В статье рассмотрены основные направления развития инновационного предпринимательства в условиях современной рыночной экономики. Выявлены существующие проблемы и определены пути их устранения.

*Məqalə redaksiyaya 5 mart 2020 tarixində daxil olmuş, 11 mart 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*



UOT № 330.818

## VERGİ GÜZƏŞTLƏRİNİN FORMALAŞDIRILMASININ BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏSİ

**C.Ə.Məmmədov**

Deloitte & Touche MMC  
Bakı, Nobel prospekti 25 E  
e.mail: jd.mammadov@gmail.com

*Açar sözlər:* vergi güzəştləri, beynəlxalq təcrübə, sosial güzəştlər; stimullaşdırıcı güzəştlər, ekoloji vergilər

*Key words:* tax deductions, international experience, social benefits, incentive discounts, ecological taxes

*Ключевые слова:* налоговые льготы, международный опыт, социальные льготы, поощрительные льготы, экологические налоги

Vergi siyasətinin effektiv vasitələrindən biri kimi vergi güzəştlərinin tətbiqi ilə bağlı xarici təcrübənin təhlilinin aktuallığı vergi güzəştlərinin iqtisadi agentlərə dövlət maliyyə dəstəyi sistemində oynadığı vacib rolundan irəli gəlir. Azərbaycan vergi sisteminin inkişafı xarici təcrübənin öyrənilməsinə əsaslanmalıdır.

Müxtəlif ölkələrin təcrübəsinin öyrənilməsi vergi güzəştlərinin verilməsi ilə bağlı vergi siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərini işləyib hazırlamağa imkan verir. Bu baxımdan vergi güzəştləri ilə bağlı məsələlərin həllində xarici təcrübənin öyrənilməsi aktual görünür .

Vergi güzəştlərinin verilməsinə yanaşmaların sistemləşdirilməsinin əsas problemləri "güzəşt" anlayışının tərfi və xarakteristikası ilə əlaqədardır. Avropa Birliyinin normativ hüquqi aktları da daxil, "güzəşt" anlayışının qanuni tərfi demək olar ki mövcud deyil. Bu konsepsiyanın səciyyələndirilməsinə elmi yanaşmalar yerli elmi ədəbiyyatda da fərqlənir. Buna görə sistemləşdirmə ilə bağlı yanaşmaları daha dərin öyrənmək üçün ilk növbədə inkişaf etmiş ölkələrdə güzəştli vergi tətbiqetmə sahəsini öyrənmək lazımdır.

### **1. İnkişaf etmiş ölkələrdə vergi güzəştləri anlayışı və onların verilməsi təcrübəsinin tədqiqi**

Bundan əvvəlki tədqiqatlarımızda iqtisadi ədəbiyyatda formalaşmış "vergi güzəştləri" anlayışının müəyyənləşdirilməsinə dair yanaşmaları araşdırdıqdan sonra aşağıdakıların daha əsaslı olduğu qənaətinə gələ bilərik.

Vergi güzəştləri – vergi ödəyicilərinin bəzi kateqoriyalarına vergi yükünün yüngülləşdirilməsindən ibarət müəyyən güzəştlər əldə etməyə imkan verən dövlətin sosial-iqtisadi siyasətinin məqsədlərinə nail olmaq zərurəti səbəbindən vergi qanunvericiliyi ilə nəzərdə tutulmuş verginin baza strukturundan yayınma deməkdir [1, s. 323].

Məhz bu tərf, "normativ vergi tələblərindən yayınma" anlayışının mövcud olduğu vergi güzəştlərinin əsaslandırılmasına Qərbi maliyyə ədəbiyyatının yanaşmalarını nəzərə alır. OECD mütəxəssisləri vergilərin alınması üçün vergi güzəştləri hesab edilməli olan

məhdud şərtləri müəyyənləşdirmişlər.

Belə şərtlərə standart vergi dərəcəsinin müəyyənləşdirilməsi, mühasibat uçotu standartları, vergi bazasının müəyyənləşdirilməsi qaydaları və beynəlxalq fiskal sazişləri normaları daxildir. Bununla birlikdə, biz bu məhdud şərtlər çərçivəsində yanaşmaları nəzərdən keçirməyəcəyik, çünki inkişaf etmiş ölkələrdə daha çox dərəcədə məhdudiyətlər ümumilikdə dövlət yardımının verilməsinə, o cümlədən subsidiyalara və vergi güzəştlərinə aiddir. Bu cür məhdudiyətlər Avropa Birliyinin ayrı-ayrı qurumlarının qanunvericiliyində nəzərdən keçirilir və ayrı-ayrı şirkətlərlə işlərdə presedentlər tərəfindən müəyyən edilir.

Inkişaf etmiş ölkələrdə vergi güzəştlərinin verilməsinə yanaşmaların sistemləşdirilməsi Avropa Birliyi təsisatlarının normativ hüquqi aktları ilə tənzimlənir. Tənzimləmə bazası ümumi və xüsusi fəaliyyət qanunvericiliyinə bölünür. Ümumi hüquqi aktlara Avropa Birliyinin yaradılması müqaviləsi (Avropa İttifaqının fəaliyyət göstərməsi haqqında müqavilə), Avropa Birliyi haqqında Müqavilə və Vahid Avropa Aktı daxildir. Xüsusi fəaliyyətin tənzimləyici aktları AB Şurasının direktivlərini, AB Komissiyasının qaydalarını, AB Ədalət Məhkəməsinin qərarlarını və s. əhatə edir.

Bütün vergi güzəştlərini şərti olaraq iki böyük qrupa bölmək olar:

- sosial güzəştlər;
- stimullaşdırıcı güzəştlər.

Bu qruplar əsas meyara - iqtisadi effektdə görə bir-birindən fərqlənir.

Sosial güzəştlər heç bir əlavə müavinət alınmasını nəzərdə tutmur, lakin sosial tarazlığı qorumaq üçün verilir. Sosial vergi güzəştlərini aşağıdakılara bölmək olar:

- fiziki şəxslər üçün güzəştlər;
- sosial sahədə fəaliyyət göstərən hüquqi şəxslər üçün güzəştlər.

Məsələn, Almaniyada bəzi vətəndaşlara (kor muzdlu əməklə işləyənlərə, əlillərə) sabit ölçüdə olan və ya müəyyən yuxarı hədd ilə əlavə vergi güzəştləri verilir. Eləcə də bu ölkədə uşaqlar üçün vergi güzəştləri verilir, yaşa görə güzəştlər müəyyən edilir, xəstəlik, bədbəxt hadisə kimi fəvqəladə hallar üçün güzəştlər də verilir[2]. İspaniyada müxtəlif şəxsi və ailə vəziyyətləri üzrə sosial vergi güzəştləri əsasən vergi tutulan gəlirdən çıxılmalar şəklində verilir. Bu cür güzəştlər yalnız rezident vergi ödəyiciləri üçün mümkündür. Bir çox xarici ölkələrdə, o cümlədən ABŞ-da əlilliyi olan insanları işə götürən müəssisələrə güzəştlər verilir. Sosial xarakterli güzəştlərdən də istifadə olunur (məsələn, xeyriyyə fondlarına ayırmalar).

Stimullaşdırıcı xarakterli (motivasiyalı) güzəştlər ayrı-ayrı sahələrin və ya fəaliyyətlərin inkişafı üçün əlverişli şərait yaratmaq və ümumiyyətlə effektlərin hər üç növündə (sosial, büdcə və iqtisadi) öz təzahürlərini tapmaq üçün təqdim olunur, lakin vurğu büdcə və iqtisadi effektlərə köçürülür, sosial effekt əlaqəli olsa da, əsas effekt deyil. Məsələn, ABŞ-da müəssisələr üçün çoxlu sayda mənfəətdən vergi güzəştlərinin verilməsi nəzərdə tutulur. İlk növbədə, öz maliyyə resurslarını müəyyən bir ərazidə sərmayə qoyan şirkətlər üçün güzəştlər müəyyən edilir. Fəaliyyəti dövlət vergi siyasətinin bir hissəsi kimi dəyərli olan şirkətlər üçün əhəmiyyətli vergi güzəştləri təqdim olunur. Bundan əlavə, müəssisələri alternativ enerji mənbələrindən istifadə etməyə təşviq edən vergi güzəştləri təqdim olunur [3, s.217].

Müvafiq olaraq, ABŞ müəssisələri üçün mənfəət vergisi ştat hökumətinin müəyyən ərazisinin iqtisadi vəziyyətinə təsir göstərməsi, ştat üçün mal və xidmət istehsalının

daha sərfəli istiqamətlərinin inkişafı üçün vergi siyasətinin fiskal rıçaqı qədər deyil.

İsveçdə mövcud vergi siyasəti ölkənin enerji səmərəliliyinin artırılmasına yönəlmiş ən vacib vasitələrdən biri kimi qəbul edilə bilər. Yüksək vergi dərəcələri təyin olunmasına baxmayaraq, onlar enerji istehlakçısından asılı olaraq dəyişir. Almaniyada kənd təsərrüfatı və meşə təsərrüfatında əmlak üçün vergi güzəştləri (dərəcələrin azaldılması) nəzərdə tutulur. Fransada, ənənəvi olaraq, mədəniyyətlə bağlı üstünlüklərdən istifadə edən hər kəs vergi güzəştlərindən istifadə edir.

Demək olar ki, bütün xarici ölkələrdə ixrac fəaliyyəti sahəsində yeni iş yerlərinin yaradılması, bəzi sahələrdə investisiya aktivliyinin artırılması, nisbətən az inkişaf etmiş ərazilərdə yaradılan və fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün vergi güzəştləri müəyyən edilmişdir. Bir çox dövlətlər aşağıdakı vergi güzəştlərindən istifadə edir - vergidən tam azad olmaq və ya ödənişin təxirə salınması. Məsələn, İtaliyada müəyyən az inkişaf etmiş bölgələrdə yeni yaradılan müəssisələr müəyyən müddətə mənfəət vergisindən azad edilir. Belçikada kiçik sahibkarlıq şirkətləri fəaliyyətlərini stimullaşdırmaq üçün 10 il müddətində vergidən azad olunurlar. Bundan əlavə, məşğulluğu artırarkən və istehsal güclərindən istifadəni yaxşılaşdırarkən əmək məhsuldarlığının artımını göstərən müəssisələr üçün altı illik vergi güzəştləri nəzərdə tutulur.

Xaricdə vergi güzəştlərinin ən yayılmış növlərindən biri kiçik biznesi stimullaşdırmaq üçün mənfəət vergisi dərəcələrini azaltmaqdır. Məsələn, ABŞ-da kifayət qədər yüksək korporativ vergi dərəcəsi ilə kiçik və orta sahibkarlıq üçün aşağı dərəcələr verilir. İngiltərədə kiçik müəssisələrə xüsusi endirimli vergi dərəcəsi tətbiq olunur. Xarici ölkələrin mənfəət vergisinə görə vergi güzəştlərinin tədqiqi, nəticədə onların arasında ölçüsü və tətbiq şərtlərində olduqca böyük fərqlər olduğu qənaətinə gəlməyə imkan verir. Ancaq bir orta qəhət var - vergi güzəştləri elmi-texniki inkişafın vergi təşviqi mexanizmlərinin effektiv fəaliyyətini təmin etməyə yönəldilmişdir.

Vergi güzəştlərinin verilməsi ilə bağlı xarici təcrübənin təhlili belə bir nəticəyə gəlməyə imkan verir ki, bu gün ölkənin investisiya inkişafının stimullaşdırılması, habelə sosial rifahı üçün istifadə olunan müəyyən vergi güzəştlərinin müəyyən olunmuş dəsti mövcuddur [4, s. 68-72].

Vergi stimullaşdırılmasının və onunla əlaqəli vasitələrin standart istiqamətləri də mövcuddur. Bununla birlikdə, konkret vəzifələrdən asılı olaraq müxtəlif ölkələrdə vergi güzəştləri formaları fərqlənir, bu da onların tətbiqini daha effektiv edir [5, s.74]. Bundan əlavə, inkişaf etmiş ölkələrdə vergi güzəştlərinin tətbiqi üçün prioritet prinsip onların hədəf xarakterlidir. Yəni vergi güzəştlərinin verilməsi ilə bağlı vergi siyasəti əvvəlcə müəyyən istehsalçıları stimullaşdırmaqla əldə edilməli olan konkret dövlət məqsədləri əsasında formalaşır.

## **2. Ekoloji vergilər üzrə vergi güzəştlərinin yaradılmasında inkişaf etmiş xarici ölkələrin təcrübəsi**

Xüsusilə bu gün bir çox ölkələrdə vergi siyasətinin ən vacib sahələrindən biri ekoloji vəziyyətin yaxşılaşdırılması məqsədə çatmasına əsaslanan ətraf mühitin vəziyyətinin vergi tənzimlənməsi olduğuna diqqət yetirmək lazımdır. İnkişaf etmiş ölkələrdə vergi siyasətinin ekoloji və sosial aspektlərinə ciddi diqqət yetirilir, çünki yalnız müəyyən iqtisadi inkişafa və sabitliyə nail olmaq, dövlətə sosial və digər ictimai problem-

lərin həlli üçün maliyyə vəsaitlərinin mərkəzləşdirilməsini gücləndirməyə imkan verir.

Ekoloji vergilər üzrə vergi güzəştlərinin yaradılması təcrübəsini İsveç, Almaniya, Böyük Britaniya və ABŞ kimi inkişaf etmiş ölkələrin nümunələri ilə göstərmək olar. Bu ölkələrdə ətraf mühitin çirklənməsindən dəyən zərərin həcmi tam nəzərə almağa imkan verən güzəştlər müəyyən edilir. Belə ki, Almaniya istilik və enerji (kogenerasiya) ilə birgə istehsal qurğuları istifadə edən müəssisələr üçün güzəştlər verilir. Bu müəssisələrin təşviqi aşağı dərəcələrin qoyulması, həmçinin müəyyən şərtlər olduqda enerji vergisi ödəməsindən tam azad olmaq yolu ilə həyata keçirilir. İsveçdə ekoloji ödəniş yalnız böyük elektrik və istilik istehsalçılarından tutulur. Birləşmiş Krallıqda müəyyən şərtlərə cavab verən müəssisələr üçün güzəştli tarif, habelə müəyyən emissiyalar üçün daha yüksək dərəcələr tətbiq olunur. Almaniya bərpa olunan mənbələrdən elektrik enerjisinə endirim dərəcələri tətbiq olunur.

Xarici ölkələrdə ətraf mühitə mənfi təsirlərin azaldılmasını stimullaşdıran güzəştlər də təsbit edilmişdir. Məsələn, AB ölkələrində tətbiq olunan karbohidrogen vergi dərəcələri fərqləndirilir. Avtomobil nəqliyyatı vergisi çox vaxt nəqliyyat vasitəsinin ekoloji sinifindən, istifadə müddətindən və ya istifadə olunan yanacağın növündən və sinifindən asılıdır. Məsələn, ABŞ-da elektrik mühərriki olan avtomobillərin sahibi vergidən azaddır. Almaniya elektrik mühərriki olan aşağı çəkili bir sərnişin avtomobili almaq üçün təşviq tədbirlərindən istifadə olunur. İsveçdə zərərli gübrələrin istifadəsini azaltmaq üçün yaşıl kimyəvi maddələrdən istifadə edənlərə stimullaşdırıcı verilir. Ekoloji cəhətdən daha təmiz aviaparka sahib olan aviaşirkətlər hava nəqliyyatında endirimli vergi dərəcəsi ilə bəhrələnilir. Batareyalardan zərərli maddələrin sızmasını azaltmaq üçün müəyyən tərkibə malik batareyaların istifadəsi üçün ödəniş təyin edilmişdir.

İndi isə ekoloji vergilər üzrə güzəştlərin tətbiqi təcrübəsini inkişaf etmiş ölkələrin nümunəsində ümumiləşdirməyə çalışaq.

1. Çirklənmədən ziyanın kəmiyyətini daha tam nəzərə almağa imkan verən güzəştlər. Almaniya istiliyin və enerjinin birgə emal qurğularından istifadə edən müəssisələr üçün güzəştlər tətbiq edilir. Bu müəssisələr endirim dərəcələri ilə mükafatlandırılırlar, bəzi hallarda isə energetika vergisinin ödənilməsindən tamamilə azad olunurlar. Tam azadolma üçün şərt Avropa parlamentinin əsasnaməsinə əsasən yüksək effektivli qurğuların qəbul edilməsidir.

İsveçdə elektrik enerjisinə görə yığım yalnız iri elektrik və istilik enerjisi istehlakçıları tərəfindən ödənilir. Böyük Britaniya az karbon tullantıları elektrik enerjisinə hasil edən 5 MVt-dan çox olmayan qurğuya malik kiçik müəssisələr üçün aşağı karbon hasilatlı texnologiyalar üçün güzəştli tarif, eləcə də faydalı qazıntılarla işləyən generatorlara karbon tullantıları üçün artırılmış dərəcələr müəyyən edilmişdir.

Almaniya bərpa olunan mənbələrdən alınan, eləcə də 10 MVt-dan az generator gücünə malik su elektrik stansiyalarında istehsal edilən elektrikə endirim dərəcələri müəyyən edilmişdir. Nəqliyyat vergisi hər bir km qaçışa karbon qazı tullantılarının həcmi nəzərə alır, müəyyən kəmiyyətdən yuxarı tullantılar (110 qramdan çox) artırılmış dərəcə üzrə vergiyə cəlb edilirlər.

2. Təbii mühitə mənfi təsirin aşağı salınmasını stimullaşdıran güzəştlər. Bu, ekoloji vergilər yığılan bütün ölkələrdə tətbiq edilən ən geniş güzəştlər qrupudur. Buraya, məsələn, Avropa Birliyi ölkələrində tətbiq edilən karbohidrogenə vergi dərəcələrinin diferensiasiyası daxildir. Verginin ən yüksək səviyyəsi neft üçün nəzərdə tutulmuşdur, kö-

mür və elektrik enerjisi üçün isə ən aşağı dərəcələr müəyyən edilmişdir. Hazırda verginin mövcud hesablanma qaydası yalnız istehlak olunmuş yanacaqın miqdarını nəzərə alır.

Avropa komissiyası hesablamaları karbon qazı tullantılarının və istehlak olunmuş yanacağın energetika tərkibinin səviyyəsi ilə əlaqələndirərək onu dəyişməyi planlaşdırır. Yüksək tullantı səviyyəsinə və aşağı enerji tutumuna malik yanacaqdan artırılmış dərəcələr üzrə vergi tutulacaqdır.

Avtomobil nəqliyyatına vergi tətbiq edilən ölkələrdə o, nəqliyyatın ekoloji sinfindən, onun istifadə müddətindən, istifadə edilən yanacaq növündən və sinfindən asılı olacaqdır. Belə ki, məsələn, ABŞ-da elektrikle cərəyan alan və hərəkət zamanı batareyadan qidalanan, hər hansı bir digər enerji növlərindən istifadə etməyən elektrik mühərrikli avtomobilin vergi ödənişindən azad edilməsi nəzərdə tutulur. Almaniyada aşağı çəkili və elektrik mühərrikli minik avtomobilinin alışıının stimullaşdırılması üçün tədbirlər mövcuddur.

İsveçdə zərərli gübrələrin istifadəsini aşağı salmaq məqsədilə aktiv maddələrin tərkibi müəyyən səviyyədən aşağı olan güzəştlər təqdim olunur. Eyni qayda ilə daha yüksək ekoloji sinifli təyyarədən istifadəni stimullaşdırmaq məqsədilə qalxma-ənməyə görə ödənişin bir hissəsi onların texniki xarakteristikalarından (zərərli maddələrin atılmasından) asılıdır. Daha ekoloji aviaparka malik aviaşirkətlərdə hava trafikinə güzəştli vergi dərəcəsi şəklində üstünlüyə malikdirlər. Akkumulyatorlardan kadmium, civə və qurğuşun tökülməsinin azaldılması məqsədilə bu zərərli maddələrin müəyyən tərkibli batareyalarından istifadəyə görə haqq tətbiq olunur [6]. Vergi güzəştlərinin köməyi ilə inkişaf etmiş ölkələr təkcə zərərli tullantıların həcmi azaltmağa deyil, həm də özlərinin neftdən asılılıqlarını azaltmağa, təmiz və bərpaolunan enerji mənbələrinin payını artırmağa can atırlar. Məsələn, Böyük Britaniyada bərpaolunan mənbələrdən istilik istehsalı üçün elektrik enerjisinin istifadəsinə spesifik verginin ödənilməsindən azad edilməsi nəzərdə tutulmuşdur. ABŞ-da bərpaolunan mənbələrdən enerji istehsalı üçün və istiliklə enerjinin kombinə edilmiş istehsalı üçün avadanlığın əldə edilməsi zamanı vergiödəyiciləri mənfəətdən verginin azadılması hüququna malikdirlər.

AFR-də küləyin gücünün, günəş enerjisinin, yerin istiliyinin, qaytansız qazın, üzvi maddələrin parçalanmasından yaranan qazın istifadəsi, bioyanacaq istehsalı zamanı alınan elektrik enerjisi vergidən azad edilir. Enerji effektivliyinin, əsasən də alternativ enerji alınması üsullarının tətbiqi hesabına yaxşılaşdırılması üzrə göstərişləri yerinə yetirən kiçik və orta müəssisələr üçün endirim dərəcəsi müəyyən edilmişdir [7].

3. Müxtəlif qrup vergi ödəyicilərinin maraqlarını nəzərə alan güzəştlər. Bir qayda olaraq onlar ekoloji vergiləri tam həcmdə ödəmək vəziyyətində olmayan azrentabelli sektorların (məsələn, kənd təsərrüfatının) rəqabətqabiliyyətiliyinin dəstəklənməsinə yönəldilmişdir. İsveçdə su nəqliyyatının kommertiya daşımalarında və dəmir yolu daşımalarında istifadə edilən karbon qazı yanacağı tullantılarına, aviasiya yanacağına vergi tutulmur. Bəzi sahələr, məsələn, dağ- emal sənayesi, karbon qazı tullantısına görə aşağı dərəcə ilə vergi ödəyirlər.

Almaniyada alman sənayesinin rəqabətqabiliyyətiliyini gücləndirmək məqsədilə enerji istehlakının yüksək səviyyəsinə malik müəssisələr üçün bir sıra güzəştlər nəzərdə tutulmuşdur. Dağ-mədən və emal sənayesi, su və enerji təchizatı müəssisələri, tikinti üçün energetika vergisi 75% aşağı salınmışdır. Həmçinin müəyyən texnoloji proseslər: məsələn, şüşə, keramika, gips, beton istehsalı, bu maddələrdən məmulatlar, metal məmulatlar isteh-

salı və emalı, tullantıların termik emalı, paralel enerji hasilatı proseslərinin tamamilə vergilərdən azad edilməsi nəzərdə tutulur.

Yüksək elektrik istehlakı səviyyəsinə malik istehsal və kənd təsərrüfatı müəssisələri üçün, elektrik qatarları və tramvaylar üçün vergi dərəcələri aşağı salınmışdır. Verilən nümunələri təhlil edərək biz ekoloji yönümlü vergilərdə güzəştlərin aşağıdakı təsnifatını verə bilərik.

Ekoloji vergilər üzrə vergi güzəştlərində tətbiq edilmə xarakterinə görə birbaşa vergi güzəştlərini (dövlət tərəfindən müəssisənin ekoloji davranışının birbaşa maliyyələşdirilməsi) və dövlət tənzimlənməsini dolayı tədbirləri - bu vergi tənzimlənməsinin müxtəlif alətlərinin müəssisənin ekoloji davranışına təsiri üçündür. Tətbiqi üsuluna görə vergi elementlərinə aid olan güzəştləri, məsələn, vergi bazasının bir hissəsinin diferensiallaşdırılması, vergi tutulmaları, eləcə də konkret verginin ödənişdən tam azad edilməsi aiddir. Güzəştlər subyektin gəlirinə (məsələn, ekoloji təmiz məhsulun istehsalı zamanı gəlirlərin vergidən azad edilməsi) və xərcinə təsir göstərə bilər (məsələn, müəssisənin ekoloji davranışı sahəsində məsrəflərin ləğvi). Güzəştlər müvəqqəti və ya daimi əsasda təqdim edilə bilər. Subyekt üzrə təqdimatı lazımı ekoloji davranışa malik bütün subyektlər üçün təqdim edilən güzəştlərə və ya təbii resurslardan istifadənin ayrı-ayrı növləri üzrə ayrıca müəssisələr üçün təqdim edilən güzəştlərə bölmək olar.

İnkişaf etmiş ölkələrdə vergi güzəştlərinin tətbiqi sayəsində siyasət təkcə ətraf mühitə mənfi təsirlərin azaldılmasına deyil, həm də təbii xammaldan asılılığın azaldılmasına yönəldilmişdir. İnkişaf etmiş ölkələrdə ayrı-ayrı vergi ödəyicilərinin maraqlarını nəzərə almaq üçün tərtib edilmiş üstünlüklər də qurulur. Adətən, onların məqsədi aşağı gəlirli iqtisadi sahələrin (məsələn, kənd təsərrüfatı) rəqabət qabiliyyətini təmin etməkdir [8, s. 25].

### **3. Vergi güzəştləri sahəsində mövcud xarici təcrübənin Azərbaycanda tətbiqinin əhəmiyyəti**

Son illər ərzində Azərbaycanda vergi güzəştlərinin səmərəliliyini yüksəltmək məqsədilə Vergi Məcəlləsinə edilmiş dəyişikliklər sırasına əsas etibarilə aşağıdakıları aid etmək olar [9]:

- özəlləşdirmənin iştirakçısı olan investorların əmlak vergisindən azad olunması;
- vergi ödəyicisinin azı 3 il ərzində mulkiyyətində olan iştirak payının və səhmlərin satışına vergi güzəşti tətbiq olunması,
- həssas sosial təbəqələr (həlak olmuş, yaxud sonralar vəfat etmiş doyuşculərin ovladları) üçün güzəşt verilməsi və s.

Sahibkarlığı dəstəkləmək məqsədilə VM-ə olunan dəyişikliklər aşağıdakıları əhatə edir [9]:

- sadələşdirilmiş vergi dərəcəsinin bütün respublika ərazisində 2 faiz müəyyənləşdirmək,
- pərakəndə ticarət, habelə işə sferalarında nağdsız ödəniş üzrə güzəştlər vermək,
- inzibati şikayətlər zamanı bank hesabından və ƏDV-nin depozit hesabından pul vəsaitinin silinməsini dayandırmaq və s.

Həmin dəyişikliklərə 2019-cu ildən etibarən mikro və kiçik sahibkarlıq subyektləri balanslarındakı əsas vəsaitlər üzrə sürətli amortizasiya normaları tətbiqi, şəffaf ucotun aparılması halında onlara əlavə vergi güzəştinin verilməsi, kiçik və orta biznes (KOB)

klasterində olan şirkətlərin KOB reyestrindən qeydiyyatdan keçdikləri andan başlayaraq, 7 il ərzində mənfəət, torpaq və əmlak vergilərindən azad edilmələri, bu şirkətlər tərəfindən istehsal və emal məqsədilə texnika, texnoloji avadanlıq və qurğuların idxalının 7 il ərzində ƏDV-dən azad edilməsi, mikro sahibkarlıq subyektlərinə nəzərdə tutulmuş güzəştlərə sahibkarlıqdan əldə edilən gəlir və mənfəətin dördü üçün vergidən azad olunması, mikro sahibkarlıq subyektini sayılan fərdi sahibkarların və hüquqi şəxslərin əmlak vergisindən azad edilməsi təmin edilmişdir. Bundan əlavə “Startup” şəhadətnaməsi almış mikro və kiçik sahibkarlıq subyektləri həmin şəhadətnaməni əldə etdikləri andan başlayaraq 3 il ərzində gəlir və mənfəət vergisi ödəmirlər [10].

Bu sahədə Azərbaycan Respublikasında vergi siyasətinin tədbiri olaraq, sağlamlığa zərərindən ödənilməsində bir amil kimi, fiziki və hüquqi şəxslərin gəlir vergisi üzrə regional ekoloji endirim qurulmasından istifadə edə bilərək, bunun miqdarı ərazinin çirklənmə dərəcəsi ilə asılı olmalıdır. Ev təsərrüfatlarına və müəssisələrə kompensasiya vermək üçün vergi daxilolmalarının bu cür istifadəsi də xarici ədəbiyyatda təklif edilir, qeyd olunur ki, kompensasiya müəyyən qruplara yönəldilmiş gəlir vergisi və ya vergi kreditlərində azalma şəklində ola bilər.

Yuxarıda göstərilənlərin hamısını təhlil etdikdən sonra belə nəticəyə gələ bilərik ki, mədəni xüsusiyyətləri, təbii sərvətləri, elmi-texniki təchizatı nəzərə alınmaqla hər bir ölkə müasir sabit vergi sisteminə gedən yolu seçməlidir. Bu gün Azərbaycan hakimiyyəti büdcəni artırmaq üçün əlavə mənbələr axtarır. Vergi yükünün artmaması üçün, rəsmilər tərəfindən fiskal siyasətini alternativ aspektlərin, məsələn, vergi inzibətçiliyi yaxşılaşdırılmağa başlayır. Vergi inzibətçiliyinin təkmilləşdirilməsi vergi güzəştlərinin azaldılması kimi vergi xidmətləri işinin yaxşılaşdırılması demək deyil.

Azərbaycan Respublikasının vergi və yığımları haqqında qanunvericiliyin mövcud qiymətləndirməsinə əsasən belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, vergi güzəştləri sistemi yalnız qismən tələblərə cavab verir: vergi güzəştlərinin yaradılması məqsədi əksər hallarda vergi və yığımlar haqqında qanunvericiliyin müddəalarında göstərilən şərtlər və məhdudiyyətlər tərəfindən dəstəklənmir; vergi güzəştlərinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi epizodik mövcuddur. Bu da öz növbəsində fərdi vergi güzəştinin hədəf komponentinin məcburi olduğu qənaətinə gəlmək hüququ verir. Dövlət vergi ödəyicilərinin aldığı güzəştlərin müəyyən məqsədlər üçün istifadə ediləcəyinə dair zəmanətlərə sahib olmalıdır və bu yalnız vergi ödəyicisinin aldığı əlavə maliyyə resurslarını bu vergi imtiyazının yönəldildiyi məqsədlər üçün istifadə edəcəyi qanunla təmin edildiyi təqdirdə mümkündür.

### **Nəticə**

Yuxarıda göstərilənlərin əsasında belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, Azərbaycan Respublikasının vergi qanunvericiliyində nəzərdə tutulmuş vergi güzəştləri və üstünlükləri siyahısına əsasən səmərəliliyi artırmaq üçün onları sistemləşdirmək lazımdır.

### **Ədəbiyyat**

1. Налоговые льготы: теория и практика применения / [И.А. Майбууров и др.]; под ред. И.А. Майбуурова, Ю.Б. Иванова. - М.: Юнити-Дана, 2015. - С.323
2. Гварлиани Т.Е. Налоговые льготы: методология, практика применения, эффективность: коллективная монография / Т.Е. Гварлиани, З.С. Боташева, Е.Н. Воробей // - Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2014

3. Митрофанова И.А. Актуальность применения зарубежного опыта налогообложения предприятий в российских условиях / И.А. Митрофанова, Г.Г. Плешаков // Молодой ученый. - М., 2013. - №9. - С. 217
4. Герасимова А.Е. Зарубежный опыт применения налоговых льгот как инструмента налоговой политики государства / А.Е. Герасимова // Инновационная наука. - Уфа: ООО «Аэтерна», 2017. - №11. - С.68-72
5. Налоговые методы повышения эффективности инвестиционных проектов: монография / колл. авторов. - М. : РУСАЙНС, 2015. - С.74
6. Eldh P. Ecotax02 — an update of a life cycle assessment weighting method with a case study on waste management KTH / P. Eldh. — Industrial Ecology, Stockholm, 2003
7. Das Bundesministerium der Finanzen. Steuern von A bis Z / Das Bundesministerium der Finanzen. — Deutschland: Das Bundesministerium der Finanzen, 2012, 168 p.
8. Киреенко, А.П. Использование налоговых льгот в регулировании состояния окружающей среды: зарубежный опыт и перспективы России // Известия Иркутской государственной экономической академии. - Иркутск: Байкальский государственный университет экономики и права, 2014. - № 1. - С. 25
9. "Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində dəyişikliklər edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikasının 30 noyabr tarixli 1356-VQD nömrəli Qanunu
10. Azərbaycan Respublikası İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi Vergi islahatları – 2020. Xüsusi buraxılış. "Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsinə dəyişikliklər edilməsi haqqında" Qanun layihəsində nəzərdə tutulan islahatların şərh-i. iqtisadiislahat.org.

## **INTERNATIONAL EXPERIENCE OF FORMATION OF TAX DEDUCTION**

**J.A.Mammadov**

### **SUMMARY**

Tax exemptions concept, as well as the experience of developed countries in environmental tax exemptions are discussed in this article. The importance of using advanced international tax experience in Azerbaijan is stressed.

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ**

**Дж.А.Мамедов**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье обобщаются и оцениваются концепция налоговых льгот и опыт их выдачи в развитых странах, а также опыт развитых стран в создании экологических налоговых льгот. Обоснована важность использования передовой зарубежной налоговой практики в Азербайджане.

*Məqalə redaksiyaya 17 mart 2020 tarixində daxil olmuş, 18 aprel 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*



**SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN SOSIAL-İQTİSADI  
TƏDQIQAT OBYEKTİ KİMİ ROLU**

**N.B.Allahverənova**

AtaSığorta ASC

Bakı, Əhməd Rəcəbli küçəsi 69

e-mail: nermin.allahverenova@mail.ru

*Açar sözlər* : sahibkarlıq, fiziki şəxs, hüquqi şəxs, qiymətli kağızlar

*Keywords*: entrepreneurship, natural person, legal entity, securities

*Ключевые слова*: предпринимательство, физическое лицо, юридическое лицо, ценные бумаги

Sahibkar qanunla qadağan edilməyən hər hansı bir iqtisadi fəaliyyət növü (maddi mal istehsalı, kommersiya vasitəçiliyi, qiymətli kağızlarla əməliyyatlar və s.) həyata keçirən fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Sahibkarın əsas xüsusiyyətləri kimi aşağıdakıları ayırmaq olar: imkanlar və təşəbbüslər axtarmaq; risk qabiliyyəti; səmərəliliyə və keyfiyyətə diqqət yetirmək; məqsədyönlülük; məlumatlı olmaq istəyi; sistemativ planlaşdırma və müşahidə; inandırmaq, işgüzar və şəxsi əlaqələr qurmaq bacarığı; müstəqillik, özünə inam və s. Sahibkarlıq aşağıdakı fərqli xüsusiyyətlərə malik olan xüsusi fəaliyyət növüdür: iş istiqamətləri və metodlarını seçmək azadlığı; qərar qəbul etmənin müstəqilliyi; qəbul edilmiş qərarlar və onların nəticələri, əlaqəli risk üçün məsuliyyət və s.

Sahibkarlıq subyektləri fiziki şəxslər, hüquqi şəxslər qrupları (səhmdar cəmiyyətləri, kooperativlər, ortaqlıqlar və s.) və dövlət ola bilər. Sahibkarlıq obyektləri istehsal, vasitəçilik əməliyyatları, o cümlədən qiymətli kağızlarla əməliyyatlarla əlaqəli müxtəlif iqtisadi fəaliyyət növləri ola bilər. Bir sahibkarın fərdi hərəkətləri çox müxtəlif ola bilər, lakin bunlar xarici sosial mühit tərəfindən fərqlənən xüsusi bir özəlliklə birləşir, fərqlənir və həm sahibkarlıq davranışının, həm də təsərrüfat subyektinin özü üçün xarakterik hala gəlir.

Sosial-iqtisadi aspektlər baxımından sahibkarlığın idarə edilməsi dövlət və özəl sektorun, iqtisadi, sosial, təşkilati problemlərin həlli üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Problemlərin həlli baxımından sahibkarlığın inkişafının sosial-iqtisadi səmərəsinin yüksəldilməsi elmi və praktiki cəhətdən yeni aspektlər və mexanizmlər tələb edir.

Sahibkarlığın sosial nəticələri onun daha sonrakı inkişafı üçün əks əlaqə rolunu oynayır. Sosial amillər bütövlükdə potensial resurslardan fərqli istehsal xarakter daşdığı üçün yenidən sahibkarlıq fəaliyyətinin məhsulu olaraq yenilənir və dəyişdirilir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin makroiqtisadi amillərinə işçi qüvvəsi, onun miqdarı, peşə yaxud faydalılıq göstəriciləri, eləcə də istehsal dövriyyəsinə və xidmət sferasına cəlb olunan maddi resurslar, onların texniki iqtisadi quruluşu, istehsal etmək potensialı və ondan istifadə gücü daxildir.

Mürəkkəb sosial-iqtisadi fenomen kimi sahibkarlıq öz formalaşması və təkamülündə uzun bir yol keçmişdir. Sahibkarlıq nəzəriyyəsi əvvəlcə kapitalist münasibətlərinin digər Avropa ölkələrinə nisbətən daha erkən formalaşmağa başladığı İngiltərədə deyil, İngil-

tərədən daha sonra kapitalist inkişaf yoluna girmiş Fransa və Almaniyada meydana gəlmişdir. Hesab olunur ki, sahibkarlıq nəzəriyyəsinin mənşəyində: məşhur ingilis iqtisadçısı, bankir R. Kantillon (1680-1734) və fransız iqtisadçısı J.B. Sey (1760-1832) dayanır. Bir qayda olaraq, "sahibkarlıq" anlayışının elmi dövriyyəyə gətirilməsində prioritet R. Kantillon-dur. Kantillon mənfəət və sahibkarlıq gəlirləri arasındakı fərq, dövriyyədəki pul miqdarı ilə mal kütləsi arasındakı əlaqə və s. kimi bir sıra müddələri formalaşdırmışdır.

Sahibkarlıq nəzəriyyəsi əsrin dördüdə bir hissəsindən çox müddətdə Qərbdə inkişaf etmiş tədqiqat sahəsi olmuşdur. 1996-cı ildən bəri isə bu sahədə dünya mükafatı mövcuddur. Burada laureatlar - ABŞ, Böyük Britaniya, İtaliya, İsveç və bir sıra digər ölkələrdən bu sahədə ən çox istinad edilən elm adamları olmuşdur.

Sahibkarlıq fərdi və ya kollektiv təsərrüfat subyektlərinin maddi və mənəvi malların istehsalı, paylanması, mübadiləsi və istehlakı sahələrində təşəbbüs fəaliyyətləri nəticəsində yaranan sosial münasibətlərin təzahür formasıdır. Bu, bir qayda olaraq, mənfəət (gəlir) əldə etmək məqsədi daşıyır və sahibkarın adına, riski altında və əmlak öhdəliyi altında həyata keçirilir. Sahibkarlıq fenomeninin tanınmış tədqiqatçıları (J. S. Mill, A. Marshall, J. Schumpeter, J. B. Say və başqaları) hesab edirdilər ki, bu fenomenin spesifikliyi, iqtisadi fəaliyyətdən fərqli olaraq yeni istehsal amillərinin birləşməsindən ibarətdir (Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / пер. В. С. Автономова. М.: Директ медиа Паблишинг, 2008). Bundan əlavə, J. Schumpeter'in fikrincə, "yeni birləşmələr, bir qayda olaraq, köhnələrdən yaranmır və birbaşa yerlərini tutmur, ancaq yan-yana görünür və onlarla rəqabət aparır".

Ümumiyyətlə, 20-ci əsrdə Qərbi Avropa və Şimali Amerika tədqiqatçıları sahibkarlıq fenomenini anlamaq baxımından çox irəliləyişlər əldə etmişdir. Bu dövrdə sahibkarın şəxsiyyətini, fərqli cəhətlərini və davranış xüsusiyyətlərini öyrənməyə başlayan tədqiqatçılar tədricən təhlil dairəsini genişləndirmişlər. Bu gün bu araşdırma populyarlıq qazanan insan inkişafı konsepsiyasına uyğun olaraq aparılır, fəlsəfi, sosial, iqtisadi, və institusional inkişaf nəzəriyyələrini özündə birləşdirir. Bu baxımdan, professor P. Reynolds (1991) ictimai elmlərdə sahibkarlığın öyrənilməsinin əsas hissə olması çərçivəsində dörd əsas istiqaməti müəyyənləşdirmişdir. Bu, həyat yolunun mərhələsi ilə əlaqəli xüsusi problemlərin araşdırılması; sosial şəbəkələrin sahibkarlara resurslara çıxış, təcrübə, gizli biliklərin dövriyyəsi və nüfuz və etimadın təmin edilməsində rolunun təhlili; böyük şəhərlərdə (əslində sosial şəbəkənin müəyyən bir forması) etnik azlıqlar əsasında yaranan "qapalı" icmalarda sahibkarlığın uğuru amili kimi etnik mənsubiyyətin öyrənilməsi; əhali ekologiyası çərçivəsində aparılan tədqiqatlar, yəni sahibkarlıq firmalarının populyasiyalarında (çoxluqlarda) "təbii seleksiya"nın necə və niyə baş verdiyi, niyə bəzilərinin sağ qalması və inkişaf etməsi, digərlərində çürümə baş verməsi təhlilidir.

Kiçik sahibkarlığın formalaşması üçün müəyyən iqtisadi, sosial, hüquqi və digər şərtlər gərəklidir. Burada iqtisadi şərtlər dedikdə:

1. malların tədarükü və onlara tələbat;
2. müştərilərin ala biləcəyi mal növləri;
3. alış-verişə xərclənə biləcək pulun miqdarı;
4. işçilərin əmək haqqının səviyyəsinə təsir edən iş yerlərinin çoxluğu və ya çətinlikliyi (yəni mal almaq qabiliyyətinə görə) nəzərdə tutulur.

İqtisadi vəziyyətə pul vəsaitlərinin mövcudluğu və əlçatanlığı, qoyulmuş kapital üzrə gəlir səviyyəsi, biznes əməliyyatlarını maliyyələşdirmək üçün sahibkarlara kredit təşkilatlarının verməyə hazır olduqları borc vəsaitlərinin miqdarı təsir göstərir. Bütün bunlar bazar infrastrukturunu təşkil edən, sahibkarlarla işgüzar münasibətlər qura bilən və biznes əməliyyatları aparan bir çox təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilir.

Bu təşkilatlara aşağıdakılar daxildir:

1. maliyyə xidmətləri göstərən banklar;
2. xammal, materiallar, yarımfabrikatlar, komponentlər, enerji, maşın və avadanlıqlar, alətlər və s. tədarükü təşkil edən tədarükçülər;
3. malların istehlakçıya çatdırılması üçün xidmətlər göstərən topdansatış və pərakəndə satış xidmətləri;
4. peşəkar hüquqi, mühasibat və vasitəçi xidmətlər göstərən ixtisaslaşdırılmış firma və təşkilatlar;
5. əməyin seçimi ilə məşğul olan məşğulluq agentlikləri;
6. mütəxəssis işçilər hazırlayan təhsil müəssisələri;
7. digər qurumlar (reklam, nəqliyyat, sığorta və s.);
8. rabitə və məlumat ötürmə vasitələri.

Kiçik müəssisələrin formalaşması üçün sosial şərtlər iqtisadi olanlarla sıx bağlıdır. Əvvəla, bu - müştərilərin müəyyən zövqlərə cavab verən əmtəə almaq istəyidir. Eləcə də, müxtəlif mərhələlərdə ehtiyaclar fərqli ola bilər. Ehtiyacların formalaşmasında mühüm rol isə sosial-mədəni mühitdən asılı olaraq mənəvi və dini normalar tərəfindən yerinə yetirilir. Bu da istehlakçıların həyat tərzinə və dolaylı yolla mallara olan tələblərinə birbaşa təsir göstərir. Sosial şərtlər insanın işə münasibətinə, əmək haqqı və iş şəraiti miqdarına münasibətinə təsir göstərir.

### **Metod**

Tədqiqatın obyektı müasir iqtisadiyyatdır, tədqiqat predmeti sahibkarlıq fəaliyyətidir. Tədqiqat ümumi elmi və xüsusi metodlar (müqayisə, bənzətmə, rəsmiləşdirmə, struktur təhlili, ekspert qiymətləndirmə metodu, amil analizi metodu, institusional analiz metodu, habelə peşə xəsarətlərinin və peşə xəstəliklərinin səbəblərinin təhlili) əsasında aparılmışdır.

### **Analiz**

İş yerlərinin açılması bazar iqtisadiyyatının formalaşması və təşəkkülü mərhələsində, dövlətin sosial dövlət funksiyasını yerinə yetirə bilmədiyi şəraitdə çox mühüm modeldir. Sosial səmərənin dəyərləndirilməsi fikrimizcə göstərilən istiqamətlərdə müxtəlif sahibkar növünə uyğun axtarılmalıdır. Lakin bu səmərə bütövlükdə fərqli sahə strukturundan asılı olmayan tələbat sistemi və onun ödənilməsi istiqamətində olmalıdır. Tələbat sistemi respublikada mövcud iqtisadi proseslərin keyfiyyəti ilə bağlıdır. Əgər tələbat struktur baxımından optimaldırsa, qütbləşmə aşağıdırsa, onda orta təminat səviyyəsində əhalinin sayı çoxdursa, onda iqtisadi fəaliyyət sosial cəhətdən daha səmərəlidir.

İnkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı olan ölkələrdə sahibkarlıq müəssisələri vasitəsilə yenilikləri dəstəkləmək üçün xüsusi proqramlar hazırlanmışdır. Bu proqramlar çərçivəsində istiqamətlər, ölçülər və maliyyələşmə mənbələri müəyyənləşdirilir.

İnkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı olan ölkələrin xarici təcrübəsi göstərir ki, sahibkarlıq milli iqtisadiyyatda ən vacib funksiyaları yerinə yetirir.

Ötən əsrin 70-ci illərində belə bir formula məşhur olmuşdur - "Kiçik gözəldir!" Birleşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramına görə, dünya iqtisadiyyatında kiçik müəssisələrin sayı bütün müəssisələrin ümumi sayının 95% -dən çoxdur. İşləyənlərin 60% -dən çoxu ÜDM-də payı 50% -ə çatır. Bunlar dünya üzrə orta göstəricilərdir. Ayrı-ayrı ölkələrdə isə, məsələn, Yaponiyada kiçik və orta sahibkarlığın payı şirkətlərin ümumi sayının 99,6%-ni, ÜDM-in 55%-ni və sənayedə işləyənlərin 80%-ni təşkil edir (studbooksnet - Анализ развития предпринимательской деятельности в Европе и Азии).

ABŞ-da ÜDM-in 50%-dən çoxu, yeniliklərin yarısından çoxu, milli işçi qüvvəsinin 2/3-dən çoxu kiçik biznesə aiddir.

Azərbaycanda isə kiçik sahibkarlığın iqtisadiyyatın sektorları üzrə yeri ticarətdə 64,6%, nəqliyyatda 10,69%, mehmanxana və restoran xidmətində 6,5%, sənayedə 2,23%, aqrar sahədə 1,91%, tikintidə 0,74%, digər sahələrdə isə 13,33% təşkil edir.

Cədvəl 1-dən görüldüyü kimi Azərbaycanda Sahibkarlıq subyektlərinin ümumi sayı 2018-ci ildə 244883 olmuşdur. Bu göstəriciyə əsasən demək olar ki, 2017-ci illə müqayisədə 75280 ədəd artma baş vermişdir. Mikro sahibkarlıq subyektlərinin sayı 2018-ci ildə 237815, kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı isə 4930 olmuşdur. Cədvəl 2-də isə yeni yaradılmış mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı göstərilmişdir. Belə ki, burada göstərilmiş məlumatlara əsasən demək olar ki, yeni yaradılmış sahibkarlıq subyektlərinin ümumi sayı 2018-ci ildə 83346 olmuşdur. Bunlardan 11958-i hüquqi şəxslər, 71388-i isə fərdi sahibkarların payına düşür.

Ölkəmiz üçün kiçik biznesin inkişafı ən vacib vəzifələrdən biridir. Kiçik biznes işsizliyin azaldılmasına, bazarı yerli mal və xidmətlər ilə doldurmağa kömək edir, rəqabət mühiti formalaşdırır, ÜDM-yə və ölkənin büdcəsinə təsir göstərir. Ən başlıcası, kiçik biznes cəmiyyətin sabitliyinin təməli kimi orta təbəqənin formalaşması üçün bir platformadır.

Böyük firmalar kiçik müəssisələr kimi o qədər həssas deyillər və iqtisadiyyatdakı hər hansı bir dalğalanmaya və ya dəyişikliklərə tez cavab vermirlər. Təsədüfi deyil ki, Almaniya, ABŞ və bir çox inkişaf etmiş kapitalist ölkələrinin hökumətlərinin siyasətində kiçik biznesə yardım xüsusi yer tutur.

Kiçik müəssisələr iqtisadiyyatdakı ümumi vəziyyətin bir növ göstəricisinə çevrilmişdir. Kiçik müəssisələr iqtisadi şəraitdəki dəyişikliklərə, iqtisadiyyatın sektorlarında mənfəət nisbətinin düşməsinə və ya artmasına böyük şirkətlərə nisbətən daha tez adaptasiya olurlar.

Kiçik və orta ölçülü müəssisələr bir çox ölkələrdə iri şirkətlərə nisbətən həm saylarına, həm də göstərilən xidmət və istehsal edilən məhsullara görə üstün mövqe tuturlar. Kiçik müəssisələr istehsala əlavə ictimai əməyi cəlb edirlər ki, bu da milli gəlirin artmasına və yeni dəyərin yaranmasına gətirib çıxaran amillərdən hesab olunur.

**Cədvəl 1.** Fəaliyyətdə olan mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı. (stat.gov.az)

Göstəricilər	2018		
	Cəmi	o cümlədən	
		Hüquqi şəxslər	Fərdi sahibkarlar
<b>Sahibkarlıq subyektlərinin ümumi sayı</b>	<b>244883</b>	<b>26389</b>	<b>218494</b>
Mikro sahibkarlıq subyektlərinin sayı	237815	19321	218494
Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı	4930	4930	-
Orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı	2138	2138	-

**Cədvəl 2.** Yeni yaradılmış mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı

Göstəricilər	2018		
	Cəmi	o cümlədən	
		Hüquqi şəxslər	Fərdi sahibkarlar
<b>Yeni yaradılmış sahibkarlıq subyektlərinin ümumi sayı</b>	<b>83346</b>	<b>11958</b>	<b>71388</b>
Yeni yaradılmış mikro sahibkarlıq subyektlərinin sayı	83071	11738	71333
Yeni yaradılmış kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı	233	179	54
Yeni yaradılmış orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı	42	41	1

### Nəticə

Beləliklə, sahibkarlıq fəaliyyətinin vacib mahiyyətini müəyyən edən nəzəri və metodoloji quruluşlarda sahibkarlığın məqsədi mallara, işlərə və xidmətlərə fərdi və kollektiv ehtiyacları ödəməklə mənfəət (gəlir) əldə etmək olduğu düşüncəsi köklənmişdir. Sahibkarlığın sosial funksiyası hər qabiliyyətli fərdin iş sahibi olmasıdır, fərdi istedad və imkanlarını göstərə bilməsidir. Bu funksiya getdikcə cəmiyyətin yeni bir təbəqəsinin - müstəqil iqtisadi və iqtisadi fəaliyyətə meyli, ətraf mühitin müqavimətini dəf edən və məqsədlərinə nail ola bilən insanların formalaşmasında ifadə olunur.

### Təkliflər

1. Kiçik və orta sahibkarlığın iqtisadi stimullaşdırma mexanizminin səviyyəsi yaxşılaşdırılmalı və onun əsas vəzifəsi ölkənin sosial yüksəlişi və iqtisadi artımı prosesinə təsərrüfat subyektlərini daha çevik cəlb etmək olmalıdır.
2. Müasir mərhələdə kiçik biznesə maliyyə mənbələrinin cəlb edilməsində dövlətin rolunun aktuallığının artırılması əsas istiqamət kimi götürülməlidir.
3. Maliyyə bazarının və bank sektorunun sürətli inkişafının təmin edilməsi üzrə mexanizmlər işlənilib hazırlanmalı, maliyyə sferası ilə real istehsal sektorları arasında çevik və səmərəli qarşılıqlı fəaliyyətin artırılması yönündə tədbirlər həyata keçirilməlidir.

### **Ədəbiyyat**

1. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / пер. В. С. Автономова. М. : Директ медиа Пабблишинг, 2008
2. Чепуренко А. Ю., Яковлев А. А. Теория предпринимательства: важность контекста // Рос. журнал менеджмента. 2013. Т. 11, № 2. С. 51–60
3. Levie J., Autio E. A theoretical grounding and test of the GEM model // Small Bus. Econ. 2008. № 31 (3). P. 235–263. DOI: 10.1007/s11187-008-9136-8.
4. Gartner W. B. What are we talking about when we talk about entrepreneurship? // J. Bus. Ventur. 1990. № 5 (1). P. 15–28. DOI: 10.1016/0883-9026(90)90023-M.
5. Shane S. A Geneal Theory of Entrepreneurship: The Individual–Opportunity Nexus. Cheltenham ; Northampton : Edward Elgar Publishing, 2004.
6. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / пер. с нем. М. : Эксмо, 2007.
7. [https://studbooks.net/1969743/ekonomika/analiz\\_razvitiya\\_predprinimatelskoy\\_deyatelnosti\\_rubezhom](https://studbooks.net/1969743/ekonomika/analiz_razvitiya_predprinimatelskoy_deyatelnosti_rubezhom)
8. [https://vuzlit.ru/768624/annotatsiya\\_nauchnoy\\_statii](https://vuzlit.ru/768624/annotatsiya_nauchnoy_statii)
9. <https://www.taxes.gov.az/az/post/266>
10. <http://www.azerbaijan-news.az/view-176875/prezident-kicik-ve-orta-sahibkarlara-desteyini-davam-etdirir>
11. <https://economics.studio/ekonomicheskaya-teoriya/1suschnost-usloviya-razvitiya-funksii-71149.html>
12. <http://www.economic-s.ru/index.php/theory/organization-interprenering/usloviya-neobhodimyie-dlya-vedeniya-pred/>

### **THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP AS AN OBJECT OF SOCIO-ECONOMIC RESEARCH**

**N.B.Allahveranova**

#### **SUMMARY**

This article analyzes the growth rate of Gross Domestic Product (GDP), the share of entrepreneurship in GDP, as well as the role of different types of entrepreneurship in the formation of the market for leading products, employment structure, number of employees and other economic indicators.

### **РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ОБЪЕКТА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Н.Б.Аллахверанова**

#### **РЕЗЮМЕ**

В статье анализируются темпы роста валового внутреннего продукта (ВВП), доля предпринимательства в ВВП, а также роль различных видов предпринимательства в формировании рынка ведущих товаров, структура занятости, численность работников и другие экономические показатели.

*Məqalə redaksiyaya 22 aprel 2020 tarixində daxil olmuş, 29 aprel 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## ƏMƏK MÜNASİBƏTLƏRİNİN GÜZƏŞTLƏR MEXANİZMİ VASİTƏSİLƏ TƏNZİMLƏNMƏSİNİN MİLLİ İQTİSADİYYATA TƏSİRİ

**Ə.Ə.Quluzadə**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, Abbas Səhhət küçəsi 45A  
e-mail: ahadguluzada@gmail.com

*Açar sözlər:* güzəşt, sosial islahatlar, gəlir vergisi, əmək münasibətləri

*Key words:* concession, social reforms, income taxes, labor relations

*Ключевые слова:* концессия, социальные реформы, подоходный налог, трудовые отношения

Bildiyimiz kimi, dünya praktikasında və eləcə də bizim ölkənin praktikasında əmək münasibətlərinin tənzimlənməsi çox mühüm yer tutur. Bütün sahələrdə insan faktoru olduğu üçün və insanlar da əmək münasibətlərinin iştirakçısı olduğu üçün bu sahə prioritet sahə hesab olunur və buna görə də əmək münasibətlərinin tənzimlənməsi ön plana çıxır. Dövlətin apardığı iqtisadi siyasətin əsas məqsədi əhalinin sosial rifah göstəricilərinin yaxşılaşdırılmasından ibarətdir. Məhz buna görə də hər il sosial sahədə mühüm qərarlar qəbul edilir. Təkcə 2019-cu il ərzində 2 mühüm sosial paketin təsdiq edilməsini buna misal göstərə bilərik. Əhalinin rifah halının yaxşılaşdırılması istiqamətində aparılan tədbirlərdən biri əmək münasibətlərində güzəştlərin tətbiq edilməsi ilə bağlıdır. Bu sahədə vergi, əmək və sosial sığorta qanunvericiliyinə əhəmiyyətli dəyişikliklər edilmişdir. Qəbul edilən qərarlar özünü bir sıra mühüm iqtisadi göstəricilərdə əks etdirmişdir. Təbii ki, əmək münasibətləri zamanı güzəştlər daha çox sosial baxımdan həssas əhali qrupuna şamil edilir və onların yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılması məqsədini güdür. Lakin 2019-cu ildə qanunvericiliyə edilmiş dəyişikliklərlə qeyri-neft-qaz və qeyri-dövlət sektorunda çalışan və 8000 manatadək əmək haqqı alan işçilərin gəlir vergisindən azad edilməsi özəl sektorda çalışan hər bir işçiyə faydası oldu və işçilərin gəlir səviyyəsi nisbətən yüksəlmiş oldu. Eyni zamanda işəgötürənlər kölgə iqtisadiyyatından çıxmağa və rəsmi əmək münasibətlərinə girməyə təşəbbüs göstərdilər ki, nəticədə işçilərin əmək hüquqlarını müdafiə edə bilmək imkanı yarandı. Rəsmi iş yerində çalışdıqları üçün sosial sığorta hesablarında kapitaları formalaşmış və ya artmış oldu.

### **Metod**

Məqalədə ölçmə, müqayisə və sistemli analiz metodlarından istifadə edilmişdir.

### **Analiz**

Azərbaycan Respublikası Əmək Məcəlləsinin (ARƏM) 9-cu maddəsinin 1 bəndində (əmək müqaviləsi üzrə işçinin əsas hüquqları) qeyd olunur ki, hər bir işçi sosial müdafiə üzrə müavinətlərdən, **güzəştlərdən**, sosial sığorta hüququndan istifadə edə bilər. Əmək münasibətlərində güzəştlər haqqında danışarkən vacib bir nüansı qeyd etməyimiz lazım gəlir ki, bu da **ayrıseçkilik** məsələsidir. Əmək Məcəlləsinin 16-cı maddəsinin 1-ci hissəsində qeyd olunur:

**ARƏM 16.1:** *Əmək münasibətlərində vətəndaşlığına, cinsinə, irqinə, dininə, milliyyətinə, dilinə, yaşayış yerinə, əmlak vəziyyətinə, ictimai-sosial mənsəyinə, yaşına, ailə vəziyyətinə, əqidəsinə, siyasi baxışlarına, həmkarlar ittifaqlarına və ya başqa ictimai birliklərə mənsubiyyətinə, qulluq mövqeyinə, həmçinin işçinin işgüzar keyfiyyətləri, peşəkarlıq səriştəsi, əməyinin nəticələri ilə bağlı olmayan digər amillərə görə işçilər arasında hər hansı ayrı-seçkiliyə yol verilməsi, həmin amillər zəminində bilavasitə və ya dolayısı ilə **imtiyazların** və **güzəştlərin** müəyyən edilməsi, habelə hüquqlarının məhdudlaşdırılması qəti qadağandır. (Azərbaycan Respublikası Əmək Məcəlləsi Maddə 16)*

Yəni, maddədə qeyd olunan hallarda əmək münasibətləri zamanı hər hansısa ayrıseçkilik etmək qəti qadağandır. Amma həmin maddənin 2-ci hissəsində isə ayrıseçkilik hesab olunmayan hallar qeyd olunur.

**ARƏM 16.2:** *Qadınlara, əlillərə, yaşı 18-dən az olan və sosial müdafiəyə ehtiyacı olan digər şəxslərə əmək münasibətlərində **güzəştlərin, imtiyazların və əlavə təminatların** müəyyən edilməsi ayrı-seçkilik hesab edilmir. (AR Əmək Məcəlləsi Maddə 16)*

Əmək qanunvericiliyinin tələblərinə uyğun olaraq kollektiv müqavilələrdə də sosial həssas kateqoriyadan olan işçilərə əlavə güzəşt və imtiyazların nəzərdə tutulması xüsusilə təkid olunur. Yaşı 18-dən az olan işçilər üçün, eləcə də qadınlar üçün bir sıra güzəştlər nəzərdə tutulmuşdur. Bura iş saatlarının qısaldılması, məzuniyyətə görə əlavə stajların verilməsi, gecə vaxtı işləməyə qoyulan qadağalar və s. aiddir. Əmək münasibətləri zamanı ən mühüm güzəştlər mexanizmi isə Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində nəzərdə tutulmuşdur. VM-nin “Gəlir vergisindən azad olmalar və güzəştlər” adlı 102-ci maddəsində bir sıra güzəşt mexanizmləri nəzərdə tutulmuşdur. Bura kateqoriyasından asılı olaraq 400 AZN, 200 AZN, 100 AZN və 50 AZN vergi güzəştləri aiddir. VM-nin 102-ci maddəsində qeyd olunanlar müəyyən sosial-həssas kateqoriyadan olan əhali qrupunu əhatə edir. İşəgötürən tərəf isə kollektiv müqavilələrlə, daxili prosedur qaydaları ilə tənzimlənməklə işçilərinə digər əmək haqqı güzəştləri müəyyən edə bilər.

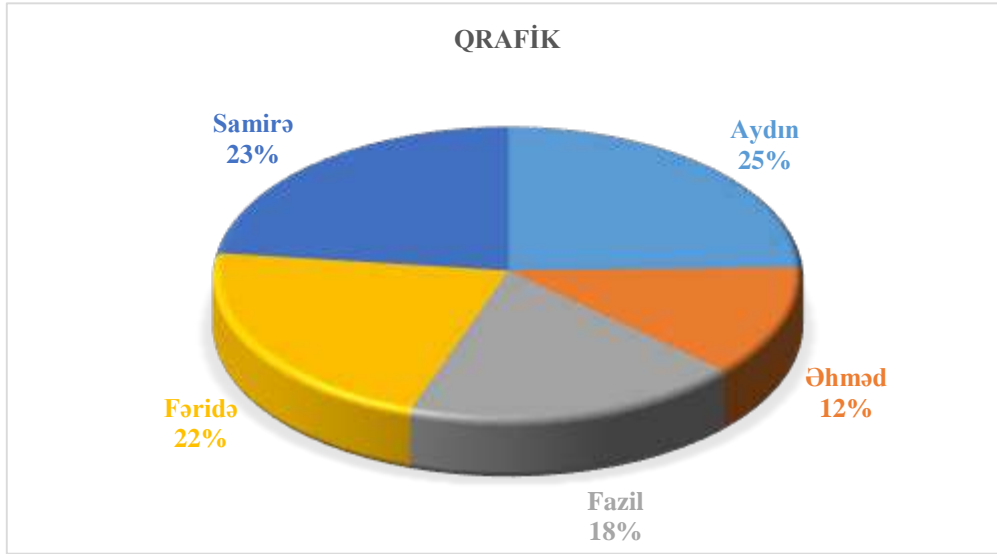
Müqayisə üçün 2020-ci il üzrə dövlət və ya neft-qaz sektorunda hər hansısa bir müəssisədə çalışan 5 işçi kateqoriyası üzrə 1000 AZN əmək haqqı alan işçinin vergi ödəmələrinin məbləğini diaqramda ətraflı şəkildə izahını verək. Bu təhlil VM-nin 102-ci maddəsində təsbit olunan hallara əsasən aparılacaqdır. Hər bir işçi kateqoriyasından nümunə olaraq biri götürüləcək və təhlil ediləcəkdir. İşçi kateqoriyaları isə aşağıdakılardır:

- 1) Heç bir kvotaya sahib olmayan, əmək fəaliyyətini normal qaydada davam etdirən Aydın adlı şəxs.
- 2) Müharibə veteranı adı almış və eyni zamanda əmək fəaliyyəti ilə məşğul olan Əhməd adlı şəxs.
- 3) II qrup əlilliyi olan Fazil adlı şəxs.
- 4) Məcburi köçkün olan Fəridə adlı şəxs.
- 5) Öhdəsində 20 yaşında gündüz təhsil alan oğlu və ya qızı olan Samirə adlı şəxs.

Belə ki, qüvvədə olan qanunvericiliyə uyğun olaraq, Aydın adlı şəxs 112 AZN, Əhməd adlı şəxs 56 AZN, Fazil adlı şəxs 84 AZN, Fəridə adlı şəxs 98 AZN, Samirə adlı şəxs isə 105 AZN gəlir vergisi ödəyəcəkdir. Qrafik 1-də vergi ödəmələri ilə əlaqədar faiz nisbətləri əks olunmuşdur. Qrafikdən də görüldüyü kimi ən az gəlir vergisini Əhməd, ən çoxunu isə Aydın ödəyəcəkdir. Əhmədin Vergi Məcəlləsinin 102-ci maddəsində qeyd olunan 400 AZN-lik güzəşt kateqoriyasına aid olması onun vergi öhdəliklərini əhəmiyyətli dərəcədə azaltmışdır.



**Qrafik 1. İşçilərin vergi ödənişlərinin faiz nisbəti**



İndi isə təqvim illəri üzrə əmək müqaviləsi ilə çalışan işçilərin qüvvədə olan qanunvericiliyə əsasən əmək haqqı cədvəllərini müqayisə edəcəyik. Müqayisə üçün son 4 il əsas götürüləcəkdir və müqayisə nümunə üzərində aparılacaqdır. Hər 4 il üzrə əmək haqqının hesablanması alqoritmi Cədvəl 1-də, əmək haqqının illər üzrə müqayisəsi isə Cədvəl 2-də öz əksini tapmışdır.

**Əmək haqqının illər üzrə hesablanması alqoritmi cədvəli  
(Cədvəl 1)**

Hesablamının alqoritmi (İllər üzrə)	2017	2018	2019	2020
<b>Vergiə cəlb olunan məbləğ</b>	Hesablanan aylıq əmək haqqı – Güzəşt	Hesablanan aylıq əmək haqqı – Güzəşt	Hesablanan aylıq əmək haqqı – Güzəşt	Hesablanan aylıq əmək haqqı – Güzəşt
<b>Ölkə üzrə yaşayış minimumunun 1 misli</b>	155 manat	173 manat	180 manat	190 manat

<b>Gəlir vergisi</b>	Vergiyə cəlb olunan məbləğ 2500-gədər olduqda: (Vergiyə cəlb olunan məbləğ – 155) * 14%) Vergiyə cəlb olunan məbləğ 2500-yuxarı olduqda: 350 + (Vergiyə cəlb olunan məbləğ – 2500) *25%)	Vergiyə cəlb olunan məbləğ 2500 manatadək olduqda: (Vergiyə cəlb olunan məbləğ – 173) * 14%) Vergiyə cəlb olunan məbləğ 2500 manatdan çox olduqda: 350 + (Vergiyə cəlb olunan məbləğ – 2500) *25%)	<b>Özəl sektor</b> -Vergiyə cəlb olunan məbləğ 8 000 manatadək olduqda: 0 8 000 manatdan çox olduqda: Vergiyə cəlb olunan məbləğ *14%, <b>Dövlət sektoru.</b> Vergiyə cəlb olunan məbləğ 2500 manatadək olduqda vergiyə cəlb olunan məbləğ – 200) * 14%); 2500 manatdan çox olduqda: 350 + (Vergiyə cəlb olunan məbləğ – 2500) *25%);	<b>Özəl sektor</b> -Vergiyə cəlb olunan məbləğ 8 000 manatadək olduqda: 0 8 000 manatdan çox olduqda: Vergiyə cəlb olunan məbləğ *14%, <b>Dövlət sektoru.</b> Vergiyə cəlb olunan məbləğ 2500 manatadək olduqda vergiyə cəlb olunan məbləğ – 200) * 14%); 2500 manatdan çox olduqda: 350 + (Vergiyə cəlb olunan məbləğ – 2500) *25%);
<b>DSMF ayırmaları</b>	Hesablanan aylıq əmək haqqı * 3%	Hesablanan aylıq əmək haqqı * 3%	Özəl sektor-Əmək haqqı 200 manatadək olduqda: Hesablanan aylıq əmək haqqı * 3%; Əmək haqqı 200 manatdan çox olduqda: 6 + (Hesablanan aylıq əmək haqqı-200) * 10%;	Özəl sektor-Əmək haqqı 200 manatadək olduqda: Hesablanan aylıq əmək haqqı * 3%; Əmək haqqı 200 manatdan çox olduqda: 6 + (Hesablanan aylıq əmək haqqı-200) * 10%;
			Dövlət sektoru- Hesablanan aylıq əmək haqqı * 3%;	Dövlət sektoru- Hesablanan aylıq əmək haqqı * 3%;
<b>İşsizlikdən sığorta fondu</b>	yoxdur	Hesablanan aylıq əmək haqqı * 0.5%	Hesablanan aylıq əmək haqqı * 0.5%;	Hesablanan aylıq əmək haqqı * 0.5%;
<b>Həmkarlar təşkilatına üzvlük haqqı</b>	Hesablanan aylıq əmək haqqı * x%: (əgər varsa)	Hesablanan aylıq əmək haqqı * x%: (əgər varsa)	Hesablanan aylıq əmək haqqı * x%: (əgər varsa)	Hesablanan aylıq əmək haqqı * x%: (əgər varsa)
<b>Yekun ödəniləcək məbləğ</b>	Yekun ödəniləcək məbləğ = Hesablanan əmək haqqı - Gəlir vergisi - DSMF ayırmaları - İşsizlikdən sığorta haqqı - Həmkarlar təşkilatına üzvlük haqqı	Yekun ödəniləcək məbləğ =Hesablanan əmək haqqı - Gəlir vergisi - DSMF ayırmaları - İşsizlikdən sığorta haqqı - Həmkarlar təşkilatına üzvlük haqqı	<b>Dövlət və özəl sektor</b> -Yekun ödəniləcək məbləğ = Hesablanan əmək haqqı - Gəlir vergisi - DSMF ayırmaları - İşsizlikdən sığorta haqqı - Həmkarlar təşkilatına üzvlük haqqı	<b>Dövlət və özəl sektor</b> -Yekun ödəniləcək məbləğ = Hesablanan əmək haqqı - Gəlir vergisi - DSMF ayırmaları - İşsizlikdən sığorta haqqı - Həmkarlar təşkilatına üzvlük haqqı

Mənbə: Müvafiq qanunvericilik aktları və mühasib.az internet saytı

Aşağıda isə nümunə olaraq 500 AZN əmək haqqı alan işçinin təqvim illəri üzrə əmək haqqı cədvəli müqayisəli şəkildə aşağıda göstərilmişdir.

**Təqvim illəri üzrə 500 AZN əmək haqqı alan işçinin əmək haqqı cədvəli (Cədvəl 2)**

<b>CƏDVƏL</b>	<b>2017-ci il</b>	<b>2018-ci il</b>	<b>2019-cu il</b>	<b>2020-ci il</b>
Əmək haqqı məbləği	<b>500 AZN</b>	<b>500 AZN</b>	<b>500 AZN</b>	<b>500 AZN</b>
Gəlir vergisi (işçi tərəfindən)	48.30	45.78	0	0
Pensiya fondu (işçi tərəfindən)	15	15	36	36
Pensiya fondu (işəgötürən tərəfindən)	0	110	89	89
İşsizlikdən sığorta haqqı (işçi tərəfindən)	0	2.5	2.5	2.5
İşsizlikdən sığorta haqqı (işəgötürən tərəfindən)	0	2.5	2.5	2.5
İcbari tibbi sığorta haqqı (işçi tərəfindən)	0	0	0	5
İcbari tibbi sığorta haqqı (işəgötürən tərəfindən)	0	0	0	5
<b>İşçinin aldığı net əmək haqqı</b>	<b>436.70 AZN</b>	<b>436.72 AZN</b>	<b>461.5 AZN</b>	<b>456.5 AZN</b>

2017-ci ildə qüvvədə olan qanunvericiliyə əsasən işçinin əmək haqqısından 14% miqdarında gəlir vergisi və 3% miqdarında sosial sığorta ödəmələri tutulur. 2017-ci il üçün ölkə üzrə yaşayış minimumu isə 155 AZN təşkil etmişdir. Bununla yanaşı hesablanmış əməyin ödənişi fondunun və məcburi dövlət sosial sığortasına cəlb olunan digər gəlirlərin 22 faizi miqdarında sığortaedən tərəfindən işçi sığorta edilir.

İşəgötürən tərəfindən isə işçinin əmək haqqısının 22%-i miqdarında sosial sığorta haqqı ödənilir və bu məbləğ (500 AZN-in 22%-i) 110 AZN təşkil edir. Deməli 2017-ci il üçün **500 AZN** əmək haqqı alan işçidən digər tutulmalar nəzərə alınmamaq şərtilə **63.30 AZN** və işəgötürən tərəfindən isə **110 AZN** miqdarında ödəmələr həyata keçirilir. İşçinin alacağı net əmək haqqı məbləği isə **436.70 AZN** olacaqdır.

2018-ci ildə qüvvədə olan qanunvericiliyə əsasən işçinin əmək haqqısından 14% miqdarında gəlir vergisi və 3% miqdarında sosial sığorta ödəmələri tutulur. 2018-ci il üçün ölkə üzrə yaşayış minimumu 173 AZN təşkil etmişdir. Əlavə olaraq 1 yanvar 2018-ci il tarixindən qüvvəyə minmiş “İşsizlikdən sığorta haqqında” qanuna əsasən işçinin əmək haqqısından və işəgötürənin işçi üçün ayırdığı əmək haqqı fondundan 0.5% miqdarında işsizlikdən sığorta haqqı tutulur. İşəgötürən tərəfindən isə işçinin əmək haqqısının 22%-i miqdarında sosial sığorta haqqı (500 AZN-in 22%-i) və əmək haqqı fondunun 0.5%-i (500 AZN-in 0.5%-i) miqdarında işsizlikdən sığorta haqqı ödənilir ki, bu da ümumilikdə 112.50 AZN təşkil edir. Deməli 2018-ci il üçün **500 AZN** əmək haqqı alan işçidən digər tutulmalar nəzərə alınmamaq şərtilə **63.28 AZN** və işəgötürən tərəfindən isə **112.50 AZN** miqdarında ödəmələr həyata keçirilir. İşçinin alacağı net əmək haqqı məbləği isə **436.72 AZN** olacaqdır.

Bildiyimiz kimi, 2019-cu il üzrə vergi və sosial sığorta haqqında qanunvericiliyə çoxsaylı və əsaslı dəyişikliklər edilmişdir.

Ölkə iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsi, neft asılılığından xilas olub qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi, kölgə iqtisadiyyatından xilas olmaq, əhəlinin yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılması və ümumilikdə iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi məqsədilə mövcud

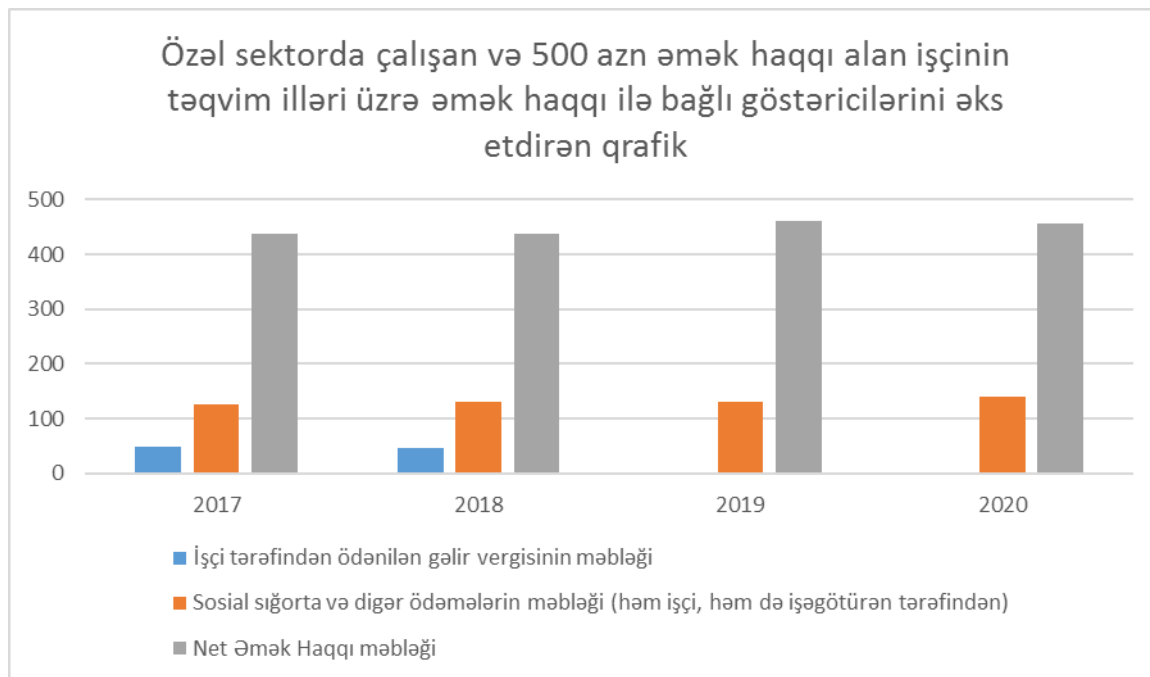
qanunvericiliyə dəyişikliklər edilmişdir. Belə ki 2019-cu il üzrə əmək haqqından tutulmalar fəaliyyət sahəsindən asılı olaraq fərqli formada hesablanmışdır. Əlavə olaraq, 2019-cu il üçün ölkə üzrə yaşayış minimumu 180 AZN təşkil etsə də əvvəlki illərdən fərqli olaraq əmək haqqından vergi tutulmalı olan məbləği hesablayan zaman yaşayış minimumunu deyil 200 AZN-i çıxmaq nəzərdə tutulmuşdur. Vergi ödəyiciləri 2 kateqoriyaya ayrılmışdır: 1) Qeyri-neft-qaz və özəl sektor 2) Dövlət və neft-qaz sektoru. İşəgötürən tərəfindən özəl sektor üçün mövcud olan qanunvericiliyə əsasən işçinin əmək haqqısının 200 manatadək olan hissəsinin 22%-i miqdarında, yəni **44 manat** və 200 manatdan yuxarı hissəsinin 15%-i miqdarında (300 AZN-in 15%-i), yəni **45 manat** vəsait ödəyəcəkdir. Əlavə olaraq işəgötürən tərəfindən işsizlikdən sığorta haqqı (500 AZN-in 0.5%-i) **2.5 manat** ödəniləcəkdir. Ümumilikdə işəgötürən tərəfindən sosial sığorta ayırmalarına **91.50 AZN** xərc çəkiləcəkdir. Dövlət və neft-qaz sektorunda İşəgötürən tərəfindən (500 AZN-in 22%-i miqdarında) **110 AZN** və (500 AZN-in 0.5%-i miqdarında) **2.5 AZN** məbləğində sığorta ayırmaları və işsizlikdən sığorta haqqı hesablanıb ödənilir. İşəgötürən tərəfindən ödənəcək ümumi məbləğ isə **112.50 AZN** təşkil edir. 2019-cu il üzrə hər 2 sektor üzrə işçilərin aldığı əmək haqqılarına diqqət yetirsək görürük ki, 500 AZN əmək haqqı alan və özəl sektorda çalışan işçinin əmək haqqısı eyni miqdarda əmək haqqı alan və dövlət, neft-qaz sektorunda çalışan işçinin əmək haqqısından 21 AZN çoxdur. Əgər nümunə olaraq daha böyük rəqəm götürsəydik, bu zaman fərq daha çox nəzərə çarpacaqdır. Daha bir maraqlı nüans ondan ibarətdir ki, dövlət və neft-qaz sahəsində çalışan işçi dövlət büdcəsinə gəlir vergisi ödəyir. Amma 8000 manatadək əmək haqqı alan və qeyri-dövlət, qeyri-neft-qaz sahəsində çalışan işçi isə gəlir vergisindən azaddır. Əvəzində sosial-sığorta xərcləri artsada nəticədə ödədiyi məbləğ işçinin sosial sığorta hesabına ödənilmiş olur və gələcəkdə öz sosial sığorta hesabındakı kapitalı artırmış olur. Bu da özəl sektorun inkişaf etdirilməsi və iqtisadiyyatın diversifikasiyası üçün çox mühüm addımdır.

2020-ci il üzrə hesablama 2019-cu illə müqayisədə fərqlənmir. Əlavə olaraq 2020-ci ildən “İcbari tibbi sığorta haqqında qanun” un qüvvəyə minməyini nəzərə alaraq 2020-ci il üçün yenidən fəaliyyət sektorları nəzərə alınaraq icbari tibbi sığorta haqqı tutulacaqdır. Belə ki, neft-qaz sahəsində fəaliyyət göstərməyən və qeyri-dövlət sektoruna aid edilən müəssisələrdə çalışanların əmək haqqları 8000 manatadək olduqda, həm işçi, həm işəgötürən tərəfindən əmək haqqının 1 %-i miqdarında, 8000 manatdan yuxarı hissəsində isə 0.5 % miqdarında icbari tibbi sığorta haqqı ödəniləcəkdir. Amma neft-qaz və dövlət sektorunda fəaliyyət göstərən müəssisələrdə isə çalışanların əmək haqqları 8000 manatadək olduqda, həm işçi, həm işəgötürən tərəfindən əmək haqqının 2%-i miqdarında, 8000 manatdan yuxarı hissəsində isə 0.5% miqdarında tətbiq edilməklə icbari tibbi sığorta haqqı ödəniləcəkdir. Beləliklə 2020-ci il üzrə icbari tibbi sığorta haqqları üzrə əmək haqqından tutulmalarda neft-qaz və dövlət sektorunda çalışan 500 AZN əmək haqqı alan işçidən və işəgötürəndən hər birindən **10 AZN** məbləğində icbari tibbi sığorta haqqı tutulacaqdır. Lakin qeyri-neft-qaz və qeyri-dövlət sektorunda çalışan 500 AZN əmək haqqı alan işçidən və işəgötürəndən hər birindən **5 AZN** məbləğində icbari tibbi sığorta haqqı tutulacaqdır. 2019-cu ilin müvafiq göstəriciləri ilə müqayisədə 2020-ci il üçün işçilərin alacağı net əmək haqqı məbləğində cüzi azalma müşahidə olunacaqdır.

Ancaq məsələyə başqa bucaq altından baxarsaq, işçilərin sağlamlığı üçün çox düzgün bir addım olduğunu görə bilərik. Lakin global problemə çevrilmiş yeni koronavirus (COVID-19) infeksiyasının yayılması ilə əlaqədar olaraq, icbari tibbi sığorta ilə əlaqədar məcburi tutulmaların 2021-ci ilədək təxirə salınması da gündəmdə olan məsələlərdən-

dir. Qrafik 2-də, Cədvəl 2-yə müvafiq şəkildə, əmək haqqı göstəriciləri vizual olaraq əks olunmuşdur.

**Qrafik 2. Təqvim illəri üzrə əmək haqqı və tutulmaların müqayisəsi**



2019-cu ilin ötən dövrü ərzində “Əmək müqavilələri bildirişi üzrə Elektron İnformasiya Sistemi”nin məlumatına əsasən əmək müqavilələrinin sayı 150 min artıb. Artan əmək müqavilələrinin 2/3-si özəl sektorun payına düşür. Bu göstəriciyə görə bir çox məsələləri qeyd etmək olar. Belə ki qeyd olunan sayda əmək müqavilələrinin artması həmin sayda iş yerinin kölgədən çıxdığının və yeni iş yerlərinin yarandığının göstəricisidir. İşçilərin rəsmi qeydiyyatına alınması nəticəsində həm sosial sığorta ödəmələri, həm işsizlikdən sığorta ödəmələri əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır ki, bu da gələcəkdə vətəndaşların pensiya təminatı məsələlərinə çox ciddi şəkildə müsbət təsir edəcəkdir. Eyni zamanda vətəndaşlar öz əmək hüquqlarını müdafiə edə biləcəklər. Məzuniyyət hüquqlarından düzgün şəkildə istifadə edə biləcəklər. Əmək qabiliyyətini müvəqqəti itirdiyi dövrlərdə əmək qabiliyyətinin olmamasına görə müavinət əldə edə biləcəklər. Sosial sığorta sistemində qeydiyyatda düşəcəklər və ya öz mövcud kapitallarını artırıcaqlar ki, bu da gələcəkdə sosial təminat məsələlərini həll edəcəkdir.

### Nəticə

Bütün qeyd olunan məsələlər dövlətin apardığı uğurlu sosial və iqtisadi siyasət sayəsində mümkün oldu. Vergi və sosial sığorta qanunvericiliyinə edilən əhəmiyyətli dəyişikliklər, vergi güzəştlərinin tətbiq edilməsi, sosial sığorta yükünün işçi və işəgötürən arasında balanslaşdırılmış şəkildə tətbiq edilməsi həm işəgötürənlər üçün, həm də işçilər üçün faydalı oldu.

Gəlir vergisinin ləğv olunması dövlət büdcəsinə daxilolmalarda azalmaya gətirib çıxartsa da son nəticədə aparılan vergi islahatları nəticəsində ümumi sahibkarlıq inkişaf etmiş oldu və 2019-cu il ərzində vergi və gömrük orqanları tərəfindən proqnozdan artıq 1

milyard manata yaxın əlavə vəsait büdcəyə daxil oldu. Əvvəllər işçinin əmək haqqı fonduna işəgötürən tərəfindən ödənilən 22% sosial sığorta ödəmələri daxil idi ki, bu da yetərinə çox böyük rəqəm idi və işəgötürənlər bu kimi xərclərdən qaçmaq üçün ya qeyri-rəsmi münasibətlərə ya da əmək haqqının rəsmi hissəsinin gizlədilərək daha az göstərilməsinə çalışırdılar. Amma 2019-cu ildə qanunvericiliyə edilmiş əsaslı dəyişikliklərlə özəl sektor üçün işəgötürən 22%-lik sosial sığorta ödəmələri əvəzinə 15% ödəməli oldu. İşçi isə 10% miqdarında ödəməli oldu. Bununla da işəgötürənin işçi xərcləri əhəmiyyətli dərəcədə azalmış oldu. Əlavə olaraq “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların dayandırılması haqqında” qanuna uyğun olaraq yoxlamalar 2021-ci ilədək dayandırılmışdır ki, bu da dövlətin sahibkarlığın inkişafı istiqamətində atılmış addımı kimi qiymətləndirilir. Əmək münasibətlərinin tənzimlənməsi istiqamətində aparılan uğurlu siyasətə qeyri-dövlət və qeyri-neft-qaz sektorunda çalışanlar üçün gəlir vergisinin ləğv edilməsi məsələsini göstərə bilər ki, bunun sayəsində əhəlinin əmək haqqısında (net əmək haqqı) artımlar müşahidə olundu və bu kimi məsələlərin təsiri ilə ölkə üzrə ümumi əmək müqavilələrinin sayı 2019-cu il üçün 150 min artmış oldu. Rəsmi əmək müqavilələrin sayının artması ilə iqtisadiyyatın bir hissəsi kölgədən çıxdı və işəgötürənlərin böyük əksəriyyəti rəsmiyyətə keçməyə təşəbbüs göstərdilər ki, bunun sayəsində İşsizlikdən sığorta Fondunun və Dövlət Sosial Müdafiə Fondunun gəlirlərində əhəmiyyətli artımlar müşahidə olundu. Rəsmi əmək müqavilələri bağlandıqdan sonra hər bir işçi minimum əmək haqqıdan (hal-hazırda 250 AZN) az olmayaraq əmək haqqı almaq hüququ əldə etdi. Çünki əvvəlki dövrlərdə əmək haqqılarının məqsədli şəkildə rəsmi hissəsi az göstərilirdi ki, vergi və sosial ödəmələr daha az olsun.

Ümumiyyətlə, qanunvericilikdə müəyyən olunmuş məcburi güzəştlərlə yanaşı yaxşı olardı ki, hər bir müəssisə öz daxili prosedur qaydalarına uyğun olaraq, Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsinin 31.3 və 185-ci maddələrinin tələblərinə uyğun olaraq, kollektiv müqavilələrlə tənzimlənməklə işçilərə müəyyən **güzəştlər mexanizmi** işləyib hazırlasın. Təbii ki bu proses ədalətli və şərtləri öncədən məlumatlandırılmaqla həyata keçirilməlidir ki, təşkilatda işçi-işəgötürən münasibətlərinə xələl gəlməsin. Eyni zamanda global problemə çevrilmiş yeni koronavirus (COVID-19) infeksiyasının yayılmasına qarşı bütün dünyada bir sıra tədbirlərin həyata keçirildiyinin şahidi oluruq. Bu günlərdə ölkəmizdə Nazirlər Kabineti yanında Operativ Qərargahın bütün təklif və qadağalarına hər bir müəssisə və təşkilatın riayət etməsi önəmlidir. Bu səbəbdən işəgötürənlər öz işçilərini ixtisar etməmək, müəyyən güzəştlərə getməyi korporativ sosial məsuliyyət tədbirinin bir tərkib hissəsi kimi baxmalı və öz dəstəyini əsirgənməməlidir.

### Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi 2017, 2018, 2019, 2020
2. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi 2020
3. Müvafiq qanunvericilik aktları (“İcbari Tibbi Sığorta” haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, “Sosial sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu)

### İnternet resursları:

4. e-qanun.az
5. muhasib.az

**IMPACT OF REGULATION OF LABOR RELATIONS ON THE NATIONAL ECONOMY THROUGH THE MECHANISM OF CONCESSIONS**

**A.A.Guluzadeh**

**SUMMARY**

This article deals with the regulation of labor relations through the mechanism of concessions and the extent to which it affects the national economy. The importance of measures taken by the government to diversify the economy and develop the non-oil sector is stressed.

**ВЛИЯНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ ЧЕРЕЗ МЕХАНИЗМ ЛЬГОТ НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ**

**А.А.Гулузаде**

**РЕЗЮМЕ**

В статье рассматриваются вопросы регулирования трудовых отношений через механизм уступок и степень их влияния на национальную экономику. Отмечена важность мер, предпринимаемых государством по диверсификации экономики и развитию ненефтяного сектора.

*Məqalə redaksiyaya 2 may 2020 tarixində daxil olmuş, 3 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 339.1

## РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

**Э.Ф.Оруджев**

Азербайджанский Государственный Экономический Унтверситет  
Баку, ул.А.Саххата 45а  
e-mail: elmir05\_96@mail.ru

*Açar sözlər:* regional turizm, turizm bazarı, marketing

*Keywords:* regional tourism, tourist market, marketing

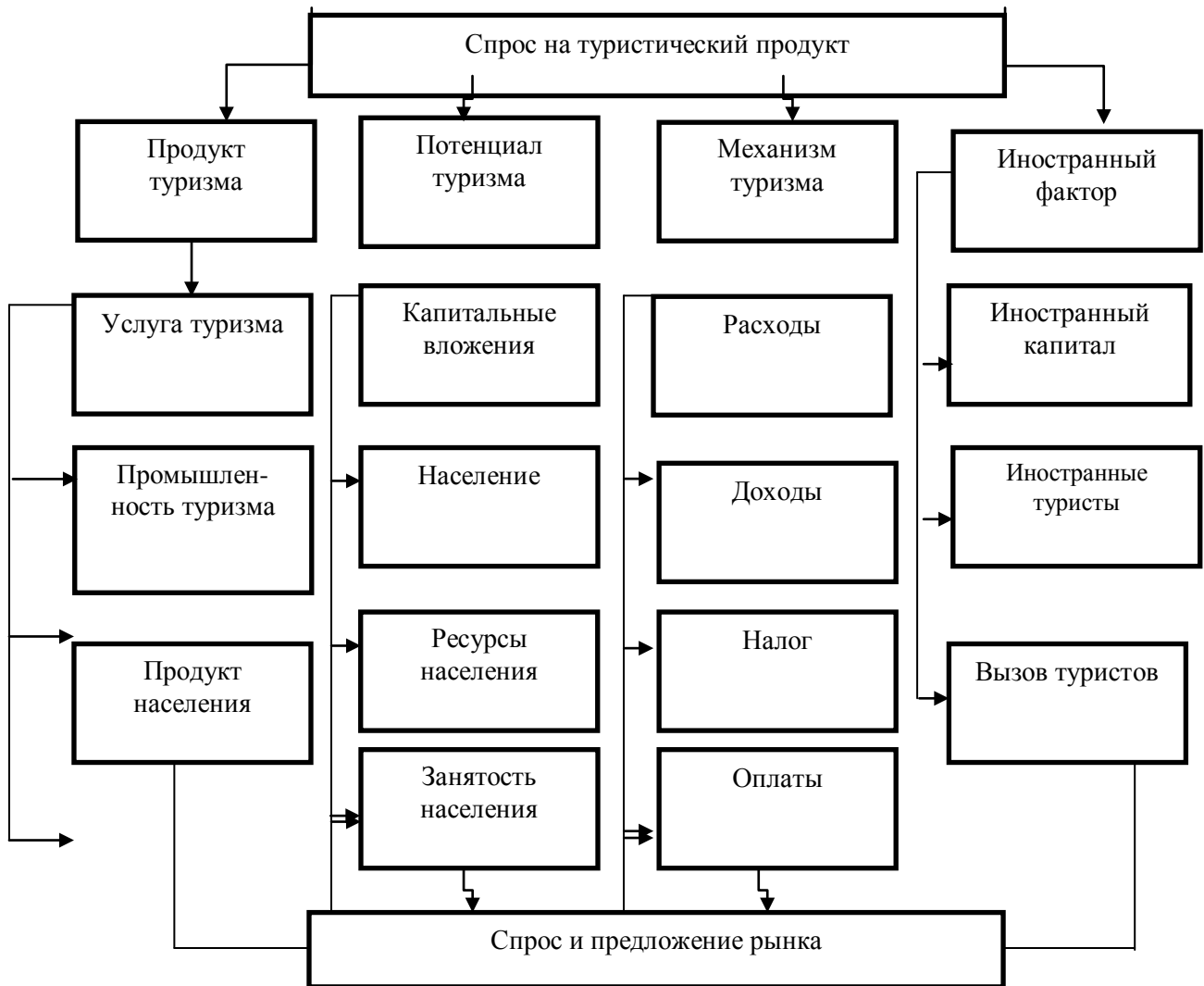
*Ключевые слова:* региональный туризм, туристический рынок, маркетинг

В статье рассматривается формирование маркетинговой стратегии регионального туризма. Региональный туризм имеет сложное образование, обладающее экономическими, экологическими, социальными и правовыми функциональными свойствами. Цель регионального туризма - определение факторов, обеспечивающих удовлетворение спроса туристов в туристских услугах. Первоначальными задачами регионального туризма являются потребности клиентов и исследование туристического рынка.

Маркетинг в туризме - это система постоянного управления производством, реализацией туристского продукта и согласования предлагаемых услуг. Маркетинг - это наука и культура поиска, удержания и расширения прибыльных клиентов. Маркетологи современного мира рассматривают маркетинговую деятельность как процесс, который позволяет компании генерировать и поддерживать свой спрос, получать часть своего дохода. Маркетинговые возможности - способность извлекать выгоду, при условии, что потребители удовлетворяют свои потребности. Делая это, компания должна создать высококачественный и полезный набор продуктов для потребителей, и сделать это, чтобы повысить репутацию компании и бренда. Еще одним важным аспектом является необходимость постоянно совершенствовать стратегические и операционные инструменты маркетинга. Постоянное внимание компании к маркетинговым исследованиям не только собирает необходимую информацию, но и позволяет планировать маркетинг для изменения окружающей среды, а также, при необходимости, тактику «атаки» фирмы. Это следует рассматривать как новый качественный подход к развитию функции маркетинговых исследований.



Рисунок 1 – Схема туристического рынка



Источник: «Региональные особенности формирования и управления рынок туризма в Азербайджане, Э.Г.Маммедов, 2013»

Рынок регионального туризма - это сфера экономических отношений между производителями и потребителями туристических продуктов, которая превращает туристические услуги в деньги и наоборот. Каждый производитель и потребитель имеет здесь свои экономические интересы. В связи с этим рынок является уникальным инструментом координации производства и спроса. Здесь покупатели играют ключевую роль. Основная задача хорошего продавца - удовлетворить потребности своих покупателей на высоком уровне. Рынок регионального туризма очень сложен и имеет широкую структуру. Здесь товары продаются в основном через посредников, а не напрямую. Однако в некоторых случаях туристическая деятельность не используется для доставки туристического продукта потребителю, то есть продукт продается напрямую от тур агента к потребителю.

Рынок туризма определяется междисциплинарными целями и механизмами. Схематично туристический рынок можно описать следующим образом (Рисунок 1).

Появление и развитие маркетинга в туризме обусловлено созданием экономической и конкурентной среды и волатильностью спроса на туристические продукты. Волатильность спроса является более сильным фактором, влияющим на развитие маркетинга. Волатильность спроса на туристические продукты зависит от многих факторов, что является проявлением потенциального туристского поведения. В связи с этим мотивы туристических поездок предпочтительнее активного отдыха и наслаждения. Особый интерес представляют виды туризма, которые представляют особый интерес в туристических поездках.

В современных туристических поездках требования для поездок за границу выше, чем для внутренних туристических поездок. Это особенно верно для Азербайджана. Наши граждане могут воспользоваться качественными туристическими услугами за рубежом по очень низким ценам. Однако такие условия внутри еще не созданы. Существует большое несоответствие между ценой и качеством продукции. Поэтому валюта по-прежнему приходит с туристами, путешествующими за границу.

Таким образом, структурные изменения в туристических услугах, изменения форм конкуренции и поведения туристов заставляют туристический бизнес искать новые маркетинговые меры. Среди этих функций, контакт с клиентами выходит на первый план. Построение долгосрочных отношений с клиентами менее эффективно, чем затраты на маркетинг.

Туризм - это межотраслевой сектор, в котором качество предложения не должно отличаться от качества обслуживания, то есть оно неотделимо. Все сотрудники фирмы являются покупателями в качестве продавца. Они на самом деле являются частью предлагаемого туристического продукта. Поэтому маркетинг является неотъемлемой частью философии всех сотрудников, и все они должны нести ответственность за маркетинг. Создание таких условий требует нового подхода к маркетингу. Теоретической основой такого подхода является концепция маркетинговых отношений. Эта концепция основана на том, что классические методы маркетинга не способны решить проблемы, стоящие перед туристическим бизнесом. Без культуры предприятия, низкого качества персонала и контактов с туристами невозможно развитие маркетинга в туризме, а эффективность мер, принимаемых в этой области, очень низкая. Таким образом, концепция маркетинговых отношений притягивает центр тяжести от технологии маркетинга к отношениям, которые создаются и продолжают с покупателями, то есть к социальным отношениям. Основная цель маркетинга здесь не меняется, но все же для удовлетворения всех требований покупателей. Но методы, которые приводят к этой цели, меняются.

Основная идея маркетинга в туризме заключается в создании спроса на услуги и туристические товары.

Туристическая компания должна производить продукты, которые отвечают потребностям покупателя, а не только то, что могут производить туристические продукты, в каком уровне и качестве. Это основная идея концепции туристического маркетинга. Некоторые азербайджанские туристические компании, не учитывая эту концепцию, производят роскошные и чрезвычайно дорогие туристические продук-

ты, а затем задаются вопросом, почему они не могут продавать этот продукт. Местные туристы используют только дорогие, недорогие продукты. Иностранные туристы не предоставляют этот продукт, он не соответствует их вкусу. По этой причине некоторые туристические фирмы не могут работать с высоким доходом.

Для анализа и оценки факторов, влияющих на развитие регионального туризма в Азербайджане, используется метод экспертного опроса с использованием анкеты. Экспертный опрос был проведен с представителями 20 турагентов и туроператоров, таких как «Four seasons travel», «Turism.az travel», «Europe travel», «Atlantic travel», «Yes travel» и т.д. Из этих турагентств и туроператоров, которые занимаются туризмом больше 5-7 лет, большинство занимается, как и зарубежным, так и внутренним туризмом. На вопрос «На основании услуг, которые вы предоставили за последний год, перечислите наиболее популярные направления для иностранного туризма» больше всего ответов было за Турцию, Грузию, Россию, ОАЭ. Большинство внутренних туров, составляет 1-3 дневные туры. Большинство зарубежных туров, составляет 4-10 дневные туры. Транспорт, используемый во внутреннем туре, в основном личный автомобиль и автобус. Транспорт, используемый в зарубежных турах, в основном самолет, автобус, катер. Средняя сумма, потраченная на внутренние туры, в среднем на человека в день составляет 21-40 манат. Средняя сумма, потраченная на зарубежные туры, в среднем на человека в день составляет больше 100 долларов. Самые популярные и предпочитаемые авиакомпании среди клиентов турагенты и туроператоры выделили «Azal», «Turkish Air Lines», «Qatar Airline», «Fly Dubai», «Pegasus» и т.д..

**Таблица 1. Самые популярные направления внутреннего туризма**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Город Баку										+
Апшеронский э.р							+			
Гянджа-Газахский э.р.							+			
Шеки-Загатальский э.р.							+			
Ленкораньский э.р.							+			
Губа-Хачмазский э.р.								+		
Аранский э.р.				+						
Горный Ширванский э.р.				+						
Нахчыванская А.Р.								+		

**Источник: составлено автором на основе проведенного анкетного опроса**

Основываясь на туристические показатели за последний год, эксперты отметили самые популярные направления внутреннего туризма по 10-балльной шкале (Таблица 1): Баку - 10, Апшеронский экономический район - 7, Гянджа-Газахский экономический район - 7, Шеки-Закатальский экономический район - 7, Ленкораньский экономический район - 7, Губа-Хачмазский экономический район - 8, Аранский экономический район - 4, Нагорный Ширван - 4, Нахчыванская Автономная Республика – 8. Как мы видим, самые высокие оценки имеет Баку, а самые низкие оценки имеет Аранский экономический район и Нагорный Ширван. Это значит, местное население больше предпочитает столицу, чем регион, как и зарубежные туристы. В качестве одной из основных причин можно указать развитую туристскую инфраструктуру столицы и формирование туристического бренда города Баку.

Так же для анализа и оценки факторов, влияющих на развитие регионального туризма в Азербайджане, используется статистический и сравнительный анализ. Статистические данные взяты из Государственного Статистического Комитета Азербайджанской Республики.

**Таблица 2. Количество принятых и отправленных туристов**

Года	2006	2009	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Количество принятых и отправленных туристов	45605	59700	101431	104764	101406	73527	63543	77587	83722
Общепринятые	14472	17009	23440	10605	10657	2009	8949	13455	12777
Отправленные	31133	42691	77991	94159	90749	71518	54594	64132	70945
Количество полученных и отправленных туров	218982	383479	674435	753887	683794	501819	370520	487446	549037
Общепринятые	82857	109282	135838	58173	57931	8102	33054	65804	60645
Отправленные	136125	274197	538597	695714	625863	493717	337466	421642	488392

**Источник:** составлено автором на основании электронного ресурса (<https://www.stat.gov.az/source/tourism/>)

В Таблице 2 приводятся данные о количестве туристов, принятых и отправленных туроператорами страны за 2006 - 2018 годы. Как следует из таблицы, количество туристов, принятых и отправленных в 2018 году, больше предыдущего года на 6000 человек, однако этот показатель уменьшился на 20% по сравнению с показателями 2013 года, когда наблюдался самый высокий показатель принятых и отправленных туристов, самый низкий был в 2006 году.

### **Выводы и предложения**

В Азербайджане маркетинговые исследования туристической деятельности проводятся крайне редко. Возможно, именно по этой причине в нашей стране имеются неудачи в сфере регионального туризма. В качестве примера, проведем свое краткое маркетинговое исследование (опрос) о региональном туризме в Азербайджане.

В результате данных анкеты, проводящейся среди турагентов и туроператоров, можно выявить некоторые проблемы регионального туризма. Например, одной из проблем является слабое внедрение маркетинговой стратегии, недостаточная работа проводится в сфере формирования туристических брендов отдельных регионов, также можно отметить слабую инфраструктуру регионов, неэффективную стратегию маркетинговых коммуникаций.

На основании нашего исследования можно сделать вывод, что одним из направлений достижения развития туризма в стране является развитие регионального туризма. Это, в свою очередь, зависит от формирования правильных маркетинговых стратегий в регионах и от позиции регионов как привлекательного места на внутреннем и внешнем рынках. При разработке маркетинговой стратегии регионального туризма, целесообразно учитывать следующие предложения:

- необходимо выделить признаки конкуренции в регионах, что облегчает их оценку;
- целесообразно создавать в регионах отделы туризма для проведения организационно-правового обоснования туризма. Департаменты будут разрабатывать и реализовывать региональные программы с учетом специфики региона;
- совершенствование информационно-методического обеспечения регионального туризма. Для этого необходимо подготовить брошюры по истории региона, зонам отдыха и лечения, создать региональные туристические объекты;
- развитие туристической инфраструктуры в регионах. Для этого необходимо строить гостиницы и отели различного типа и звезд, увеличивать количество предприятий общественного питания, улучшать транспортное сообщение;
- создание территориальных брендов для позиционирования территорий в качестве туристических направлений, и для этого проведения различных мероприятий, выставок, фестивалей, конкурсов в регионах;
- целесообразно проводить краткосрочные и среднесрочные курсы и тренинги в регионах для решения кадровых вопросов. Обучение местного персонала на этих курсах также означает решение социальных проблем регионов;
- чтобы повысить конкурентоспособность продукции, туристические предприятия должны подготовить различные туристические пакеты для своих клиентов, которые должны быть направлены на удовлетворение потребностей всех туристических сегментов;
- развитие сельского туризма должно быть в центре внимания в целях пропаганды здорового образа жизни и развития экотуризма в стране;
- обеспечение социально-экономического развития регионов с классификацией важных целей и соответствующих ресурсов для развития туризма в регионах;
- создание стимулов для иностранных инвестиций и специальных средств населения в развитие регионального туризма;

- организация многодневных поездок для развития горного туризма, спорта и отдыха;
- развитие религиозного туризма для местного населения в регионах;
- охрана, использование и развитие объектов туристической инфраструктуры, а также памятников истории и культуры с целью деловых поездок, знакомства с историческими памятниками;
- строительство лечебных и санаторно-курортных туристических зон, предприятий и сооружений этого направления, их развитие и реализация таким образом большего числа туристов;
- достижение значительного развития в этой области путем создания новых рабочих мест в регионах, строительства новых туристических объектов, привлечения квалифицированных и профессиональных кадров, оказания государственной поддержки этим предпринимателям и этим предприятиям, совершенствования механизмов финансирования и кредитования.

В сфере услуг целесообразно создавать комплексные услуги для упрощения таких процессов, как оформление документов, направление иностранных туристов в стране.

- должен быть подготовлен план действий и работа в этом направлении, чтобы туристические объекты в регионах соответствовали международным стандартам с точки зрения качества, обслуживания и других аспектов;
- следует принять более гибкие меры для создания и развития важных инфраструктур, дорог, пунктов обслуживания, отделений банков;
- качество и уровень обслуживания должны быть улучшены в местах временного отдыха на дорогах вдоль существующих туристических маршрутов;
- по мере возможности необходимо развивать отличные языковые навыки специалистов и профессионалов в области туристической базы наряду с другими качествами, а также проводить регулярные учебные курсы и семинары для существующих сотрудников туристических объектов, гостиниц и других предприятий. Планы сертификации на местах должны быть рассмотрены и реализованы.

### Ədəbiyyat

1. Ə.Q.Əlirzayev. "Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi". Bakı-2010, İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı
2. B.Ə.Bilalov, Ç.G.Gülaliev. "Turizmin Əsasları". Bakı-2015
3. F.İ.Qurbanov. "Azərbaycanda Turizmin inkişaf problemləri". Bakı-2007, Adiloğlu nəşriyyatı
4. "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi", 2016
5. Hacıyeva L.A. "Xidmət sahələrinin marketinqi", Bakı, "Biznes universiteti", 2013
6. Hacıyeva L.A. "Ərazi brendlərinin formalaşması istiqamətləri. Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları". 2017
7. Hacıyeva L.A. "Turizm klasterlərinin formalaşması mexanizmi". AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, Elmi Əsərlər, 2018
8. E.Q.Məmmədov. "Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri". 2013

9. Боголюбова С.А. Факторы неэффективного развития региональной инфраструктуры туризма : Учеб. пос. / С.А. Боголюбова, Д.Ф. Василица. – М. : ИНЖЭКОН, 2011. – с. 155
10. Григорьев М.Н. Маркетинг : Учеб. пос. / М.Н. Григорьев. – М. : Юрайт, 2015. – с. 559
11. Гаджиева Л.А. Туризм в Азербайджане: статистический анализ и перспективы развития рынка. «Экономика и предпринимательство», №3 (ч. 2), 2017, Москва
12. Квартальнов В.А. Туризм : Учеб. пос. / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – с. 320
13. Котлер Ф. Основы маркетинга : Учеб. пос. / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2007. – с. 656
14. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент : Лекции / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова – М. : ИНФРА-М, 2004. – с. 288
15. Э.Г.Маммедов. «Региональные особенности формирования и управления рынок туризма в Азербайджане». 2013
16. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>
17. <https://www.unwto.org/>
18. [http://www.lib.bbu.edu.az/read.php?item\\_type=lecture&file\\_type=pdf&file=52](http://www.lib.bbu.edu.az/read.php?item_type=lecture&file_type=pdf&file=52)
19. <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/regionalnyy-turizm.html>

## **REGIONAL TURİZM ÜÇÜN MARKETİNQ STRATEGİYASININ HAZIRLANMASI**

**E.F.Orucov**

### **XÜLASƏ**

Məqalədə regional turizm üçün marketing strategiyasının formalaşdırılması probleminə həsr olunmuşdur. Regional turizmin bir sıra funksional xüsusiyyətləri təfəssilə ilə araşdırılmışdır.

## **DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGY FOR REGIONAL TOURISM**

**E.F.Orujov**

### **SUMMARY**

This article is dedicated to the problem of formation of marketing strategy for regional tourism. Various functional properties of regional tourism are analyzed in detail.

*Məqalə redaksiyaya 4 may 2020 tarixində daxil olmuş, 5 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## SOSIAL MEDIA MARKETİNQİNİN TURİZMƏ TƏSİRİ

**N.M.Quluzadə**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, Əhməd Rəcəbli küçəsi 69  
e-mail: nquluzade95@gmail.com

*Açar sözlər:* sosial media, turizm, Facebook, Instagram, Twitter

*Key words:* social media, tourism, Facebook, Instagram, Twitter

*Ключевые слова:* социальные сети, туризм, Facebook, Instagram, Twitter

Sosial media turizmə hərtərəfli nüfuz edərək, onun planlaşdırılması, istifadəsi, qiymətləndirilməsi və bazara çıxarılmasında köklü dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Bu məqalədə sosial medianın ümumi mənzərəsinin və sosial media istifadəçilərinin ümumi portreti göstərilmiş və sosial medianın turizmə oynadığı müxtəlif rolların eskizləri verilmişdir. Məqalədə sosial medianın həm fərdi şəxslər, həm də biznes yönündən təsirləri barədə mülahizələr irəli sürülmüş, həmçinin sosial medianın tədqiqat imkanlarına dair metodlar yer almışdır. Eyni zamanda sosial media araşdırmaları, onların təbiəti və təsirləri haqqında nəzəri və praktiki anlayışlar ətraflı izah edilmişdir. Qloballaşan dünyada müştərilərlə daha səmərəli münasibətlərin qurulması üçün İnternet texnologiyalarından effektiv istifadə edə bilən səriştəli mütəxəssisləri işə cəlb etmək və xaricdən xidmətlər almağın olduqca zəruri olduğu qeyd edilmişdir. Azərbaycanda istifadəçi sayı daha çox olan Facebook və Instagram sosial platformaları üzərindən ətraflı təhlil aparılmışdır.

İnkişaf etməkdə olan texnologiya ilə istehlakda da ciddi dəyişikliklər baş verir. Ən vacib dəyişikliklərdən biri insanların satın almaları lazım olan məhsullar barədə necə məlumat əldə etmələridir. İnternet texnologiyalarının yayılması və aktivləşdirilməsi, müxtəlif mədəniyyətlərdən olan insanların virtual dünyada məlumat paylaşmasını və məlumat əldə etməsini asanlaşdırır. İstehlakçılar satın almaq niyyətində olduqları məhsul haqqında məlumat əldə etmək, istək və ehtiyacları barədə rəy bildirmək və məhsulun istifadəsi ilə bağlı öz təcrübələrini bölüşmək üçün İnternetdən istifadə edir. Xüsusilə, son zamanlarda marketing baxımından məhsullar barədə fikir mübadiləsi önəmli məsələyə çevrilmişdir. Bir çox İnternet istifadəçisi oxşar məhsulları daha əvvəl istifadə etmiş insanların fikirlərini sosial media vasitəsilə əldə edə bilir, eyni zamanda öz müsbət və ya mənfi fikirlərini də başqalarına çatdırma bilirlər.

Sosial media, müəssisələrin mövcud və potensial müştərilərlə daha asanlıqla əlaqə qura bildikləri və öz brendlərini ictimailəşdirdikləri bir sahə olaraq getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan insanların paylaştığı müsbət və ya mənfi təcrübə müəssisələrə öz fəaliyyətləri ilə əlaqədar daha dolğun fikir formalaşdırmağa imkan verir. Turizm müəssisələri üçün sosial media marketing aləti kimi getdikcə daha çox əhəmiyyət qazanır. Xüsusilə, turizm sektorunun bənzərsiz xüsusiyyətlərini nəzərə ala-



raq demək olar ki, əvvəllər eyni növ turizm xidmətlərindən faydalanmış şəxslərin öz təcrübələrini bölüşməsi digər istehlakçıların seçimlərinə böyük dərəcədə təsir göstərə bilər.

### **Sosial media anlayışı və səyahət təcrübələrinin sosial mediada paylaşılması**

Sosial media oxşar maraqları olan insanlara məlumat mübadiləsi aparmaq, digər insanların təcrübələrini öyrənmək və ya müəyyən bir proses çərçivəsində bir şəbəkə yaratmağa imkan verən onlayn vasitədir. Xüsusiyyətləri baxımından sosial media ilə ənənəvi media arasında bəzi fərqlər var. Ənənəvi medianın məzmunu istifadəçilər tərəfindən yaradılmasa da, sosial medianın məzmunu istifadəçi istəklərinə uyğun olaraq formalaşdırıla bilər. Digər bir fərq odur ki, ənənəvi mediada arzu olunan hədəf auditoriyası üçün edilən reklam və təbliğat xərcləri daha yüksək olsa da, sosial media vasitəsilə bu daha az xərçə başa gəlir. Sosial media əsas hədəfdə olan auditoriyaya birbaşa çıxış təmin edir və istehlakçıların reaksiyalarını ölçür. Bu baxımdan sorğulara və ya reaksiyalara birbaşa sosial media vasitəsi ilə çatmaq şansı olan şirkətlər bu müraciətlərə tez bir zamanda cavab verə bilər, həmçinin qısa müddətdə kampaniyaların və ya yeniliklərin əsas hədəf kütləsi tərəfindən necə qəbul edildiyi ilə bağlı fikirləri görə bilərlər. Sosial media ənənəvi mediadan daha etibarlı bir mühitdir. İstehlakçıların təcrübələri ilə paralel olaraq paylaşılmış fikirlər hələ eyni təcrübəyə sahib olmayan istehlakçılara böyük təsir göstərir. Verilən rəylər məhsul və ya xidmətin seçilməsində mühüm rol oynayır. Sosial medianın xüsusiyyətlərini aşağıdakı kimi sadalamaq mümkündür:

1. İstifadəçilər: Sosial media istifadəçiləri həvəsləndirir. Sosial media ilə əlaqəli hər bir istifadəçi digər istifadəçilərdən rəy ala bilər;
2. Kütləyə açıq olması: Sosial media xidmətlərinin əksəriyyəti rəy və iştirakçılar üçün açıqdır. İştirakçılar səsvermə, şərh və məlumat mübadiləsi kimi mövzularda həvəsləndirilir;
3. Rabitə: Ənənəvi media birtərəfli ünsiyyət (məzmun ötürülməsi və ya auditoriyaya məlumat ötürülməsi) üçün olsa da, sosial media ikitərəfli ünsiyyətə imkan verir;
4. Eyni maraqları paylaşan insanların birləşməsi: Sosial media eyni maraqları paylaşan insanlara tez və effektiv ünsiyyət qurmağa imkan verir. Bu qrup insanlar sevdikləri fotosəkilləri, siyasi dəyərləri və sevdikləri TV şoular kimi ümumi şeyləri social mediada paylaşa bilərlər;
5. Bağlantı: Sosial medianın əksər növləri, insanları maraqlandıran hər mövzuda araşdırma aparmaq və digər saytlarla əlaqə qurmaq imkanı verir.

Digər tərəfdən, sosial medianın marketinq xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

1. Sosial media təsirli bir rəhbərdir. Sosial media məhsulunuzun, xidmətinizin və ya markanızın insanlar tərəfindən necə qəbul edildiyi barədə məlumat əldə etmək üçün istifadə oluna bilər;
2. Potensial müştərilərin sosial media ilə paylaşılmış alış və satışdan sonra olan təcrübələri bir marketinq aləti kimi istifadə edilə bilər;
3. Sosial media ilə əlaqəli planlaşdırma və həyata keçirmə kanalları vahid marketinq konsepsiyasına uyğundur.

Sosial medianın sadalanan xüsusiyyətlərini nəzərə alan müəssisələr sosial şəbəkə hesabları vasitəsi ilə müştərilərlə ünsiyyətə keçir, bildirilən fikirlərin analizi ilə müştərilərin məhsul və ya birbaşa şirkət haqqında fikirlərini öyrənir və əldə olunan məlumatlara uyğun olaraq öz strategiyalarını formalaşdırır.

Hal-hazırda 3.5 milyard internet istifadəçisi mövcuddur. Bu da hazırki Yer kürəsi əhalisinin 45%-i deməkdir. Ümumi sosial media istifadəçilərinin 64%-i Facebook, 13%-i Twitter, 7%-i isə Instagram istifadəçisidir. Araşdırmalara görə “Millennial Q” nəsində sosial mediadan istifadə faizi 90.4, “Z” nəsində isə 77.5-dir. Sosial mediadan marketing vasitəsi kimi istifadə edilməsinə səbəb “Millennial” və “Z” nəslinin artıq daha çox səyahət edən tərəf olması əlaqədar, qazanılmış təcrübənin, yaxud macəranın sosial şəbəkədə bölüşdürülməsidir. 54% internet istifadəçisi məhsul axtarmaq üçün sosial mediadan istifadə edir. [www.Tripadvisor.com](http://www.Tripadvisor.com) saytında dərc olunmuş sorğuya əsasən, onlayn turist səfərlərini təşkil edən fərdi şəxslərdən 19% -i səyahət alışıqlarını hər zaman bir neçə yaxşı rəydən sonra, 25%-i isə əgər mövzu barədə kifayət qədər yaxşı rəy mövcuddursa, bu halda səfəri planlaşdırdığını qeyd edir.

Bütün sadalanan statistik məlumatları nəzərə alaraq qeyd etmək olar ki, sosial media həm marketoloqların, həm də müştərilərin əsas diqqət mərkəzlərindən biridir.

### **Sosial media turizm üçün önəmli vasitə kimi**

Turizm sektoru və sosial media arasında texnologiya inkişaf etdikcə daha sıx əlaqə yaranır. Turizmdən yararlanan şəxslər öz təcrübələrini sosial media vasitəsilə digər istehlakçılarla bölüşür və sanki böyük “məlumat hovuzu” yaradırlar. Sosial media vasitəsilə edilən şərhələr və bu şərhələrə reaksiya insanların seçiminə təsir göstərir. Facebook və ya Twitter kimi sosial şəbəkələr vasitəsilə müəssisələr birbaşa turizmdən istifadə etmək potensialı olan insanlara çatmaq imkanı əldə edirlər. Google Earth, Google Map, səyahət saytları və hazırlanmış tətbiqlərin köməyi ilə turizm məhsulu istehlakçılarının turistik mal və xidmətləri əldə etməsi daha da asanlaşır. Turizm sektorundakı müəssisələr bazar payını qorumaq və digər rəqiblərdən üstün olmaq üçün müştəri istəklərinə və gözləntilərinə tez cavab verməklə müştəri məmnuniyyətinə əhəmiyyət verməlidirlər. Buna görə də müəssisələr sosial media və marketing fəaliyyətlərinə diqqət yetirərək, mövcud müştəriləri ilə daha asan və birbaşa əlaqə qurmaq səylərini artırır. Sosial mediadan alınan məlumatlarla müştəri istəklərinə və gözləntilərinə daha sürətli cavab vermək mümkündür.

Sosial media 3 mərhələdə vacib rol oynayır:

1. Keçmiş təcrübə: Turizmdən istifadə edəcək şəxslər səyahət qərarı vermədən əvvəl digər istehlakçıların səyahət təcrübələrindən yararlanır;
2. Səyahət və yerləşmə zamanı təcrübə: Turizmdən istifadə edən şəxslər səyahətdə olarkən öz təcrübələrini mobil tətbiqetmələr vasitəsilə paylaşır;
3. Post-Təcrübə: Səyahət bitdikdən sonra şəxslər öz təəssüratlarını sosial mediada bölüşürlər.

Turizm şirkətləri marketing fəaliyyətlərini sosial media vasitəsi ilə istiqamətləndirərək bəzi üstünlüklərə sahib ola bilirlər. Bu üstünlüklər aşağıdakılardır:

1. Turizm şirkətləri müştəri istəklərinə və gözləntilərinə daha sürətli cavab verə bilirlər;
2. Brend şüuruna biznes üçün marka dəyəri yaratmaqla nail olmaq olar;

3. Müəssisələr rəqiblərinin vəziyyətini görərək öz yol xəritələrini çəkə bilər, müqayisə edərək, mövqelərini nəzərdən keçirə bilərlər;

4. Müştərilərdən aldıkları rəyləri qiymətləndirərək mənfi şərhələrin həlli üçün tədbirlər görə bilərlər.

Müxtəlif araşdırmalar sosial media vasitələrinin turizm baxımından əhəmiyyətini ortaya qoyur. Four Pillars Hotel tərəfindən hazırlanan infoqrafiyaya görə, iştirakçıların 76%-i sosial mediada təcrübələrini bölüşürlər. İştirakçıların 52%-i dostlarının Facebook-da paylaşdıqları tətillərin fotolarının öz seçimlərinə təsir göstərdiklərini bildirirlər. İştirakçıların 46%-i qaldıqları otelləri sosial media üzərindən qiymətləndirirlər. İştirakçıların 33%-i otelləri, 7%-i səyahət istiqamətini, 5%-i isə razılaşdıqları aviaşirkətləri sosial medianın təsiri ilə dəyişdirirlər.

Digər bir araşdırma TripAdvisor tərəfindən 2012-ci ildə edilib. 1700-dən çox iştirakçı ilə aparılan araşdırmaya görə, iştirakçıların 76%-i tətillə zamanı təcrübələrini sosial mediada paylaşır. İştirakçıların 42%-i sosial medianı tətillə planında bir vasitə kimi görür, 64%-i saytlardakı şərhələrə görə hərəkət edir. İştirakçıların 91%-i tətillə zamanı fotolar paylaşır. İştirakçıların 37%-i sosial medianın tətillə planlamasını asanlaşdırdığını düşünür.

Skyscanner-in 2012-ci ildə edilən səyahət trendləri araşdırmasına görə, sosial şəbəkə saytlarında və bloqlarda paylaşılan təcrübələr istifadəçilərin seçimlərinə təsir edir. 10 nəfərdən 8-i bu kanallarda gördükləri fikirlərə əhəmiyyət verir və bu məlumatlardan faydalanır. İştirakçıların 34%-i başqalarının tövsiyələri ilə səyahət edəcəyi yerləri təyin edərkən, 41%-i restoran, bar və otel kimi yerləri seçərkən sosial media və mobil tətbiqlərdən faydalanır.

Aparılan araşdırmaların nəticələrini nəzərə alsaq, sosial medianın turizmə gətirdiyi dəyişikliklərin danılmaz olduğunu söyləmək olar. Tədqiqatlar istehlakçıların sosial media ilə əlaqələrini və sosial medianın istehlak seçimlərinə təsirini aydın şəkildə göstərir. İstehlakçıların rəylərinə uyğun olaraq, getdikcə daha çox turizm agentlikləri sosial media vasitəsi ilə marketinq və təbliğat işləri həyata keçirir.

### **Nəticə və təkliflər**

İnternet texnologiyasının inkişafı hər sektorda olduğu kimi, turizm sektorunda da bir çox köklü dəyişikliklərə səbəb olur. Bu inkişaflar biznes və marketinq fəaliyyətinin necə aparılmasının və müştərilərlə necə ünsiyyət qurulmasının dəyişdirilməsinin zəruriliyini gündəmə gətirir.

Son zamanlar populyarlıq qazanan sosial media fenomeni internet texnologiyasının ən vacib innovasiyalarından biridir. İnsanların həyatında çox vacib bir yer tutan sosial media turizm agentliklərinin digər bu kimi müəssisələr ilə rəqabət aparmasında mühüm rol oynayır. Bir çox müəssisələrin ictimaiyyətlə əlaqələr şəbəkəsində sosial media ilə əlaqəli işlərin həyata keçirildiyi görünür. Ən çox istifadə olunan sosial media vasitələri müvafiq olaraq Facebook, Twitter və Youtube-dur. Müəssisələrin demək olar ki, hamısının xüsusilə Facebook platformasında mövcud olduğu görülür. İnsan resurslarının idarə edilməsində faydalı ola bilən LinkedIn və turizm baxımından istifadəçilər üçün bələdçi ola bilən Foursquare çox az müəssisə tərəfindən istifadə olunur.

Marketing fəaliyyətində uğurlu olmaq üçün şirkətlər yeni marketing aləti olan sosial mediaya kifayət qədər əhəmiyyət verməlidirlər. Bəzən isə, sosial medianın olmasına baxmayaraq, müəssisələrin əksəriyyəti bu platformalardan marketing aləti kimi səmərəli istifadə etməirlər. Facebook üzərindən həyata keçirilən marketing fəaliyyətlərinin artdığı bir mühitdə sosial şəbəkədən daha səmərəli istifadə etmək hər bir turizm müəssisəsinin prioriteti halına gəlib. Bundan əlavə, Youtube, Twitter və Foursquare kimi sosial media saytlarından marketing vasitəsi kimi səmərəli istifadə edilə bilər. Marketing fəaliyyəti baxımından müəssisələrin bu sosial media sahələrinə önəm verməsi bizneslərinin inkişafı üçün faydalı ola bilər.

Sosial medianı analiz etdiyimiz zaman, sosial media vasitələrinin işgüzar imicin formalaşmasında vacib bir vasitə olduğunu görürük. Müəssisələr vizual elementlər və yazılı mesajlar vasitəsilə sosial media sahələrində öz missiyalarını ifadə edə bilərlər. Sosial media sayəsində müxtəlif seçimlər haqqında daha asan və daha ətraflı məlumat əldə etmək, həmçinin əvvəlki istifadəçi şərhlərindən faydalanmaq mümkündür. Xüsusilə turizm baxımından sosial media vacib bir vasitə kimi istifadə edilə bilər.

### **Ədəbiyyat**

1. Brown, R. (2009), Public Relations and the Social Web, Kogan Page, London
2. Dawley, L. (2009), "Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy", On The Horizon 17 (2), 109-121
3. Evans, D. (2008), Social Media Marketing An Hour a Day, Wiley Publishing Inc., Indianapolis, Indiana
4. Mon, L. (2015). Social Media and Library Services. G. Marchio
5. Şengün, G. (2015). Turizm Pazarlamasında Sosial Medyanın Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma
6. Leung, D., Law, R., van Hoof, H. and Buhalis, D. (2013). Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review. Journal of Travel & Tourism Marketing
7. Zeng, B. (2013). Social Media in Tourism. Journal of Tourism and Hospitality

## **IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON TOURISM**

**N.M.Guluzadeh**

### **SUMMARY**

This article deals with the analysis of current situation with the tourism market and identifies correlation between social media marketing and its impact on decision of customers through online surveys and demographic and social media analysis of tourist activities.

## **ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА СОЦИАЛЬНЫХ СМИ НА ТУРИЗМ**

**Н.М.Гулузаде**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье представлен анализ текущей ситуации с туристическим рынком и изучается корреляция между маркетингом в социальных сетях и его влиянием на решение клиентов посредством онлайн-опросов и демографического и социального анализа туристической деятельности.

*Məqalə redaksiyaya 2 may 2020 tarixində daxil olmuş, 6 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## MÜASİR ŞƏRAİTDƏ TURİZMDƏ MARKETİNQİN İNKİŞAFI

**G.A.Abbasova**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-mail: gulsum\_abbasova97@mail.ru

*Açar sözlər:* marketinq, turizm, reklam

*Key words:* marketing, tourism, advertising

*Ключевые слова:* маркетинг, туризм, реклама

Müasir cəmiyyətin həyatı xidmət sektorunun artan rolu və əhəmiyyəti ilə xarakterizə olunur. Turizm insanların öz daimi yaşayış yerlərinin hüdudlarından digər yerlərə hərəkətləri ilə əlaqədar sosial, mədəni və iqtisadi hadisələri özündə əks etdirir. Turizm iqtisadiyyata, təbiətə, antropogen mühitə və səfər edilən məkanın yerli əhalisinə, həmçinin səfər edənlərin özlərinə əsaslı təsir göstərir. Bu cür zəncirvari-təsiredici amillər, həmçinin ölkələr arasında iqtisadi-mədəni əlaqələrin genişlənməsi, gediş-gəliş prosedurlarının yüngülləşdirilməsi (bəzən bu sahədə inzibati nəzarətin götürülməsi) turizmə geniş formada yanaşmanı tələb edir və turizmin inkişafına, idarə edilməsinə və nəzarətinə zərurət yaradır.

Bir ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi nə qədər yüksəkdirsə, istehlak xərclərinin ümumi strukturunda xidmət xərclərinin payı bir o qədər yüksəkdir. Dövlətlərarası münasibətlərin inkişafı ilə xidmət sektoru ayrı-ayrı ölkələrdən kənara çıxdı və dünya iqtisadiyyatının ən vacib növlərindən birinə çevrildi.

Son onilliklər inkişaf etmiş ölkələrin əhalisinin turizm xidmətlərinə tələbatının sürətlə artması ilə xarakterizə olunur. Nəticə etibarilə təkcə turizm xərclərinin mütləq ölçüsü deyil, həm də istehlak xərclərinin ümumi strukturadakı payı da artır.

İnsanların boş vaxtlarının artması, dünyanın bir çox ölkələrində pul gəlirlərinin artması, təhsil və mədəniyyət səviyyəsinin artması onların turizmə olan tələbatının artmasına səbəb olur. Artıq turist səfərləri artan iqtisadi çətinliklər qarşısında rədd edilməsi çətin olan ilkin ehtiyaclar kateqoriyasına keçmişdir.

Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarında istifadə olunan xarici valyutanın ölkəyə axınında iştirak edən ən vacib sektorlardan biri məhz turizm sektorudur. Bunun sayəsində ölkəyə istehsal kapitalının cəlb edilməsi mümkün olur və iqtisadiyyatın digər müxtəlif sektorlarının da inkişaf prosesi sürətlənir. Xarici valyuta bundan başqa ölkənin ümumi idxalının formalaşmasında və maliyyə rezervlərinin artırılmasında da istifadə edilir.

Hesab edirik ki, turizm səyahətləri səfərlərinin sadələşdirilməsi üzrə tədbirlər turistlərin, onların ləyaqətinin və turizm obyektlərinin təhlükəsizliyi, müdafiəsi ilə müşayiət olunmalıdır. Bu məqsədlə turistlərin və turizm obyektlərinin təhlükəsizliyi və mühafizəsi, həmçinin turistlərin ləyaqətinə hörmət istiqamətində səmərəli siyasət stimullaşdırılmalıdır. Turistlər tərəfindən istifadə olunan turizm obyektləri və avadanlıq-

ları dəqiq müəyyən olunmalıdır. Turizm obyektlərinə və ya turizm ehtiyatlarına qarşı təhlükə yarandıqda müvafiq sənədləşmə üzrə informasiya hazırlanması və ondan istifadə olunması təmin olunmalıdır. Eyni zamanda, dövlətlər turistlərin təhlükəsizliyi və müdafiəsi məsələlərinin tənzimlənməsi üzrə tövsiyə olunan tədbirlər proqramları zamanı ÜTT ilə əməkdaşlıq etməlidir.

Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi sahibkarlara stimullaşdırıcı təsir yaratmaqla baş verməlidir. Bura Azad İqtisadi Zonaların, yaxud maliyyə axını üçün güzəştli vergi və gömrük tətbiq edilməli, xarici investisiya axını turizm sahəsinə cəlb edilməli, sahəyə təşəbbüskarlığı artırmaq üçün uzunmüddətli kreditlərin verilməsi təmin olunmalıdır.

Son zamanlar bu sektorda bir sıra güzəştlərin verilməsi təqdirəlayiqdir. Belə ki, bu fəaliyyət ilə məşğul olmaq üçün verilən lisenziyanın müddətinin azaldılması və dövlət rüsumunun isə azaldılması, turistlər üçün viza təminatının sadələşdirilməsi və viza məbləğinin endirilməsi buna bariz misaldır. Rəqabətli turizm məhsulu yaratmaqdan ötrü bazar iqtisadiyyatına tab gətirə bilən, yüksək səviyyəli mütəxəssislər hazırlamaq tələb olunur. Amma heç kimə sirr deyil ki, hazırda bu sferada kadr boşluğu mövcuddur. İxtisaslı kadrların azlığı və onların da əksəriyyətinin Abşeronda cəmləşməsindən, regionlarda kadr çatışmazlığı problemi daha qabarıq formada özünü büruzə verir. Oteldə, restoranda xidmətçi vəzifəsində işləmək üçün ali təhsilli olmaq o qədər də böyük əhəmiyyət kəsb etmir. Sadəcə, ən azı bir-iki xarici dili bilməklə işləmək mümkündür. Bu turizm sənayesinin başlıca fərqləndirici xüsusiyyətlərindəndir. Ali təhsilli kadrlar yetişməsi turizm idarəetməsində, tənzimləmədə, əhəmiyyətli qərarların işlənilməsində böyük əhəmiyyət kəsb edir. Sovet dövründə turizm həmkarlar təşkilatı tərəfindən idarə olunurdu, həmkarlar təşkilatı və dövlət tərəfindən maliyyələşdirilirdi. Turizmin azad bazar şəraitində idarə olunması, sovet idarə üsulundan önəmli fərqlənir. Bu gün turizm əsasən sahibkarların əlində cəmləşmişdir. Bu isə bəzi vaxtlarda turizm qiymətlərinin çox yüksək olmasına gətirib çıxarır. Respublika əhalisinin çox hissəsinin həyat səviyyəsi onlara turizm səyahətinə çıxmağa şərait yaratmır. Əgər yaxın illərdə ölkədə həyat səviyyəsi yüksəlsə bu dolayısı yolla yerli turistlərin hesabına turizm gəlirlərinin artmasına gətirib çıxara bilər. Xarici turistlərin sayının artmasına da ilbəlil nail olmaq məqsədəuyğundur.

Xarici turistlərin ölkəmizə kütləvi axınına bəzən Dağlıq Qarabağ probleminin həll olunmaması da mənfi təsir göstərir. Əlbəttə, bu gün Azərbaycan müharibə şəraitindədir. Torpaqlarımızın 20%-i hələ də erməni qəsbkarlarının nəzarəti altındadır. İşğal olunmuş ərazilərimizdə rekreasiya ehtiyatları olduqca zəngindir. Keçmiş SSRİ dövründə Dağlıq Qarabağ zonasında ilin bütün vaxtlarında, əsasən də yay aylarında yerli turistlərlə yanaşı xarici turistlər istirahət edərdilər.

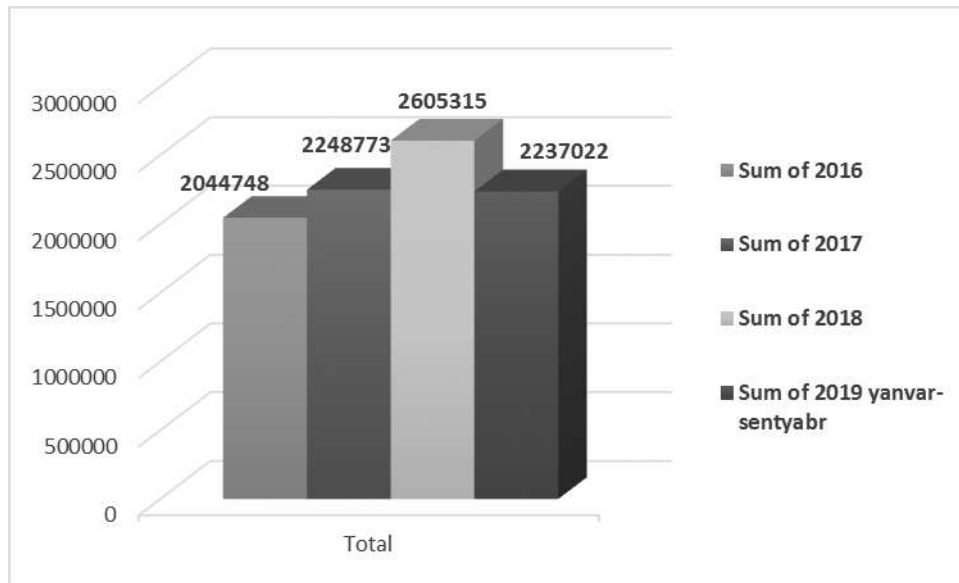
Turizm yeni infrastrukturulara investisiyanın qoyulmasını, insan kapitalının və rəqabət bazarının şəraitinin yaxşılaşdırılmasını stimullaşdıran sektordur. Turizm sektoru dörd əsas iqtisadi faktor üzərində formalaşmışdır: İnsan kapitalı (təhsil, müvafiq bacarıqlar, şəxsi treyninqlər və s.), fiziki kapital (aeroportlar, limanlar, otellər, restoranlar, yollar və s.), texnologiya və ətraf mühit.

Nəzərə alsaq ki, insan kapitalı turizm fəaliyyətinin təşkili üçün ən əsas sütunlardan biridir, bu sektorun inkişafı bir çox yeni iş yerləri açılmasıyla həm yerli əhəlinin gəlirlərinin, həm də ödənilən vergilər hesabına dövlət büdcəsinin gəlirlərinin artmasını təmin edərək milli iqtisadiyyatı irəliləydir. Ümumiyyətlə bu sektorun xüsusiyyətləri

nəzərə alındıqda xarici yox, yerli rezidentlərin investisiyalarıyla qurulmuş müəssisələr ölkə iqtisadiyyatı üçün daha xeyirli olur. Məsələ ondadır ki, xarici müəssisələr əksər hallarda ölkə daxilindəki vergilərin yüksək olması səbəbindən yerli təchizatçılarla ticarət əlaqələrinə girməyə elə də meyilli olmurlar və bu da əldə edilmiş valyuta gəlirinin ölkədə qalmamasına və daha pisi –multiplikator effektinin zəifləməsinə səbəb olur və iqtisadi inkişaf potensialdan daha aşağı səviyyədə təmin edilir

Məsələn, 2016-2018-ci illərdə ölkəmizə turizm məqsədilə səyahət edən turistlərin sayına və bu dövrdə tur operator və tur agentlərdə çalışan işçi sayında olan dəyişikliyə nəzər salaq.

**Qrafik 1. 2016-2018-ci illərdə və 2019cu ilin yanvar-sentyabr aylarında ölkəyə turizm məqsədilə gəlmiş turistlərin sayı**



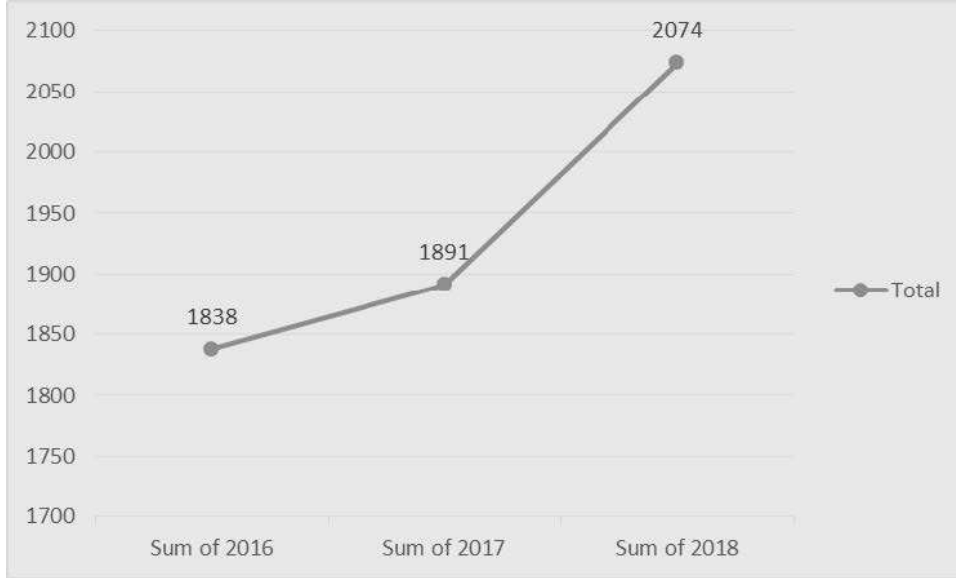
**Mənbə:** Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)

Statistikadan da bəlli olduğu kimi, ölkə ərazisində turizm sahəsində inkişaf baş verdikcə, işsizlik səviyyəsindəki müsbət nəticələr özünü göstərir. Biz sadəcə, ölkə ərazisinə son 3 il ərzində turizm məqsədilə gəlmiş turistlərin və yalnız turizm sahəsində səyahət agentlikləri və turoperator fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrdəki işçilərin sayına nəzər saldıq. Bu da, turizmin inkişafının işsizlik səviyyəsinə birbaşa olan təsirinin bariz nümunəsidir.

Bütün bu amillər turizmin iqtisadiyyatın vacib sahələrindən birinə çevrilməsinə səbəb oldu. Turizm xidmətləri sahəsinin inkişafının təmin edilməsində səmərəli marketing strategiyaları vacib rol malikdir. Belə ki, turizm sektorunun inkişaf prosesi marketingin düzgün planlaşdırılması ilə tənzimlənir. Burada daxili və xarici mühitin təhlili xüsusi şərtlərdən biridir. Azərbaycan Qafqazın ən heyvətəmiz təbii mənzərələrini özündə birləşdirir. Qafqazda olan Gürcüstan, qonşu ölkələr olan Rusiya, Türkiyədə də turizm sektorunun son illərdə inkişafının şahidi oluruq. Lakin onların arasında Azərbaycanın həm iqtisadi modelinə, həm də coğrafi mövqeyinə daha yaxın olan Gürcüstanın son illər ərzində turizm sektorunda nə qədər inkişaf etdiyi hər kəsə məlumdur.



**Qrafik 2. 2016-2018-ci illərdə səyahət agentlikləri və turoperator fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrdəki işçilərin sayı**

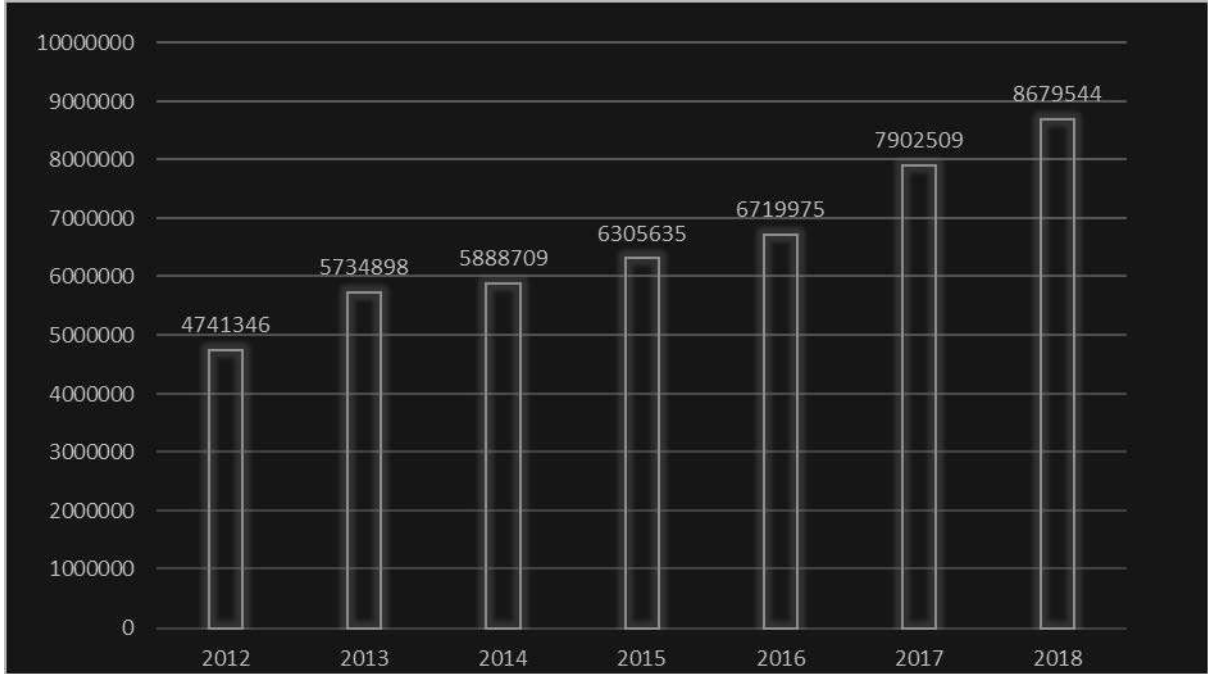


**Mənbə:** Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)

Hər il 100.000-dən az turistin gəlməsindən 20 ilə yaxın müddətdə 6.5 milyona çatan ölkənin ziyarətçilərinin loqarifmik böyüməsi yalnız getmək üçün çox gözəl bir yerin məhsulu deyildir. Əlbəttə ki, təbii coğrafi mövqeyindən tutmuş, müasir standartlara cavab verən turizm müəssisələrinə qədər çox daha gözəl yerlər mövcuddur. Bunun əvəzinə, ölkə hökumətinin Gürcüstanı dünyaya açması üçün qurulmuş və davamlı bir kompaniya ilə birlikdə böyük siyasi dəyişikliklərin nəticəsidir.

Ölkə tez-tez CNN-in Gürcüstana səfər edilməsinin 9 səbəbi, New York Times-ın 2015-ci ildən bəri dünyanın gedilməli 52 yeri və National Geographic-in Avropadakı ən yaxşı turizm əlkələrindən biri kimi beynəlxalq televiziya proqramlarında tez-tez nümayiş olunur. Təbii ki, ölkənin turistik məkanlarının dünyada reklam olunması, təbliğat və ölkənin doğru siyasəti buraya gələn turistlərin sayının artmasına gətirib çıxarmışdır.

Azərbaycanda isə daha çox turizmi təşviq etmək üçün 29 Noyabr 2016-cı il tarixində "ASAN Viza" sistemi əcnəbilərin fərdi məlumatlarını "ASAN Viza" sistemində yerləşdirilən elektron müraciət formasına daxil etməklə elektron viza əldə edə bildi. Bu sistem turizm siyasətində açıq bir yenilik idi, belə ki, xaricilər vizalarını asanlıqla və tez tətbiq edə, ala və çap edə bilirlər. "ASAN Viza" sisteminin inkişafı ölkə üçün turizm siyasətinin inkişafında ən böyük addımlardan biri idi. Əlavə bir addım olaraq, Fars Körfəzi ölkələrindən gələn turistlərə, xüsusən də Heydər Əliyev Hava Limanına çatdıqda viza ala biləcəkləri bildirildi. Bu cür viza asanlaşdırılması, bu bölgədən gələn turistlərin sayının artmasına səbəb oldu, aşağıdakı bölmələrdə daha sonra araşdırılacaq Azərbaycan hökumətinin hədəf aldı. Ancaq cəmi 9 ölkə - Belarus, Gürcüstan, Qazaxıstan, Qırğızıstan, Moldova, Rusiya, Tacikistan, Türkiyə (2019-cu ildən başlayaraq 30 gün), Ukrayna və Özbəkistan vətəndaşları Azərbaycana 90 günə qədər vizasız ziyarət edə bilirlər. Bir çox ölkəyə viza rejiminin tətbiqi müxtəlif istiqamətlərdən gələn turist axınını məhdudlaşdırır.

**Qrafik . Gürcüstana gələn turist sayındakı dəyişikliklər (2012-2018 illər üzrə)**

**Mənbə:** Georgian National Tourism Administration, [www.geostat.ge](http://www.geostat.ge)

Dünya Səyahət və Turizm Şurasının öncəki təkliflərinə görə, növbəti onillikdə istirahət xərcləri təxminən iki dəfə artacaq. Üstəlik, iş xərclərində iki dəfə artım gözlənilir. Bununla birlikdə, qısamüddətli dövrdə turist sayının kəskin artması yüksək turizm sıxlığına səbəb ola bilər və sektorun daşıma qabiliyyətindən çox ola bilər. Turizmin sürətli böyüməsi istiqamətlərə mənfi təsir göstərə bilər və vətəndaşların yük həyatını yarada və ziyarətçilərin təcrübələrinin keyfiyyətini aşağı sala bilər. Ölkədəki mövcud turizm strategiyası və məqsədlərini həyata keçirmək və yerli sakinlər və həm yerli, həm də xarici turistlər üçün mərkəzdəki müsbət artıma təsir göstərmək üçün turizmə kapital qoyuluşunun artması gözlənilir.

Tədqiqatlara görə, Azərbaycanın turizm sektorunda qurulmuş strategiya və inkişafın zəif cəhətləri bunlardır:

1. Turizm strukturlarının əsasən Bakıda cəmləşməsi - gələcəkdə paytaxtın turistlər tərəfindən həddən artıq istifadəsi izdihamın artmasına səbəb ola bilər. Nəqliyyat və yaşayış yerlərindən həddindən artıq istifadə yerli əhaliyə mənfi təsir göstərə bilər.

2. Ölkənin bölgələrində infrastrukturun çatışmazlığı - yaxın 10 il ərzində gözlənilən turist axınının ikiqat artımını nəzərə alaraq bölgələrdə turizm müəssisələrinin gücü çatışmazlığı gözlənilir. Xidmətlərin və infrastrukturun aşağı keyfiyyəti ilə bağlı narazılıq, xüsusən yerləşmə yerləri nəzərə alınmaqla, bölgələrdə həddindən artıq çoxluğa səbəb ola bilər.

3. Müxtəlif beynəlxalq istiqamətlərə və müxtəlif istiqamətlərə və bölgələrə Azərbaycana reyslərin olmaması və Azərbaycanın hava nəqliyyatı sistemində rəqabət qabiliyyətinin aşağı olması, turist axınlarına təsir göstərə biləcək aviabiletlərin yüksək qiymətinin artması ilə nəticələnir. Məsələn, Azərbaycana birbaşa aviareyslərin olmaması turistlərin

mənşə ölkələrinə görə şaxələndirilməsini məhdudlaşdırır, həmçinin müxtəlif büdcəli turistlərin uçuşları məhdudlaşır ki, bu da onların büdcələrinə əsaslanaraq turizm növlərinin bərabərsizliyinə səbəb ola bilər.

4. Yaşayış yerlərinin və digər turizm infrastrukturunun çatışmazlığı, fərqləndirmə və diversifikasiyanın olmaması və otellərin strukturlaşdırılmış təsnifat sistemində malik olmaması. Bölgələrdəki turistlərin əksəriyyəti qiymətləri süni şəkildə şişirir, isti mövsümdə turistləri uzaqlaşdırır.

5. Viza rejimlərinin bir çox ölkələrə tətbiqi

### **Sektordakı zəif nöqtələrə əsaslanaraq, aşağıdakı tövsiyələr verilə bilər**

1. Turizm baxımından Azərbaycanın digər bölgələrinə fokuslanmaq, ölkənin hər bir turizm bölgəsi üçün düzgün marketing strategiyası həyata keçirmək;

2. Səyahət xidmətlərinin alınması prosesində subyektiv amilin xüsusi rolunu nəzərə alaraq, turizm agentlikləri müştəri - səyahət xidmətlərinin istehlakçısının hüquqlarının qorunmasına böyük diqqət yetirməlidirlər;

3. Mövsüm faktorunun təsiri, şirkətin vaxt amilindən daha az asılı olması üçün mövsümi dövrdə turizm xidmətlərinin çeşidlənməsi və ya marketing fəaliyyətinə xüsusi diqqət yetirilməsini zəruri edir;

4. Təhlükəsiz bir ölkə olaraq Azərbaycanı tanımaq, turizmin qurulması üçün bölgədə sülhə nail olmaq;

5. Marketing menecmenti prosesində digər sahələrə nisbətən daha çox maddi cəhətləri deyil, eyni zamanda psixologiyanı, mənəvi və emosional vəziyyəti və istehlakçı xüsusiyyətlərini də nəzərə almaq lazımdır;

6. Turizm müəssisələrinin dəqiq sertifikatlaşdırılması, büdcələri əsasında yeni turistik yaşayış yerlərinin inkişafı;

7. Turizm xidmətlərinin istehsalında iştirak edən bütün şirkətlərin, turizm mərkəzlərinin, turizmin tənzimlənməsi üzrə dövlət qurumlarının və ictimai birliklərin marketing fəaliyyətinin optimal yekun effekti əldə etməsi baxımından əlaqəli olması;

8. Turizm marketing üçün tələbin stimullaşdırılması vəzifəsi az əhəmiyyət kəsb edir. Turizm xidmətlərinə tələbat daim artır və turizm sənayesi bir çox digər sahələrə nisbətən daha az dərəcədə iqtisadi vəziyyətdəki dalğalanmalardan asılıdır. Turizm marketingi üçün "tələbi düzgün istiqamətə yönəltmək" daha vacibdir;

9. Beynəlxalq aşağı büdcəli hava yolları ilə əməkdaşlıq etmək, Azərbaycan Hava Yollarının qiymət siyasətində dəyişiklik etmək;

10. Bölgələrdə yeni infrastrukturun yaradılması, turizm məhsulları və xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə görə on səkkiz yaşa tamam olmamış şəxs yetkinlik yaşına çatmayan şəxs hesab edilir. Belə şəxs qanunun, o cümlədən cinayət qanununun xüsusi mühafizəsi altındadır.

### **Ədəbiyyat**

1. Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Qanunvericiliyi toplusu. I cild, Bakı: "Avrasiya press"

2. Soltanova H.B. (2015) "Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı", Bakı, 475 səh.

3. Bogdan Sofronov (2019), The Development Of Marketing In Tourism Industry, 117-124
4. Nilead (2019), Digital Marketing in Travel and Tourism Industry, accessed February 27, 2019, <https://nilead.com/article/digital-marketing-in-travel-and-tourism-industry>
5. Robyn Stokes, Tourism strategy making: Insights to the events tourism domain, 252-261
6. <https://www.stat.gov.az/>
7. Georgian National Tourism Administration. [www.geostat.ge](http://www.geostat.ge)

### **DEVELOPMENT OF MARKETING IN TOURISM IN MODERN CONDITIONS**

**G.A.Abbasova**

#### **SUMMARY**

This article considers the basic principles of marketing in tourism. The methodology of tourism marketing is analyzed. Based on the existing theoretical materials and practical research in this field, the conclusion is made on the development of marketing in tourism in Azerbaijan in the time of public awareness and globalization of market. Specific areas of research in the field of tourism marketing are identified.

### **РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Г.А.Аббасова**

#### **РЕЗЮМЕ**

В статье рассмотрены основные принципы маркетинга в туризме. Анализируется методология туристического маркетинга. Основываясь на существующих теоретических материалах и практических исследованиях в этой области, делается вывод о развитии маркетинга в туризме в Азербайджане в период общественной осведомленности и глобализации рынка. Определены конкретные направления исследований в области туристического маркетинга.

*Məqalə redaksiyaya 2 may 2020 tarixində daxil olmuş, 8 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 336

## БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ И АУДИТ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

**Р.А.Сафыкюрдский**

Азербайджанский Государственный Экономический Университет  
Баку, ул. Н.Юсифбейли 42  
e-mail: ramin.safikurdski@gmail.com

*Açar sözlər:* maliyyə aktivləri, mühasibat uçotu, audit

*Keywords:* financial assets, accounting, auditing

*Ключевые слова:* финансовые активы, бухгалтерский учет, аудит

Азербайджанская практика бухгалтерского учета во многом базируется на формальных правовых характеристиках финансовых прав и обязательств. В нормативных актах понятия «финансовый инструмент» и «финансовый актив» четко не определены, существующая терминология фактически ограничивается категориями «финансовые вложения», «средства в расчетах», «дебиторская и кредиторская задолженность». Критерии признания финансовых вложений используются в основном лишь для их классификации.

Введение учетной категории «финансовые активы» в целях удовлетворения расширяющегося диапазона потребностей различных пользователей учетной информации требует использования современных методик их учета и оценки. Наряду со способом определения стоимости по фактическим затратам возникает объективная необходимость применения других способов стоимостной оценки активов при их первоначальном признании и последующем учете по аналогии с международной практикой.

Однако, во мнениях ученых и исследователей имеют место разночтения по поводу состава отдельных видов активов, нет четких критериев их признания, отсутствует единое представление о способах учета и оценки при постановке на учет и списании.

В действующих азербайджанских учетных и аудиторских стандартах имеет место ограниченность в выборе современных методик учета и стоимостной оценки активов, в частности, отсутствуют методики определения их справедливой стоимости. Концепции традиционной оценки на основе затрат недостаточно для признания и оценки финансовых активов. Именно поэтому Совет по МСФО подтвердил свою позицию в долгосрочном плане перейти к оценке финансовых активов по справедливой стоимости.

Явно недостает научных исследований, посвященных вопросам взаимосвязи признания, учета и оценки финансовых активов с конечным финансовым результатом деятельности хозяйствующих субъектов.

Отсутствие четкого и однозначного определения понятия финансовых активов, методик их учета и способов оценки приводит к неадекватному их пониманию и отражению в государственной системе учета, что, в свою очередь, обуславливает

несопоставимость показателей в отчетности, составляемой по азербайджанским и международным стандартам.

### **Метод**

В процессе исследования использовались методы исследования: диалектические познания явлений и процессов в историческом аспекте на основе анализа и синтеза, индукции и дедукции. Обработка выдвинутых положений выполнялась на основе абстрактно-логического, монографического и балансового методов с использованием приемов агрегирования, наблюдения, сравнения, обобщения и классификации. Разработка современных методик отражения в системе бухгалтерского учета финансовых активов, критериев их признания, обобщение и систематизация алгоритмов различных способов бухгалтерской оценки в зависимости от вида, а также разработка методики аудита финансовых активов и связанных с ними оценочных значений в конкретных условиях хозяйствования являются насущными проблемами государственного учета.

### **Анализ**

Таким образом, основная роль аудита состоит в том, чтобы предоставлять субъектам экономической системы достоверную информацию и тем самым помогать им более эффективно работать и стабилизировать деятельность предприятий. Если бы не существовало контроля над отчетностью предприятий, их руководители имели бы возможность легко обмануть, изменив некоторые данные в отчетности. Аудит же предотвращает такие действия.

Состояние основных средств, правильность проведения всех операций с ними и их учёта могут влиять на многие показатели организации, эффективность её деятельности, конкурентоспособность на рынке. Любые ошибки и нарушения, допущенные при учёте основных средств и капитальных вложений, могут оказывать значительное влияние на финансовый результат. Поэтому их аудит особенно важен, так как устранение всех ошибок может способствовать улучшению деятельности предприятия.

### **Стоимостная оценка финансовых активов**

Важную роль в учете финансовых активов коммерческой организации играют признание и определение их стоимости, которое включает в себя первоначальную оценку (на дату признания в учете) и последующую оценку (на дату переоценки и списания с баланса).

В международных системах учета финансовый актив, как уже было сказано, признается в бухгалтерском учете и отчетности тогда и только тогда, когда организация становится стороной по договору в отношении данного финансового актива, то есть в тот момент, когда у организации появились права требования денежных средств или других финансовых активов в соответствии с договором. Например, дебиторская задолженность признается как актив, когда возникает юридическое право на получение денежных средств; форвардный контракт признается как актив на дату возникновения обязательства по покупке, а не на дату закрытия позиции, когда происходит фактический обмен; финансовые же опционы признаются в качестве активов только при заключении договора между владельцем и продавцом.

Ввиду отсутствия в национальном учете четкой регламентации момента признания финансовых вложений в бухгалтерском учете, на практике дата принятия к учету указанных активов в отчетности отечественных предприятий может отличаться от требуемой по международным стандартам. Особенную трудность практического внедрения норм МСФО представляет собой отказ от обязательного критерия наличия надлежаще оформленных документов. В случаях несовпадения момента возникновения оснований для списания и момента выбытия финансового актива, формально зафиксированного в первичных документах, возможно возникновение конфликта с существующей учетной практикой и искажения в части корректности определения момента списания.

Предложенный нами алгоритм признания финансового актива в учете отечественных коммерческих организаций представлен на схеме (Рис. 1):

Рис. 1 Алгоритм признания финансового актива в учете отечественных коммерческих организаций

Не признается в учете	Нет ←	Возникли права требования в соответствии с договором	→ Да	
Не признается в учете	Нет ←	Организации переданы все существенные риски и экономические выгоды, связанные с активом	→ Да	
Не признается в учете	Нет ←	Существует большая вероятность (скорее да, чем нет) получения экономической выгоды от актива	→ Да	
Не признается в учете	Нет ←	Стоимость актива может быть рассчитана с достаточной степенью надежности	→ Да →	Признается в учете

Источник: составлено автором

Мы предлагаем в качестве основного критерия признания (прекращения признания) финансового актива в бухгалтерском учете организации считать возникновение (утрату) прав требования, связанных с активом, в соответствии с договором. Необходимо также четко и однозначно закрепить положение о том, что при невыполнении основного и второстепенных критериев актив вообще не признается в бухгалтерском учете и не отражается в бухгалтерском балансе организации (возможно справочное отражение данного актива в пояснительной записке к финансовой отчетности). Отсутствие первичного документа при наличии других объективных доказательств возникновения финансового актива (например, отсутствие заверенной покупателем товарной накладной при наличии договора и данных склад-

ского учета, подтверждающих факт отгрузки товара) не должно являться причиной отказа в признании финансового актива к учету, то есть должен осуществляться принцип преваляирования экономического содержания (таких как переход финансовых рисков) над юридической формой.

Предложенный нами алгоритм прекращения признания финансового актива в учете отечественных коммерческих организаций представлен на Рис. 2:

Рис. 2 Алгоритм прекращения признания финансового актива в учете коммерческой организации

Прекращаем признавать в учете	Да ←	Истекли права требования в соответствие с договором		
	Нет	Права требования переданы другой организации	→ Нет	Продолжаем признавать в учете
	Нет	Сохранены все существенные риски и экономические выгоды, связанные с финансовым активом	→ Да	Продолжаем признавать в учете
Не признается в учете	← Нет ←	Сохранен контроль над финансовым активом	→ Да →	Продолжаем признавать в учете

**Источник:** составлено автором

Способ учета финансовых активов с отражением изменения стоимости на счетах резервного капитала не имеет аналогов в отечественной системе бухгалтерского учета. Он позволяет использовать резерв, накопленный ранее от переоценки финансовых активов для покрытия убытков при их продажи в тех случаях, когда цена продажи неожиданно упала. Это особенно актуально в свете недавних событий на мировых финансовых рынках.

### Учет финансовых активов

Одной из проблемных областей в учете финансовых активов является вопрос о применении расчетных методов определения их стоимости, в частности, использование способов дисконтирования будущих денежных потоков и эффективной ставки процента.



Ранее нами было предложено все финансовые активы, опираясь на международную практику учета, оценивать при первоначальном признании по справедливой стоимости, которая, за исключением ряда случаев, будет совпадать с суммой передаваемого за актив возмещения. Последующая же оценка актива будет зависеть от его принадлежности к одной из четырех классификационных групп. Активы первой и второй группы будут оцениваться по справедливой стоимости с отнесением изменений либо на счет финансовых результатов, либо на счет резервного капитала, тогда как для оценки активов третьей и четвертой группы будет применяться так называемая «амортизированная стоимость». Данный метод предполагает оценку актива по первоначальной стоимости с выделением дисконта - разницы между ценой приобретения (первоначальной стоимостью) и стоимостью погашения, который списывается (амортизируется) за время с момента покупки (образования) актива до даты погашения.

Метод эффективной ставки процента представляет собой способ определения будущей стоимости инвестиций. В отличие от простого процента, который в течение всего периода кредитования применяется к одной и той же (основной) сумме, сложный процент начисляется и на основную сумму, и на сумму процентов за каждый предыдущий год, и так в течение всего периода кредитования.

Простой процент по ссуде в размере 100 тыс. манат, выданной ОАО «Synergy Group» на срок 3 года под 10% годовых определяется так:

$100 \times 10\% \times 3 = 30$  тыс. манат за три года - т. е. ежегодно ОАО «Synergy Group» обязан уплачивать по 10 тыс. манат процентных платежей, а всего платеж по кредиту за три года составит 130 тыс. манат.

Эффективный же процент при выдаче такой же ссуды на тех же условиях обязывает ОАО «Synergy Group» к процентным платежам в следующих суммах:

за I год:  $100 \times 10\% = 10$  тыс. манат;

за II год:  $(100 + 10) \times 10\% = 11$  тыс. манат.;

за III год:  $(100 + 10 + 11) \times 10\% = 12,1$  тыс. манат.

Итого процентных платежей: 33,1 тыс. манат.

Всего платеж по кредиту составит 133,1 тыс. манат.

Кратко данный расчет сложного процента можно записать следующим образом:  $100 \times 1,331 = 133,1$  тыс. манат

#### 1) Приобретенная беспроцентная облигация сторонней организации

ОАО «AzAqro» приобрело 01.02.2016 году беспроцентную облигацию у ОАО «Synergy Group» номинальной стоимостью 150 манат. и сроком погашения 5 лет. Цена приобретения - 100 манат.

Расчет амортизированной стоимости (по годам), по которой беспроцентная облигация будет отражаться в бухгалтерском балансе, представлен в Табл. 1

Табл. 1. Рекомендуемая методика расчета процентного дохода и амортизированной стоимости беспроцентной облигации с использованием эффективной ставки процента, в манатах

Отчетный период	Отражение в бухгалтерском балансе на начало года	Начисленный процент по эффективной ставке ( $c = b \times 0,0845$ )	Отражение в бухгалтерском балансе на конец года ( $d = b + c$ )
<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>
2014	100	8,450	108,450
2015	108,450	9,164	117,614
2016	117,614	9,938	127,552
2017	127,552	10,778	138,330
2018	138,330	11,689	150,019 (округляется до 150,00)

**Источник:** составлено автором

При этом, как видно из таблицы, в каждом отчетном периоде организацией будет начисляться процентный доход, рассчитанный по методу эффективной ставки процента, несмотря на то, что облигация - беспроцентная, при этом будет обеспечено более объективное отражение влияние на финансовый результат деятельности организации, в отличие от варианта разового списания всей суммы разницы (50манат.) в момент погашения облигации.

**2) Беспроцентный заем, выданный сторонней организации**

ОАО « Synergy Group » предоставляет в 01.04.2016 г. беспроцентный заем ОАО « Bestpack » в сумме 150 тыс. манат. сроком на 5 лет. Рыночная ставка процента по аналогичным займам составляет 8,45% годовых.

Расчет амортизированной стоимости (по годам), по которой беспроцентный заем будет отражаться в бухгалтерском балансе организации, представлен нами в Табл. 2:

Табл. 2. Рекомендуемая методика расчета процентного дохода и амортизированной стоимости беспроцентного займа с использованием эффективной ставки процента, в тыс. манатов

Отчетный период	Отражение в бухгалтерском балансе на начало года	Начисленный процент по эффективной ставке	Отражение в бухгалтерском балансе на конец года
<i>a</i>	<i>b</i>	$c = b \times 0,0845$	$d = b + c$
2014	100	8,450	108,450
2015	108,450	9,164	117,614
2016	117,614	9,938	127,552
2017	127,552	10,778	138,330
2018	138,330	11,689	150,019 (округляется до 150,00)

**Источник:** составлено автором

При этом, как видно из таблицы, в каждом отчетном периоде организацией будет начисляться процентный доход, рассчитанный по методу эффективной ставки процента, несмотря на то, что заём - беспроцентный, при этом первоначально заём будет отражен в учете не по фактической стоимости (150 тыс. манат), а по справедливой (100 тыс. манат), учитывающей влияние временной стоимости денег, а также будет обеспечено более объективное отражение влияние на финансовые результаты деятельности организации.

3) Заем по ставке ниже рыночной, выданный сторонней организации

ОАО « Synergy Group » предоставляет 01.02.2017 г. заём ОАО «Synergy Trade House» по ставке 2% годовых в сумме 150 тыс. манат сроком на 5 лет. Рыночная ставка процента по аналогичным займам составляет 8,45% годовых. Расчет справедливой стоимости приведен в Табл. 3.

Табл. 3. Рекомендуемая методика расчета справедливой стоимости займа выданного способом дисконтирования денежных потоков, в тыс. манатов

Отчетный период	Денежные потоки		Ставка дисконтирования	Дисконтиров. денежные потоки
	Проценты по ставке, указанной в договоре	Выплата основной суммы займа		
<i>a</i>	$b=150 \times 2\%$	<i>c</i>	<i>d</i>	$y=(b+c) \times d$
2014	3	0	$1/(1+0,0845)=0,922$	2,760
2015	3	0	$1/(1+0,0845) =0,850$	2,551
2016	3	0	$1/(1+0,0845) =0,784$	2,352
2017	3	0	$1/(1+0,0845) =0,723$	2,169
2018	3	150	$1/(1+0,0845)=0,667$	101,987
Итого	15	150	-	111,819

**Источник:** составлено автором

Таким образом, первоначально заём выданный признается в бухгалтерском учете по справедливой стоимости равной 111,819 тыс. манатов.

Затем, в каждом отчетном периоде происходит начисление процентного дохода с использованием эффективной ставки процента с его отнесением на финансовые результаты деятельности организации, при этом на конец отчетного периода заём отражается в бухгалтерском балансе по амортизированной стоимости, расчет которой представлен нами в Табл. 4.

Табл. 4. Рекомендуемая методика расчета процентного дохода и амортизированной стоимости займа, выданного по ставке ниже рыночной, с использованием эффективной ставки процента, в тыс. манатов

Отчетный период	Отражение в бухгалтерском балансе на начало года	Начисленный процент по эффективной ставке	Денежные поступления по займу	Отражение в бухгалтерском балансе на конец года
<i>a</i>	<i>b</i>	$c=b*0,0845$	<i>d</i>	$\partial=b+c-d$
2014	111,819	9,449	3	118,268
2015	118,268	9,994	3	125,261
2016	125,261	10,585	3	132,846
2017	132,846	11,225	3	141,071
2018	141,071	11,921	153	-0,008 (округляется до 0)

**Источник:** составлено автором

Согласно международной учетной практике, проценты к получению по предоставленным займам, приобретенным долговым ценным бумагам и иные аналогичные проценты признаются всегда по методу эффективного дохода (англ. - effective yield), а не в сумме процентов к получению, согласно договору. Отечественный учет не предусматривает никаких подобных положений.

Исходя из этого, нами предлагается применять описываемые в данном параграфе способы расчета стоимости финансовых активов в отечественной системе бухгалтерского учета.

### **Раскрытие информации о финансовых активах**

Основная цель раскрытия информации о финансовых активах в бухгалтерской отчетности организации - охарактеризовать влияние финансовых активов на финансовое положение организации, результаты ее деятельности, движение денежных средств и обеспечить возможность заинтересованным пользователям отчетности оценить риски, связанные с финансовыми инструментами.

Финансовые активы должны раскрываться в бухгалтерском балансе коммерческой организации, в приложении к нему и в пояснительной записке. Мы предлагаем раскрывать балансовая стоимость финансовых активов в разрезе четырех предложенных нами ранее классификационных групп:

- финансовые активы, учитываемые по справедливой стоимости с отражением изменения через финансовые результаты организации;
- финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи;
- ссуды, займы и дебиторская задолженность, предоставленные коммерческой организацией;
- финансовые вложения, удерживаемые до погашения.

Если коммерческая организация переклассифицировала финансовый актив, оцениваемый по справедливой стоимости, в актив, оцениваемый по амортизированной стоимости, либо, наоборот, из оцениваемого по амортизированной стоимости -

в оцениваемый по справедливой стоимости, она должна будет указать в пояснительной записке сумму, возникшую для переклассификации в состав и из состава каждой группы, а также основания, по которым была проведена данная переклассификация.

Для финансовых активов, оцененных по справедливой стоимости, необходимо будет раскрывать следующую информацию:

Тип данных, на основании которых была определена справедливая стоимость:

- рыночные котировки;
- независимые экспертные оценки;
- аналитические расчеты дисконтированных ожидаемых потоков

денежных средств.

Рыночный риск возникает в результате возможных изменений рыночной стоимости отдельных финансовых активов, независимо от факторов, оказавших влияние на такие изменения. Определить количественные колебания рыночных цен на отдельные финансовые активы весьма непросто. В примечаниях к финансовой отчетности необходимо, на наш взгляд, раскрывать тенденции ценовых изменений, определяющих рыночный риск, и информацию о причинах и возможностях таких изменений.

Риск ставки процента связан с изменениями в стоимости отдельных финансовых активов из-за изменений рыночных ставок процента по такого рода активам. На наш взгляд, составители финансовой отчетности обязаны раскрывать подверженность риску ставки процента для финансовых активов, отражаемых в балансе. Необходимо будет раскрывать предусмотренные договором даты изменения ставки процента или срока платежа в зависимости от того, какая дата наступает раньше, а также применяемые эффективные ставки процента, если они предусматриваются в договорах о тех или иных финансовых активах.

Сумма стоимости финансовых активов, подверженная кредитному риску, в обычных условиях равна их балансовой оценке за вычетом начисленных оценочных резервов на покрытие убытков. Например, кредитный риск по дебиторской задолженности может быть принят по учтенной первоначальной сумме за вычетом начисленного резерва по сомнительным долгам. На сумму начисленного резерва уже уменьшены реальная прибыль организации и ожидаемый приток денежных средств. Концентрация кредитного риска возникает в связи с наличием потенциальных условий неплатежей по отраслевому, географическому, экономико-правовому или иным признакам, повышающим риск неплатежей по группе дебиторов или по отдельным классам иных финансовых активов.

Таким образом, предложенный нами порядок раскрытия информации, связанной с финансовыми активами, в бухгалтерской отчетности коммерческой организации позволит увеличить прозрачность отчетной информации, ее полезность для конечного пользователя, позволит потенциальному инвестору более объективно и точно оценивать финансовое положение организации и принимать на основании этого выверенные стратегические решения.

Отдельные аспекты раскрываемой информации могут и должны варьироваться в зависимости от организационной структуры и отраслевой принадлежности коммерческой организации в интересах специфических запросов конечных пользователей отчетности.

### **Литература**

1. Daşdəmirov Ə.İ., Quliyev V.M., Sadiqov Ə.A. «Mühasibat (maliyyə) uçotu» (dərslik), Bakı, 2003
2. Abbasov İ.M. «Maliyyə (mühasibat) hesabatı», 2011
3. Rzayev Q.R. Mühasibat uçotu və audit. Bakı, 2002
4. Sadiqov Ə.A., Sadiqov T.Ə. Mühasibat uçotu. Bakı, 2008
5. Səbzəliyev S.M. Maliyyə hesabatı: formalaşması və təkmilləşdirilməsi problemləri. Bakı, 2003
6. Джафарлы Г.А. Факторный анализ финансовой устойчивости хозяйственных субъектов. Методическое пособие. «Наука и образование». Баку, 2011
7. Махмудов И.М., Зейналов Т.Ш., Исмаилов Н.М. Экономический анализ. Учебник. Баку, 2011
8. Джафарлы Г.А., Мамедова Л.В. Анализ инфляции и её влияния на финансовые результаты. Методическое пособие. Баку, 2013
9. Муслимов С.Я., Казымов Р.Н. Финансовый анализ. Учебник. Баку, 2012
10. Двойнишников В.В. МСФО и МСА в кредитной организации. 2011, с. 120-125

## **AZƏRBAYCANDA KOMMERSİYA TƏŞKİLATLARININ MALİYYƏ AKTİVLƏRİNİN MÜHASİBAT UÇOTU VƏ AUDİTİ**

**R.A.Safikürdskiy**

### **XÜLASƏ**

Məqalədə müxtəlif istifadəçilərin genişlənən tələbatını ödəmək üçün mühasibat uçotu kateqoriyası üzrə “maliyyə aktivləri”nin tətbiqi müzakirə olunur. Müəllif alternativ uçot metodlarının və maliyyə aktivlərinin qiymətləndirilməsi metodlarının seçiminin birbaşa kommersiya fəaliyyətinin yekun nəticələrinə - mənfəətə təsir göstərdiyi fikrini irəli sürür.

## **ACCOUNTING AND AUDIT OF FINANCIAL ASSETS OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS IN AZERBAIJAN**

**R.A.Safikurdski**

### **SUMMARY**

This article treats the use of accounting category "financial assets" to meet expanding needs of various users. The choice of alternative methods of accounting and those for assessing financial assets directly affects the final results of commercial activities – the profits, the author claims.

*Məqalə redaksiyaya 3 may 2020 tarixində daxil olmuş, 9 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

**AZƏRBAYCANDA İNHİSARÇILIQ PROBLEMİ,  
ANTIİNHİSAR SİYASƏTİNİN APARILMASI ZƏRURƏTLƏRİ**

**A.Ş.Salahov**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, Abbas Səhhət küçəsi 45 a  
e-mail: arifmastersalahov@gmail.com

*Açar sözlər:* inhisar, Azərbaycan, iqtisadi tənzimləmə, antiinhisar siyasəti

*Keywords:* monopoly, Azerbaijan, economic regulation, anti-monopoly policy

*Ключевые слова:* монополия, Азербайджан, экономическое регулирование, антимонопольная политика

Bazar iqtisadiyyatının təməl prinsiplərindən biri hesab olunan “rəqabətli satış” mühitinin yaradılmasına təsir göstərən təkəlcilik fəaliyyəti müasir problemlərin ilk sıralarında yer alır. Bazar subyektlərinin yaratdığı bu forma, səmərəli satışa mənfi təsir göstərir. İnhisarçılıq bir bazar fenomenidir, çünki real iqtisadi güc kimi iqtisadi proseslərə birbaşa təsir edir. Ona görə də bu terminologiya 19-cu əsrdən başlayaraq indiki dövrümüzdə qədər təhlil edilir və öyrənilir. Bəzi alimlər bu məsələyə xüsusi önəm verərək, onu “rəqabətin qatı düşmən”i adlandırırlar. Bu da anlaşılandır. İnhisarçı firma hər zaman bazarda hegemonluğu ələ keçirmək istəyir, belə olan halda digər rəqiblərin bazara giriş-çığı məhdudlaşır. Beləliklə, bazarda haqsız rəqabət yaranır, satışın tələb və təklif əsasında fəaliyyətinə zərbə vurur, nəticədə firma bazarda qiyməti özü müəyyənləşdirir.

İqtisadiyyat sahəsini daha dərinləndirən öyrənmək istəyən araşdırmaçılar müasir dövrdə “səmərəli bazar münasibəti” anlayışının məhsul istehsalının və satışının rəqabətliyinin təmin olunduğu hallarda yarandığını bildirirlər. Rəqabət əmtələrin istehsalı və reallaşdırılması üçün ictimai normal şəraitin yaranmasına şərait yaradır. Mütəxəssislər qeyd edirlər ki, təsərrüfat subyektlərinin əmtəə və xidmətlər üzərində qiymət diktə etməsi digər rəqiblərin bazara daxil olmasına mane olur, istehsal prosesində elmi-texniki tərəqqinin məhsullarından istifadə edilmir. Belə olan halda isə inhisarçı firma malın keyfiyyətinə deyil, qiymətinin və həcmnin artırılmasına çalışır.

Bazarda məhsulun bir neçə satıcısının olması qiymətlərin aşağı, məhsul keyfiyyətinin yüksək olmasına birbaşa təsir göstərir. İstər-istəməz firmalar istehsal etdikləri əmtəə və xidmətləri istehlakçı maraqlarına uyğunlaşdırmaq üçün ETT-nin nailiyyətlərindən istifadə edirlər. Nəticədə məhsul daha keyfiyyətli və ucuz təklif olunur. Buna görə də müasir dövrdə bazarlarda sağlam rəqabətin formalaşdırılması, inhisarçılığın məhdudlaşdırılması aktual problemlərdir.

Kapitalizmin inkişafı, iri müəssisələrin yaranması inhisarçılığı ən çox araşdırılan mövzu edib. Bu problemə həlli istiqamətində indiyədək iqtisadçılardan müxtəlif fikirləri qeyd olunub. Mənası “tək satmağı” ifadə edən bu anlayış milli iqtisadiyyatın əsas problemi sayılır.

Hələ ötən əsrlərdən satıcılar gəlirlərini artırmaq üçün bazarda digər nümayəndələri ilə müqayisədə anti-rəqabət hərəkətlərinin tətbiqi metodlarını araşdırırdılar. Məşhur şot-

land iqtisadçısı A.Smit qeyd edirdi ki, eyni ticarət və sənətkarlıq nümayəndələri xalqa qarşı sui-qəsd və ya qiymətləri qaldırmaq üçün istəmədən də olsa görüşürlər.

İqtisadçılar rəqabətin iki növünün olduğunu qeyd edirlər: 1. Haqlı (sağlam) rəqabət 2. Haqsız (qeyri-sağlam) rəqabət. Birinci rəqabət növü qanuni üsullarla müəssisələrin rəqiblərindən daha çox mənfəət əldə etməyə cəhd göstərməsi nəticəsində yaranır. Haqlı rəqabət olan bazarlarda işçi qüvvələri, kapitallar maneəsiz hərəkət edir. Lakin müasir dövrdə bazarlarda sağlam rəqabətə çox az rast gəlinir. Alıcı sayını artırmaq, yüksək mənfəət əldə etmək üçün müəssisə qeyri-qanuni metodlardan istifadə edərək öz rəqibinə qalib gəlməyə çalışır. Qeyri-iqtisadi metodlara yüksək vəzifəli şəxslərin himayəsindən istifadə, reklamlar aparmaq, marka hazırlamaq kimi məsələlərdir. Azərbaycanlı iqtisadçı alim Əvəz Bayramov “inhisarizm” əsərində yazır ki, təkcə “xalis” yox, “kamil” rəqabət anlayışları da qəbul edilməzdir. İqtisadçı bu fikrinə bu cür izah verir:

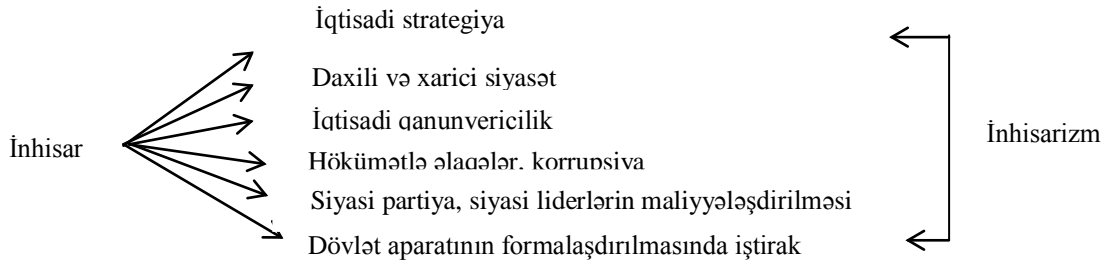
*Kamil rəqabət ümumiyyətlə, rəqabətin yoxluğu deməkdir. Həqiqətən də ayn-ayn korporativ mənafeəldən çıxış edən bazar subyektlərindən hansı məntiqlə rəqabət mübarizəsində «insaflı» olmalarını tələb etmək mümkündür? Əgər rəqabət «qeyri-müəyyənlikdən» doğursa (nəticəsi məlum olan hadisə rəqabət yarada bilməz) və «məna məxsus olmalıdır» şüarı altında hərəkətə gəlsə, onda hansı «kamillikdən» danışmaq mümkündür. Məhz bu baxımdan K.Marksın «...İnhisar və rəqabətin sintezi formula yox, hərəkətdir» fikri çox sönük görünür. Həmin sintezin inhisarçı rəqabət şəklində məhz formula olduğunu G.Çemberlin yuxarıda söz açdığımız əsərində inandırıcı dəlillərlə sübut etmişdir. Beləliklə, «klassik» bazarın tədqiqatçıları inhisar-çıların meydana çıxmasını kapital və istehsalın təmərküzləşməsi proseslə əlaqələndirirlər və bu araşdırdığımız problemdə yeganə cəhətdir ki, fikir yekdilliyi mövcuddur. (Mənbə: Bayramov Ə.İ. İnhisarizm, Bakı, “Elm”, 2005)*

Bazar subyektlərinin qanunsuz üsul və vasitələrlə rəqibləri üzərində üstünlük əldə etməsi inhisarçılıq formalaşdırır. Antiinhisar siyasətinin aparılmasında müxtəlif metodlardan istifadə olunur. Bu metodlar əsasən qanunvericiliyin tələblərini pozan subyektlərin fəaliyyətinə tətbiq edilməklə, inzibati tənzimləmə xarakteri daşıyır.

Hər bir elmi işi hazırlamaq, effektiv təhlil etmək üçün müəyyən metodlardan istifadə olunur. Bu məqalədə müşahidə, məlumatların toplanması və seçilməsi, müqayisə, induksiya və deduksiya, məntiqi ümumiləşdirmə, tarixi, sistem və analiz və s. metodlardan istifadə olunmuşdur. Bu metodlardan səmərəli, düzgün, dəqiq istifadə olunması araşdıracağımız mövzunu daha dərinə öyrənməyə imkan yaradır. Qeyd etmək lazımdır ki, bu metodlar da öz aralarında bir-birindən asılıdırlar.

İnhisarı rəqabətdən fərqləndirən əsas cəhətlərdən biri də onun qiyməti təyin etməsidir. Məlumdur ki, eyni əmtəə və xidmətlərinin satışı ilə məşğul olan müəssisə istehsal etdiyi məhsulun yeganə satıcısı olduğu, istehsal etdiyi əmtəənin yaxın əvəzedicisi olmadığı üçün daha çox mənfəət əldə etmək istəyir. Bu cür fəaliyyət zamanı qiymətlər yüksəlir, islehlakçı hüquqlarının müdafiəsi nəzərə alınmır. Əgər bazarda inhisarçı mövqeyi mövcuddursa, digər iştirakçıların bazara daxil olmasında maneələr yaranır.





Sxem 1. İnhisarizmin formalaşması mexanizmi

Dövlətin inhisarçılığa qarşı həyata keçirdiyi tədbirlər səmərəli iqtisadiyatın formalaşdırılmasına, sağlam maliyyə mühitinin yaradılmasına yönəldilir (Sxem 1). Azərbaycanda ilk dəfə olaraq dövlət tərəfindən antiinhisar tədbirlərinin həyata keçirilməsinə “Azərbaycan Respublikasının Antiinhisar siyasəti və Sahibkarlığa Kömək Komitəsinin yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 23 iyun 1992 il tarixli Fərmanından sonra başlandı. Sonralar Azərbaycan Respublikası İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin tabeliyinə keçərək dəfələrlə hüquqi status və daxili strukturu yenilənərək nazirliyin tərkibində olan quruma çevrildi. Antiinhisar fəaliyyətinə dövlət nəzarətini təmin etmək üçün komitə 1993-cü il 4 mart tarixində “Antiinhisar fəaliyyəti haqqında” Qanunu qəbul etdi. “Antiinhisar fəaliyyətinin tənzimlənməsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu “Ümumi müddəalar”, “İnhisarçılıq fəaliyyəti”, “Antiinhisar tənzimləmə vasitələri”, “Yekun müddəalar” olmaqla 4 bölmə və 19 maddədən ibarətdir. Qanunun birinci bölməsi qanunun məqsədlərini, antiinhisar qanunvericiliyini, qanun tətbiq dairəsini, antiinhisar siyasətini həyata keçirən Azərbaycan Respublikasının dövlət orqanlarını, əsas anlayışlarını əhatə edir. İkinci bölmə müvafiq olaraq- dövlət inhisarçılığı, sahə inhisarçılığı, yerli inhisarçılıq, təsərrüfat subyektlərinin inhisarçılığı, maliyyə-kredit inhisarçılığı, bazar subyektlərinin üfüqi və şaquli sazişləri nəticəsində yaranan inhisarçılıq, təbii inhisarçılıq, təbii inhisarçılıq, patent-lisenziya inhisarçılığı, yerin təkindən istifadə inhisarçılığından bəhs edir. Üçüncü bölmə antiinhisar fəaliyyətə dövlət nəzarəti mexanizmlərindən, konkret olaraq təsərrüfat subyektlərinin və onların birliklərinin yaradılması, yenidən təşkili və ləğv edilməsi zamanı antiinhisar qanunvericiliyinə riayət edilməsinə dövlət nəzarəti, səhmlərin (payların) əldə olunması zamanı təsərrüfat subyektləri arasında bağlanmış əqdlərin həyata keçirilməsində antiinhisar qanunvericiliyinə riayət edilməsinə dövlət nəzarəti, inhisarçılıq fəaliyyətinin məhdudlaşdırılması, inhisarçılıq fəaliyyətinin aradan qaldırılması, müvafiq icra hakimiyyəti orqanının məlumat əldə etmək hüququnu müəyyən edir. Sonuncu, yəni dördüncü bölmə isə qanunun pozulması nəticələrindən, bu hallar baş verdiyi zaman təsərrüfat subyektlərinin, onların rəhbərlərinin və müvafiq icra hakimiyyəti orqanlarının vəzifəli şəxslərinin məsuliyyətini müəyyən edir. Antiinhisar fəaliyyəti haqqında Azərbaycan Respublikası qanuna uyğun olaraq 1 müəssisə satışın 33%-nə, 3 müəssisə 50%-nə, 5 müəssisə 66,6%-nə malik olduğu hallarda inhisarçı hesab olunur. Ölkə iqtisadiyyatı böyüdükcə Azərbaycanda bu rəqəmin getdikcə aşağı salınması istiqamətində tədbirlər görülür.

Araşdırmalar onu göstərir ki, Avropada inhisarçılıq orta statistik 25 faiz, ABŞ-da 6 faiz civarındadır. Lakin iqtisadiyatı kiçik olan ölkələrdə inhisarçılıq rəqəminin az olması

şirkətlərin böyüməsinə ciddi təsir edir, bu da qənaətbəxş hesab oluna bilməz.

Bu məsələyə başqa tərəfdən baxsaq görərik ki, inhisarçı firmaların ölkə daxilində olması işsizliyin müəyyən qismini azaldır. Belə ki, transmilli şirkətlərin ölkə daxilində yerləşməsi yüzlərlə, minlərlə insanın orada işləməsinə şərait yaradır.

Ümumiyyətlə, inhisarçı fəaliyyətdə ən vacib məsələ qiymətlə bağlıdır. İnhisar qiyməti rəqabətin minimuma endirilməsinə və istehlakçı hüququnun pozulmasına gətirib çıxarır. XX əsrin 50-60-cı illərindən başlayaraq istehsal və kapitalın təmərküzləşməsi bu prosesi daha da sürətləndirdi. Korporativ və maliyyə kapitalının meydana gəlməsi, həmçinin iri özəl müəssisələrin yaradılması monopolist mövqeyini dərinləşdirdi.

İnhisarçılıq iqtisadiyyat üçün mənfəət hesab edilərsə də təbii inhisar növlərinə dövlət dəstəyi mövcuddur. Belə ki, dövlətlər tərəfindən təbii inhisarçılıq qorumaqda maraqlıdırlar. Bunun bir neçə amilləri var. İqtisadiyyatda təbii inhisarçılıq ən strateji sahələr üzrə yaradılır. Məqsəd sosial təcəqənin rifahının yaxşılaşdırılmasından ibarətdir. İqtisadçılar qeyd edirlər ki, kommunal xidmətlər təklif edən və dövlət üçün strateji əhəmiyyət kəsb edən subyektlər bir neçə şirkətin səlahiyyətinə vermək olmaz. Əgər belə olarsa sosial narazılıq arta bilər. Ölkəmizdə mövcud olan təbii inhisar növləri aşağıdakılardır:

- Azərbaycan Respublikasının və xalqının qiymətli xəzinəsi olan neft-qaz məhsullarının çıxarılması və yeni yataqların kəşfi ilə məşğul olan Dövlət Neft Şirkəti. (Düzdür, SOCAR səhmləri tam olaraq dövlətin balansındadır. Lakin təbii inhisar subyekti fəaliyyət göstərir).
- Kommunal xidmətlər təklif edən “Azərsu” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti, “Azərişiq”, “Azəriqaz”
- Dövlət datasiyası əsasında fəaliyyət göstərən yeraltı sərnişin daşıyıcı şirkət “Bakı Metropoliteni” Qapalı Səhmdar Cəmiyyəti və başqaları dövlət inhisarları və ya təbii inhisarlar hesab olunur.
- Ölkəmizin aviadaşıyıcı şirkəti olan AZAL (Azərbaycan Hava Yolları).

Təbii inhisarlar həm də istehsal miqyasının artırılmasının böyük həcmdə qənaət etməsinə şərait yaradır. Bu növ inhisarlar təsərrüfat subyektləri arasında rəqabətin mümkün olmadığı sahələrdə də yaranır. (Mənbə: Vəliyev.T.S., Babayev.Ə.P., Meybullayev M.X. “İqtisadi nəzəriyyə”. Bakı, 2011, Çəşioğlu nəşriyyatı).

Məlumdur ki, ölkələr sosial-iqtisadi potensialını artırmaq üçün ilk növbədə iqtisadiyyatında rəqabətqabiliyyətli mühit formalaşdırmalıdır. Dövlətlər inhisarçı davranışını məhdudlaşdırmaq, real mənfəət gətirən tələb və təklif əsasında satış yaratmaq üçün öz idarəetmə sistemlərinə uyğun olaraq müxtəlif mexanizmlərdən istifadə edirlər. Antiinhisar qanunvericiliyi sisteminin dünya təcrübəsi dedikdə məsələni daha da ölkələrin fərqli idarəetmə və tənziqləmə xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır. Bu baxımdan fərqli ölkələrin tənziqləmə mexanizmlərinin öyrənilib, növbəti illərdə Azərbaycanda tətbiq olunmasına nail olmaq olar.

Dövlətin antiinhisar siyasəti bazar iştirakçılarının məhsul satışında haqsız rəqabət üsullarından istifadə etməklə, qiymət təyin etmə hallarının qarşısının alınmasına, rəqabətin artırılmasına, inkişafına, təkmilləşməsinə yönəldilir. Milli qanunvericiliyimizdə inhisarların 9 növü fərqləndirilir: təsərrüfat subyektlərinin inhisarçılığı, dövlət inhisarçılığı, sahə inhisarçılığı, yerli inhisarçılıq, maliyyə-kredit inhisarçılığı, bazar subyektlərinin üfəqi və şaquli sazişlər nəticəsində yaranan inhisarçılıq, təbii inhisarçılıq, patent-lisenziya inhisar-

çılığı.

İnhisarçılığa qarşı aparılan tədbirlər digər arzuolunmaz halların, xüsusən korrupsiya və süni bahalaşmanın da qarşısını alır. Lakin bəzi iqtisadçılar qeyd edirlər ki, bazarda inhisarçılıq faizini müəyyən edən dəqiq mexanizm yoxdur. Bu baxımdan bu məsələnin araşdırılıb öyrənilməsinə ciddi ehtiyac var.

Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyev sosial-iqtisadi sahə ilə bağlı müşavirələrində 2019-cu ili islahat ili olduğunu qeyd edərək, ölkəmizdə inhisarçılıq fəaliyyətinin qarşısını almaı üçün zəruri islahatların aparıldığını bildirib. Ölkə başçısı iqtisadi inkişafı şərtləndirən sağlam rəqabət mühitinin təmin olunmasına inhisarçılıqla mübarizənin mütəşəkkil aparılmasına çağırışlar edib.

İlham Əliyevin son 15 ildə apardığı sosial-iqtisadi islahatların nəticəsi olaraq bugün ölkəmizdə monopolist xarakterli fəaliyyətlərin, o cümlədən təbii inhisarların tənzimlənməsi sahəsində müsbət nəticələr əldə edilib.

Tədqiqat işi nəticəsində aşağıdakı təkliflər verilir:

- İqtisadiyyatın rəqabətə uyğunlaşdırılması üçün mövcud təsərrüfat subyektlərinə nəzarət mexanizmləri planlaşdırılmalıdır.
- İnhisarçı müəssisələrə dövlət orqanları və onların vəzifəli şəxsləri tərəfindən qanunvericiliyə uyğun tədbirlər görülməlidir.
- Antiinhisar qanunvericiliyinin tələbləri nəzərə alınmalıdır və sahibkarlar məlumatlandırılmalıdır.
- Əlverişli investisiya mühitinin formalaşdırmaqla, xarici investorları ölkəmizə cəlb etmək.
- Ölkəmizdə fəaliyyət göstərən xarici şirkətlərə vergi güzəştləri etməklə qiymətlərin tənzimlənməsi aparmaq.
- Özəl bölmənin payının artırılması hesabına dövlətin iqtisadi yükünü yüngülləşdirmək.
- Şirkət rəhbərləri ilə görüşlərdə onları qanununvericiliyə zidd əməllərə yol verməmək haqqında təlimatlandırmaq.
- Bazarda eynicinsli məhsullar təklif edən müəssisələrin qiymət strategiyasına nəzərəti gücləndirmək.
- Haqsız rəqabətə yol verən hallara qarşı cərimə və cəzaları sərtləşdirmək.
- Bazarda rəqabət mühitinin formalaşmasına mənfi təsir edən amilləri məhdudlaşdırmaq.

### Ədəbiyyat

1. Abbasov A.B, Abbasov S.A. Biznesin əsasları. Dərslik-monoqrafiya. Bakı, "Elm və təhsil", 2017, 456 səh.
2. Allahverdiyev H., Qafarov K., Əhmədov Ə. Milli iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi. Dərslik. Bakı, "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, 2007, 256 səh.
3. Bayramov Ə.İ. İnhisarizm. Bakı, "Elm", 2002, 390 səh.
4. Əzizov Y.S. Monetar tənzimləmə. Monoqrafiya. Bakı, 2014, 375 s.
5. Ken Koury. Monopoly Strategy. ISBN-13: 978-1105854668. 2012, 194 p.
6. Kərimli I., Süleymanov N. Milli iqtisadiyyatın əsasları. Dərslik. Bakı, 2000
7. Philip E. Orbanes. Monopoly, Money, and You: How to Profit from the Game's Secrets of Success. ISBN-13: 978-0071808439. 2013, 288 p.

8. Richard B. McKenzie and Dwight R. Lee. In Defense of Monopoly. 978-0-472-116157. Michigan publishing, 2008, 337 p.
9. Richard Posner. Economic Analysis of Law. 8. Basım, Kluwer, Law, New York, 2011
10. Şəkərəliyev A.Ş. Dövlətin iqtisadi siyasəti: dayanıqlı və davamlı inkişafın təntənəsi. Bakı, 2011, 542 səh.
11. Vəliyev E.N. Şəffaflığın təmin olunmasında maliyyə nəzarətinin rolu // “Gənc alimlərin I Elm festivalı” elmi konfansı. - 13-15 iyul 2011. – səh. 157-160
12. Государственное регулирование национальной экономики. Под ред. Н.А.Платоновой, В.А.Шумаева, И.В.Бушуевой. М, АЛЬФА-М, ИНФРА- М, 2008
13. Капканщиков С.Г. Государственное регулирование экономики. Москва, КНОРУС, 2006, 352 с.

### **PROBLEM OF MONOPOLY AND NEED FOR ANTI-MONOPOLY POLICY IN AZERBAIJAN**

**A.Sh.Salahov**

#### **SUMMARY**

This article deals with the steps taken against monopoly activities in Azerbaijan. The ways to improve country's antimonopoly policy are analyzed. It is noted that the aims of the fight against monopolies are the strengthening of national economy and the boost of free economic activities.

### **ПРОБЛЕМА МОНОПОЛИИ И НЕОБХОДИМОСТЬ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**А.Ш.Салахов**

#### **РЕЗЮМЕ**

В статье рассматриваются шаги, предпринимаемые в Азербайджане в борьбе с монополиями, анализируются пути совершенствования антимонопольной политики страны. Отмечается, что целью борьбы с монополиями является укрепление национальной экономики, формирование свободной экономической деятельности.

*Məqalə redaksiyaya 3 may 2020 tarixində daxil olmuş, 10 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 336

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ  
УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА БАНКОВ**

**А.Г.Мехдиев**

Азербайджанский Государственный Экономический Университет  
Баку, ул.Истиглалият 6  
e-mail: moonstream94@gmail.com

*Açar sözlər:* maliyyə menecmenti, metodoloji əsaslar, bank menecmenti

*Keywords:* financial management, methodological foundations, bank management

*Ключевые слова:* финансовый менеджмент, методологические основы, банковский менеджмент

Оценивание используемых методов важно для продвижения исследований в области управления. Выбор методологии зависит от многих факторов, к которым относятся команда, тип бизнес-проекта, масштаб проекта и т.д. Влияние исследований менеджмента на результативность кредитной организации зависит от точности и целесообразности выбранных методов исследования. Учитывая экономические опасения, необходимо изучить использование методов исследования, чтобы тщательно исследовать характерные закономерности, появившиеся за первые два десятилетия 21-го века. Изучение таких закономерностей может дать нам важное представление о дальнейшем развитии методологии исследования.

Финансовый менеджмент является типичной функцией любого бизнеса. Любая организация нуждается в финансах для получения ресурсов, осуществления производственной или инвестиционной деятельности, выполнения своих обязательств, дальнейшего получения финансовых ресурсов и т.д. Есть много теорий вокруг финансового менеджмента:

1. Первая группа экспертов определяет финансовый менеджмент как предоставление средств, необходимых бизнесу, на условиях, которые являются наиболее выгодными в соответствии с его целями. Следовательно, этот подход касается, прежде всего, закупок средств, которые могут включать инструменты для сбора средств. Подход первой группы экспертов также учитывает правовые и бухгалтерские отношения между предприятием и его источником сбыта.

2. Вторая группа экспертов отождествляет финансы с деньгами. Они пришли к такому выводу на основании того факта, что все деловые операции связаны с деньгами, прямо или косвенно. Соответственно, финансы касаются всего, что делает бизнес.

3. Третья группа экспертов полагает, что управление финансами включает не только закупки средств, но и их эффективное использование. Например, в случае производственной компании финансовое управление должно обеспечить наличие средств для установки производственного цеха и оборудования. Кроме того, оно также должно гарантировать, что прибыль адекватно компенсирует расходы и рис-

ки, которые несет с собой бизнес. Следует отметить, что эта теория более широко распространенная.

### **Эволюция теорий в области финансового менеджмента предприятий и банков**

Как известно, исторически теория менеджмента была глубоко изучена такими выдающимися специалистами, как Роберт Оуэн, Джеймс Уотт Джуниор, Мэтью Робинсон Боултон, Х. Л. Гантт, Эмерсон, Фрэнк, Лилиан Гилберт, Фредерик Тейлор, А.Файоль, М.Вебер, Э.Мейо. Есть и отечественные специалисты, которые внесли свой вклад в теоретические подходы методологии управления. Среди них можно выделить следующих: проф.Эльнур Садыгов, М.Атакишиев, А.Имран, К.Шахбазов. В процессе своей практики названные специалисты менеджмента провели многочисленные анализы с целью определения наиболее целесообразной методологии управления, поэтому возникает необходимость рассмотрения их анализов.

Менеджмент — составная часть современной деловой практики. Есть четыре основных классификаций теорий менеджмента:

1. Донаучный период менеджмента
2. Теория Классического Менеджмента
3. Неоклассическая Теория Менеджмента
4. Современная Теория Менеджмента

Бэббидж, являлся известным профессором математики в Кембриджском университете, в результате анализов обнаружил, что причиной непродуктивности и плохой эффективности предприятий, банковской деятельности является то, что руководства полагаются на догадки. С целью устранения этого недостатка он призвал их использовать математику и естественные науки. Он призвал руководство предприятий, банков на основе точных данных, полученных с использованием естественных наук выяснить, сколько раз каждая операция повторяется в час.

В результате анализа Бэббиджа был разработан эффективный метод наблюдения за производством на организациях, который является тем же подходом, который используется даже современными аналитиками операций и консультантами, анализирующими различные производственные операции.

Оуэн добился разработки вспомогательного средства для мотивации и дисциплины, названное системой “Silent Monitor”. Фабрика в Нью-Ланарке, в котором работал он была, очевидно, очень прибыльной, но до сих пор никто из его последователей, владеющих фабрикой, игнорировали его идеи. Возможно, причиной этого является чрезмерно радикальный характер его подходов. Если бы он придерживался поэтапного подхода к улучшению условий труда на фабрике и отношений с работниками вместо подхода «или все, или же ничего», то его идеи могли бы быть более успешным. Прочный результат его анализов может быть лучше всего виден в том факте, что для современных работодателей несоблюдение практик, которые он защищал, не серьезно.

Совместно с Генри, Ф. Фредерик Тейлор также основал административную теорию и искусство управления. Согласно их анализу, с целью минимизации лишних трат и сокращения времени операций, необходимо было использовать данные в числовом значении, полученные в результате наблюдения и оценки раз-

личных процессов. Такой подход был сосредоточен на научном подходе, разделении труда, стандартизации, упрощении и специализации.

Представитель теории административного управления А.Файоль в результате анализа основных показателей управления добился определения 14 принципов менеджмента:

1. Разделение труда: Этот принцип подчеркивает важность разделения работы на мелкие задачи, которые затем могут быть распределены между отдельными работниками в зависимости от их способностей, навыков и специализации.

2. Власть и Ответственность: Ответственность без власти может привести к нерациональному использованию контролируемых ресурсов или задержке в выполнении задачи.

3. Дисциплина: Руководство должно обеспечить необходимое условие для того, чтобы весь персонал соблюдал правила, нормы и политику компании для поддержания дисциплинированной рабочей среды.

4. Вознаграждение: Политика оплаты труда работодателя должна быть достаточно справедливой. Это должно обеспечить удовлетворение сотрудников, и оно должно либо соответствовать, либо превышать вознаграждение, предоставляемое конкурентами.

5. Единство командования: Этот принцип определяет, что всех сотрудников должен возглавлять всего лишь один руководитель высшего звена, а не 2 или же 3.

6. Единство Направления: Усилия и индивидуальные цели всех сотрудников организации различной специализации, должны быть направлены на достижение конечной цели организации.

7. Скалярная цепь: Организационная структура должна быть такой, чтобы сотрудники могли следовать четкой иерархии. Таким образом, все знают, перед кем они несут ответственность, и можно поддерживать плавный поток информации от верхнего до нижнего уровня и наоборот.

8. Подчинение индивидуального интереса: Руководство должно учитывать индивидуальные цели каждого сотрудника, чтобы эти личные интересы сотрудников могли быть согласованы с интересами и целями организации.

9. Степень централизации.

10. Порядок: под этим словом понимается систематизация и планирование всех ресурсов

11. Честь мундира: Командная работа является важной частью любого бизнеса, и поэтому все организации должны обеспечить дружественные отношения между всеми сотрудниками.

12. Равенство: По словам Файоль, руководство никогда не должно проводить различий между сотрудниками и относиться к ним как к равным во всех отношениях.

13. Стабильность владения персоналом: Рост любого бизнеса зависит от его способности удерживать своих сотрудников на длительный срок, поскольку набор, отбор и обучение нового персонала требует огромных затрат и времени.

14. Инициатива: Организация должна поощрять и вдохновлять своих сотрудников вносить свой вклад и проявлять инициативу в выполнении запланированной деятельности.

Немецкий социолог, философ Макс Вебер (1864-1920), который дополнил список теорий бюрократической моделью, провел анализы с упором на официальный авторитет власти. Единство, авторитет организационных иерархий, система рабочих процедур, разделение труда на основе функциональной специализации являются центральными в такой теории. Всё это способствовало жесткой особенности бюрократии, где существует чрезмерная зависимость от начальника организации, высокая степень склонности забывать конечные цели, а также тревога из-за большого давления соответствия правилам и процедурам. Бюрократическая теория была разработана Максом Вебером для решения некоторых проблем с традиционной властью. Хотя слово бюрократия имеет негативные ассоциации в наши дни, у бюрократической структуры в организации есть ряд преимуществ.

Основоположники неоклассической теории Мейо и его коллеги провели эксперименты Хоторна, которые легли в основу этой теории. Австралийский исследователь провел свои эксперименты на заводе Hawthorne of Western Electrical Company в Чикаго. Элтон Мейо считается отцом школы человеческих отношений, а Ретлисбергер, Диксон, Дьюи, Левинец являются великими участниками этой школы.

### **Методологические основы управления финансового менеджмента банков**

Что представляет собой методологии финансового менеджмента? Методология финансового менеджмента - это, фактически, набор руководящих принципов и процессов с целью управления финансами. Вы можете выбрать собственную методологию. Этот выбор определяет, как вы работаете и входите в финансовые отношения.

Выбор методологии зависит от многих факторов, к которым относятся, команда, тип бизнес - проекта, масштаб проекта и т.д. Выбор методологии управления финансами - это одно из самых первых решений, которое должен принимать руководитель. Соответственно, выбор руководителя, т.е. методология, постоянно будет влиять на работу руководителя и его команды.

В результате данных теоретических подходов были сформированы много методов, которыми пользуются как в отечественных, так и в зарубежных банках. В данной статье будем рассматривать принцип работы, а также пример с использованием одного из таких методов. Различные методологии управления финансами имеют свои преимущества и недостатки, в зависимости от сферы применения.

Используя метод Кромонава, было проведено работа в следующей последовательности, на примере "Pasha Bank"а:

- расчет абсолютных показателей "Pasha Bank"а;
- расчет коэффициентов "Pasha Bank"а, описывающих существенные закономерности банковского баланса;
- расчет текущего индекса надежности "Pasha Bank"а.

Для начала был сделан анализ коэффициентов модели В.Кромонава и получены следующие данные:



Таблица 1: Коэффициенты модели В.Кромонава для “Pasha Bank”а за 2018 г.

Показатель	Обозн.	Значение	Вес
Генеральный коэффициент надежности	K1	0,56	45
Коэффициент мгновенной ликвидности	K2	1,23	20
Кросс-Коэффициент	K3	2,70	10
Генеральный коэффициент ликвидности	K4	0,33	15
Коэффициент достаточности капитала	K5	0,12	5
Отношение собственного капитала к размеру прибыли	K6	7,04	5

Источник: Авторские расчеты

Для завершения оценки методологических основ коэффициенты должны быть взвешены и просуммированы. С этой целью каждому показателю присваивается соответствующий вес.

В итоге, получается следующая формула для вычисления общего показателя финансового состояния банка:

$$N=45 \times (K1/1) + 10 \times (K2/1) + 15 \times (K3/3) + 10 \times (K4/1) + 5 \times (K5/1) + 5 \times (K6/3)$$

$$N=45 \times (0.56/1) + 10 \times (1.23/1) + 15 \times (2.7/3) + 10 \times (0.33/1) + 5 \times (0.12/1) + 5 \times (7.04/3) = 66.6\%$$

Максимальное значение данного показателя равняется 100, следовательно, чем выше значение, тем устойчивее, с финансовой точки зрения, считается банк. По полученному значению можно делать вывод, что финансовая устойчивость “Pasha Bank”а находится в состоянии с некоторыми признаками проблемности.

Касаясь примера с использованием метода В.Кромонава можно сказать, что принцип работы этой методики заключается в том, что в ней анализируемый банк (Pasha Bank) сопоставляется с идеальным банком. Значение идеального банка принимается за 100%. Значения коэффициентов анализируемого банка, в рамках модели В.Кромонава за 2018-й год, был на 66.6% близок к показателям идеального банка.

Недостатком методики В.Кромонава, по моему мнению, является отсутствие в модели показателей прибыльности банка. Между тем на оценке прибыльности необходимо сделать акцент на следующих показателях:

Таблица 2: Показатели, обеспечивающие прибыльность

Показатель	Показатели, составляющие формулу
1. Коэффициент рентабельности активов: $ROA = \text{ЧП} / A \times 100\%$	ЧП – величина чистой прибыли А – суммарные активы
2. Коэффициент рентабельности капитала: $ROE = \text{ЧП} / \text{СК} \times 100\%$	ЧП – величина чистой прибыли СК – собственный капитал
3. Чистая процентная маржа: $\text{ЧПМ} = \text{ДП} - \text{РП} / \text{АД}$	Дп - процентные доходы за период Рп - процентные расходы за период Ад - активы, приносящие доход

Источник: <http://web.snauka.ru/issues/2018/01/85334>

Учитывая недостаток методики, предлагается синтезировать его с каким-то другим методом и вывести алгоритм оценки финансовой устойчивости банка в целях внутреннего аудита, для менеджеров банка. Необходимо оценить соотношение высоколиквидных активов банка и обязательств, обязательные нормативы, рассчитать коэффициенты надежности по методике В. Кромонава и оценить показатели прибыльности.

#### Литература

1. İmranov A.M. Menecment. Bakı, Nurlan, 2007, 268 s.
2. Sadıqov E.M. Bank Əməliyyatları. Bakı: İqtisad Universiteti nəşriyyatı, 2010, 212 s.
3. <https://www.unibank.az/>
4. <https://www.pashabank.az>
5. Бобиль В.В. Використання показників рівня якості управління ризиками в процесі оцінювання фінансового стану банку. Дніпро: ДНУЗТ, 2014, 150 с.
6. Хоргрен Ч.Т., Фостер Дж. Бухгалтерский учет: управленческий аспект. Перевод с англ. М.: Финансы и статика, 2003, 416 с.

**BANKLARIN MALİYYƏ MENECMENTİNİN İDARƏOLUNMASININ VƏ  
İNKİŞAFININ NƏZƏRİ VƏ METODOLOJİ ƏSASLARI**

**A.H.Mehdiyev**

**XÜLASƏ**

Məqalədə bankların maliyyə idarəolunmasının metodoloji əsasları araşdırılır. İdarəetmənin nəzəri əsasları da tədqiq edilmişdir. Bankın maliyyə sabitliyini təhlil etmək məqsədilə konkret bir bank nümunə olaraq nəzərdən keçirilmişdir.

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS  
OF MANAGEMENT AND DEVELOPMENT  
OF FINANCIAL MANAGEMENT OF BANKS**

**A.H.Mehdiyev**

**SUMMARY**

This article studies the methodological foundations of financial management of banks. Theoretical foundations of management are also discussed. A specific bank has been considered as an example to analyze the financial stability of banks.

*Məqalə redaksiyaya 4 may 2020 tarixində daxil olmuş, 13 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 33

**BEYNƏLXALQ MALİYYƏ HESABATLARI STANDARTLARI ƏSASINDA  
MALİYYƏ HESABATI FORMALARININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ**

**A.S.Abasov**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 22  
e-mail: abasabasov996@gmail.com

*Açar sözlər:* maliyyə hesabatı, uçot, əmək haqqı, beynəlxalq standart

*Keywords:* financial report, accounting, salary, international standard

*Ключевые слова:* финансовая отчетность, учет, заработная плата, международный стандарт

Müasir iqtisadiyyatda islahat proqramında müəyyən edilmiş beynəlxalq standartlar təsərrüfat subyektlərinin uçot təcrübəsində tətbiq olunur. Bu proqramın icrası çərçivəsində 21 beynəlxalq standart qəbul edilmişdir, bir çox standartlar hazırlanır və yekunlaşdırılır.

Müasir dövrdə mühasibat (maliyyə) uçotu və hesabatının qarşısında duran problemlərdən biri də hesabat formalarının beynəlxalq standartlara uyğun təkmilləşdirilməsidir. Maliyyə hesabatı formalarının beynəlxalq standartlara uyğun təkmilləşdirilməsi üçün bu standartlarda nəzərdə tutulan konseptual əsaslara, yəni mühasibat (maliyyə) uçotu və hesabatının ümumi prinsiplərinə riayət olunması beynəlxalq standartlara harmonizasiyada qarşıda duran ən mühüm vəzifələrdən biridir.

Bildiyimiz kimi, mühasibat (maliyyə) uçotu istifadəçiləri (menecerlər, investorlar, kreditorlar, istehlakçılar, hökumət orqanları və s.) maliyyə hesabatlarından lazım olan məlumatlar əldə edir və bu məlumatlara əsasən qərarlar qəbul edirlər. Mühasibat uçotu sistemi və hesabat formalarının qəbul edilmiş ümumi prinsiplərə və standartlar toplusuna istinad etməsi istifadəçilərin uyğun, etibarlı, müqayisə olunan informasiyalar əsasında düzgün qərar qəbul etmələrinə imkan yaradır.

Maliyyə hesabatlarının hazırlanmasında subyektivliyin qarşısının alınması, müxtəlif müəssisələrin hesabatlarının müqayisəliliyinin təmin edilməsi məqsədilə mühasibat (maliyyə) standartları işlənilir və hazırlanır. Bu standartlar milli və beynəlxalq səviyyədə hazırlanır. Milli səviyyədə hər bir ölkənin yerli qanunvericiliyi tərəfindən, beynəlxalq səviyyədə isə Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartları Şurası (MHBSŞ) tərəfindən işlənilir və hazırlanır və nəşr edilir.

Dünya ölkələrinin hər biri müxtəlif tarixi, mədəni dəyərlərə, fərqli siyasi sistem və ənənələrə malikdir. Odur ki, bu ölkələrdə mühasibat (maliyyə) uçotunun eyni sistemə rast gəlmək qeyri-mümkündür. Çünki hər bir ölkənin uçot prinsipləri digər ölkənin uçot sistemindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Bütün bu fərqliliklər isə təsərrüfat fəaliyyətinin mövcud formalarının rəngarəngliyindən, o cümlədən, xarici amillərin, yəni siyasi, iqtisadi, sosial və coğrafi amillərin təsirindən irəli gəlir. Nəticədə hər bir ölkənin uçot sistemi uçotun aparılmasına, istehsal ehtiyatlarının qiymətləndirilməsinə, köhnəlmənin hesablanmasına, uçotda əks olunmasına və digər bu tip məsələlərə öz metodu ilə yanaşır. Mühasibat (maliyyə) uçotu və hesabatının milli sisteminin ümumi anlayışı uçot sistemlərinin mahiyyətindən irəli gəlir və aşağıdakı meyarlarla konkretləşdirilir:

- Uçot sistemlərinin tarixi yeri;
- Uçotun və istehsal ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi metodları;
- Firmanın fəaliyyətinə nəzarətin kənar forması;
- Amortizasiyanın hesablanması metodları;
- Hesabat formaları və göstəriciləri, onların tənzimlənməsi.

Milli uçot sistemlərinin müxtəlifliyinə təsir göstərən əsas amillərdən biri sosial məkan amilidir. Bura aid etmək olar: iqtisadi inkişaf mərhələsi, sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri, iqtisadi münasibətlər dövlətin müdaxilə dərəcəsi, mühasibat (maliyyə) hesabatlarını tərtib edənlər və onlardan istifadə edənlər qrupu, mühasibat peşəsinin xarakteri, mühasibat (maliyyə) uçotunun tənzimlənməsinin spesifik priyomlarının mövcud olması, inflyasiyanın səviyyəsi, mədəni münasibətlər, qanunvericilik və siyasi sistemlər, təhsil sistemi, akademik təsir, beynəlxalq təsir, ölkələrdə xarici investisiyaların səviyyəsi və s. amillər. Beynəlxalq təcrübədə uçot və hesabatın milli sisteminin xüsusiyyətlərini müəyyən edən aşağıdakı 7 amil fərqləndirilir:

- Maliyyə informasiyalarının açıqlanması dərəcəsi;
- Şirkətlər haqqında qanunun uçota təsiri;
- Mənfəətin hesablanması vacibliyi;
- Vergi qanunvericiliyinin təsiri;
- Ehtiyatlılıq prinsipinə əməl olunması;
- Hesabat informasiyalarının kapital bazarının istifadəçilərinə istinad etməsi;
- İnflyasiya səviyyəsi.

Bir sıra ölkələrdə mühasibat (maliyyə) uçotu milli iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsinə yönəldilir. Bu halda informasiya hazırlanması, iqtisadi siyasət məsələləri ikinci plana keçirilir.

Ümumilikdə, uçotun milli sistemini aşağıdakı göstəricilər kompleksi ilə konkretləşdirmək olar:

1. Ölkə iqtisadiyyatının inkişafına əsaslanaraq milli ənənələri nəzərə almaqla beynəlxalq uçot standartlarına uyğun Milli Mühasibat Uçotu Standartlarının (MMUS-un) inkişaf etmiş sisteminin mövcudluğu və istifadəsi;
2. Dövlətin uçot siyasətinə uyğun olaraq milli mühasibat uçotu hesablar planının tərtib olunması;
3. Müəssisə miqyasında mühasibat (maliyyə) uçotunun təşkili sistemi;
4. Müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti ilə əlaqədar olan yekun maliyyə nəticələrinin metodoloji prinsiplərinin hazırlanması;
5. Maliyyə Hesabatının Beynəlxalq Standartlarında (MHBS-da) əks olunmuş maliyyə hesabatlarına əlavə edilən standart formalarının müəyyənləşdirilməsi.

Mühasibat (maliyyə) uçotunun milli sistemini xarakterizə edən göstəricilərdən də görüldüyü kimi ölkələr öz milli uçot sistemlərini təşkil edən zaman hər bir halda beynəlxalq sistemə, Maliyyə Hesabatının Beynəlxalq Standartlarına (MHBS-a) istinad edir, beynəlxalq sistemə uyğunlaşdırılmış milli standartlar əsasında öz uçot sistemlərini qururlar. Maliyyə Hesabatının Beynəlxalq Standartları (MHBS) – müəssisə və təşkilatların maliyyə vəziyyəti, maliyyə nəticələri və maliyyə vəziyyətindəki dəyişikliklər haqqında informasiyanın formalaşdırılmasının beynəlxalq səviyyədə qəbul edilmiş qaydaları, üsulları və metodları məcmusu olub, əsas məqsədi maliyyə informasiyası istifadəçilərinin düzgün qərar qəbul etmə işini asanlaşdırmaqdan ibarətdir. MHBS Maliyyə Hesabatının Beynəlxalq Standartları Komitəsi (MHBSK) tərəfindən hazırlanaraq nəşr edilir. MHBSK

1973-cü ildə təsis olunmuşdur və bugünə kimi kommersiya müəssisələri üçün 41 adda beynəlxalq standart (İAS) işləyib hazırlamışdır. Bu standartların hazırlanmasında müxtəlif ölkələrin peşəkar mühasibləri və bilavasitə maliyyə hesabatlarını hazırlayan və istifadə edən nümayəndələr, o cümlədən, milli standartları tərtib edən orqanlar iştirak edirlər. 2003-cü ildə bəzi standartlar yenidən nəzərdən keçirilmiş və onlar İFRS adı ilə dərc olunmuşdur.

Hazırda dünya ölkələrinin müasir inkişaf səviyyəsi şəraitində mühasibat (maliyyə) uçotu beynəlxalq əlaqələrin yaradılmasında mühüm vasitəyə çevrilmişdir. Belə ki, dünya ölkələrində böyük həcmli korporasiyalar beynəlxalq inteqrasiya əsasında fəaliyyət göstərirlər. Beynəlmilləşmə əməliyyatları, səhmlərə nəzarət paketinin nəzərə alınması, xarici şirkətlərin birləşməsi ilə nəticələnir. Bu cür şəraitdə digər ölkə müəssisələrinin qiymətli kağızları və səhmlərini almaqla onları iqtisadi və siyasi təsir altına salırlar.

Bir sıra peşəkar uçot xidmətləri də beynəlxalq səviyyədə satılır. Sahibkarlığın beynəlxalq xarakter alması nəticəsində mühasibat (maliyyə) uçotu sisteminin elmi və təcrübə cəhətləri də beynəlxalq xarakter daşımaqdadır. Onu da qeyd edək ki, millətlərarası uçot sisteminin yaranması ilə beynəlxalq mühasibat (maliyyə) uçotu sisteminin yaradılması, ərazi uçot sisteminin beynəlxalq uçot və hesabat sisteminə çevrilməsi özünü geniş şəkildə göstərir.

Hazırda dünya ölkələrinin müasir inkişaf səviyyəsi şəraitində mühasibat (maliyyə) uçotu beynəlxalq əlaqələrin yaradılmasında mühüm vasitəyə çevrilmişdir. Dünya ölkələrində böyük həcmli korporasiyalar beynəlxalq inteqrasiya əsasında fəaliyyət göstərirlər. Beynəlmilləşmə əməliyyatları, səhmlərə nəzarət paketinin nəzərə alınması xarici şirkətlərin birləşməsi ilə nəticələnir. Bu cür şəraitdə digər ölkə müəssisələrinin qiymətli kağızları və səhmlərini almaqla onları iqtisadi və siyasi təsir altına salırlar. Bir sıra peşəkar uçot xidmətləri də beynəlxalq səviyyədə satılır. Sahibkarlığın beynəlxalq xarakter alması nəticəsində mühasibat (maliyyə) uçotu sisteminin elmi və təcrübə cəhətləri də beynəlxalq xarakter daşıyır.

Qloballaşan iqtisadi mühitdə ölkə iqtisadiyyatının inkişafında xaricdən cəlb olunan investisiyalar mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu investisiyaların qoyulduğu müəssisə və ya firmaların idarə olunması məsələlərində mühasibat uçotu informasiyalarından geniş istifadə olunur. Sərmayəçilər və kreditorlar da özlərinin sərbəst maliyyə vəsaitlərini müəyyən sahibkarlıq fəaliyyəti üzrə sərf etmək istədikdə başlıca olaraq bu müəssisə və ya firmanın maliyyə informasiyaları ilə tanış olmaq istəyirlər. Bu halda maliyyə hesabatları transmilli xarakter daşıyır. Transmilli maliyyə hesabatları isə ölkədən kənar fəaliyyət göstərən maraqlı şəxslər üçün tərtib olunmuş hesabatlardır. Belə bir şəraitdə mühasibat uçotu informasiyalarının işlənməsi, qruplaşdırılması və sistemləşdirilməsi əsasında maliyyə hesabatlarının tərtib edilməsinin, maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin ümumi göstəricilərinin hesabatlarda əks etdirilməsinin elə formaları tətbiq olunmalıdır ki, bu sitemdə həm xarici, həm daxili investorlar, eləcə də digər maraqlı subyektlər özləri üçün lazım olan informasiyaları rahat və maneəsiz şəkildə əldə edə bilsinlər.

Bu mürəkkəb prosesin bütün dünyada qəbul olmuş yolu Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarının yaradılması və müxtəlif hesabat formalarının bu beynəlxalq standartlara transformasiyasıdır.

Maliyyə Hesabatının Beynəlxalq Standartları (MHBS) – müəssisə və təşkilatların maliyyə vəziyyəti, maliyyə nəticələri və maliyyə vəziyyətindəki dəyişikliklər haqqında informasiyanın formalaşdırılmasının beynəlxalq səviyyədə qəbul edilmiş qayda, üsul və me-

todları özündə birləşdirir.

Müxtəlif hesabat formalarının bütün dünyada qəbul edilən standartlara uyğunlaşdırılması mühüm əhəmiyyətə malik olub, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında böyük rol oynayır. Beynəlxalq standartlara transformasiyanın əsas məqsədi maliyyə informasiyası istifadəçilərinin düzgün qərar qəbul etmə işini asanlaşdırmaqdan ibarətdir.

Ümumilikdə, müxtəlif hesabat formalarının beynəlxalq standartlara transformasiyası aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- MHBS tələblərinə əsaslanaraq mövcud hesabat maddələrinin və ayrı-ayrı təsərrüfat əməliyyatlarının təsnifləşdirilməsi;
- İlk balansın tərtibatı;
- Mövcud hesabat maddələrinin korreksiyası;
- Mövcud hesabatın və müvafiq düzəlişlər əsasında beynəlxalq tələblərə uyğun hesabatın hazırlanması.

Məlumdur ki, mühasibat (maliyyə) uçotunun qarşısında duran əsas məqsəd müəssisə fəaliyyətinə aid olan informasiyaları formalaşdırmaqla onun istifadəçilərinə, yəni müəssisə rəhbərlərinə, onun sahibkarlarına, səhmdarlara, sərmayəçilərə, kreditörlərə və digər istifadəçilərə təsərrüfat fəaliyyətinə dair əsaslandırılmış iqtisadi qərar qəbulunda köməklik göstərməkdən ibarətdir. Buna görə də hər bir müəssisənin uçot informasiyaları iqtisadi qərarların qəbulunda yüksək faydalılığı ilə fərqlənməli, qəti şəkildə etibarlı olmalı, müəyyən dövr üçün və ya digər müəssisə fəaliyyəti göstəriciləri ilə müqayisə oluna bilməli və istifadəçilər üçün aydın olmalıdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində maliyyə hesabatı qarşısında aşağıdakı kimi mühüm vəzifələr qoyulmuşdur:

- Hesabat bazar iqtisadiyyatının və beynəlxalq standartların tələblərinə cavab verməli və ona uyğun şəkildə qurulmalıdır;
- Hesabatın göstəriciləri etibarlı, ardıcıl, düzgün və müqayisə olunan olmalıdır;
- Hesabat sadə, anlaşılan olmalı və müəyyən olunmuş vaxtlarda tərtib olunub, təyinatlara uyğun olaraq təqdim olunmalıdır.

Bütün bunlar, yəni bazar münasibətlərinin inkişafı və iqtisadiyyatın qloballaşması mühasibat (maliyyə) uçotu və hesabatının da beynəlxalq səviyyədə unifikasiyasını zəruri etmişdir. Belə ki, iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində beynəlxalq inteqrasiyanın rolunun artması müxtəlif ölkələrdə tətbiq edilən uçot və hesabat işlərinin harmonizasiyasını və hamı üçün anlaşılıqlı olmasını tələb edir. Bu harmonizasiyaya müvəfəqiyyətlə nail olmaq isə mühasibat (maliyyə) uçotunun beynəlxalq səviyyədə qəbul edilmiş konseptual əsaslarına riayət etməklə mümkündür.

Mühasibat uçotunun konseptual əsaslarının tətbiqi maliyyə hesabatının müxtəlif formalarının hazırlanması və istifadə olunması zamanı tətbiq edilən əsas prinsipləri, metodları əhatə edir. Bu prinsiplərə müəssisə fəaliyyətinin fasiləsizliyi, əhəmiyyətlik, vaxtında təqdimat, ikili yazılış, ehtiyatlılıq (konservatizm), ədalətli təqdimat, mahiyyətin formadan üstünlüyü və s. prinsipləri aid etmək olar.

Beləliklə, mühasibat (maliyyə) uçotunun konseptual əsasları maliyyə hesabatlarının şəffaflığının və cavabdehliyini təmin edir. Maliyyə hesabatlarının şəffaflığı müəssisənin cari vəziyyəti, qərarları və fəaliyyəti haqqında informasiyanın maliyyə hesabatları istifadəçiləri üçün düzgün çatdırılmasını və anlaşılıqlı olmasına, cavabdehlik isə maliyyə hesabatlarını hazırlayanlara həvalə edilmiş resursların idarə edilməsi və onların qəbul etdikləri qərarlar üzrə məsuliyyətin daşınmasına imkan yaradır.

Qeyd edək ki, yeni mühasibat uçotu standartlarının tətbiq olunmasının ölkə iqtisadiyyatının idarəedilməsi məsələlərində ciddi rol oynadığına görə belə tədbirlərin maliyyələşdirilməsi məqsədilə büdcə vəsaitinin ayrılmasını da məqsəduyğun hesab etmək olar.

#### **Ədəbiyyat**

1. R.Fətullayev. “Beynəlxalq mühasibatlığa giriş”. Bakı, 2015
2. S.M.Səbzəliyev. “Mühasibat (maliyyə) hesabatı”. Bakı, 2003
3. S.M.Səbzəliyev. “Mühasibat (maliyyə) uçotu”. Bakı, 2008
4. Q.Ə.Abbasov. “Mühasibat uçotunun nəzəriyyəsi”. Bakı, 2015
5. S M.Səbzəliyev, Y.Mustafayev, N.Musayeva. “Mühasibat uçotu”. Bakı, 2014

### **IMPROVING FINANCIAL REPORTING FORMS BASED ON INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS**

**A.S.Abasov**

#### **SUMMARY**

This article considers specific nuances related to international financial reporting standards. Proposals are made to improve various forms of finance based on International Financial Reporting Standards. A generalization is made on the issue under consideration and corresponding conclusions are drawn.

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ**

**A.C.Aбасов**

#### **РЕЗЮМЕ**

В статье рассматриваются конкретные нюансы, связанные с международными стандартами финансовой отчетности. Представлены предложения по совершенствованию различных форм финансирования на основе международных стандартов финансовой отчетности. Сделано обобщение по рассматриваемому вопросу и сформулированы соответствующие выводы.

*Məqalə redaksiyaya 10 may 2020 tarixində daxil olmuş, 13 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*



UOT № 339.972

## ПУТИ СОКРАЩЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ВНЕШНЕГО ДОЛГА

**Ф.А.Шахвердиева-Гуламбейли**

Азербайджанский Государственный Экономический Университет  
Баку, улица Истиглалит 6  
e-mail:shahverdieva88@gmail.com

*Açar sözlər:* xarici borc, borc alətləri, borc siyasəti, büdcə, monitoring

*Keywords:* external debt, debt instruments, debt policy, budget, monitoring

*Ключевые слова:* внешний долг, долговые инструменты, долговая политика, бюджет, мониторинг

Меры по сокращению ГВД определены в стратегии по сокращению государственного долга (Президент Азербайджана Ильхам Алиев 24 августа 2018 года утвердил "Среднесрочную и долгосрочную стратегию управления госдолгом"). В стратегии предусмотрено к 2026 г. сократить внешний долг до 12% ВВП с 22,8% ВВП на конец 2017 года.

Состав внешнего долга республики состоит из привлеченных у международных финансовых институтов заимствований на крупные инфраструктурные проекты и размещенных ценных бумаг на финансовых рынках. Эксперты МВФ, ВБ, АБР и других международных организаций положительно оценивают состояние внешнего долга и его устойчивость, что позволяет правительству не отказываться в дальнейшем от внешних заимствований. Внешние заимствования являются привлекательными для государства по нескольким причинам. Во-первых, это низкие процентные ставки, во-вторых, долгие сроки возврата, в-третьих, они способствуют осуществлению крупных проектов с технической стороны, а также обеспечивают прозрачность контроля за расходованием заемных средств. Особенно это важно при осуществлении крупных инфраструктурных проектов, таких как, строительство дорог, каналов, трубопроводов, электростанций и т.д.

Принятая стратегия по управлению государственным долгом в целом отражает политику правительства Азербайджана, направленную на предотвращение рисков и обеспечение экономической безопасности государства.

По данным счетной палаты на начало 2020 г., 92% (15,2 млрд.манат) государственного долга приходится на внешний долг и 8% (1,3 млрд.манат) на внутренний. Если рассматривать структуру внутреннего долга, то основную часть составляют государственные облигации (1,06 млрд.манат) и обязательства ЦБ (269 миллионов манат). Доля внутренних заимствований в структуре совокупного государственного долга низкая. Правительством запланированы мероприятия по сокращению государственного долга в иностранной валюте и переводу его в национальную валюту, то есть замену кредитам в американских долларах на манатные кредиты.

Эти меры направлены в первую очередь на укрепление устойчивости ГД. Это позволит Азербайджану быть более устойчивым к международным экономическим кризисам и потрясениям.

В целом повышение устойчивости внешнего долга страны положительно отражается на всей бюджетной и финансовой системе страны. способствует росту экономики. Действенные, прозрачные и ликвидные долговые инструменты, выполняя свои функции могут успешно действовать на финансовом рынке. Одним из инструментов устойчивой долговой политики государства и определения эффективности управления ГД является постоянный мониторинг деятельности по управлению ГД. Для этого прежде всего должны быть четко сформулированы цели долговой политики. Цели требуют формулировку определенных показателей, оценивая которые можно будет судить о реализации и эффективности определенных мер и степени достижения этих целей. Должны быть определены индикаторы, по которым будет осуществляться оценка деятельности. Таким образом выбор целей играет решающую роль в создании эффективной системы мониторинга деятельности. В процессе мониторинга также должно отслеживаться процесс исполнения доходов бюджета, так как невыполнение плана по формированию бюджета может приводить к большим заимствованиям.

Для эффективного управления ГД необходимо также учитывать изменения на международных финансовых рынках. Разработанные индикаторы могут разрабатываться на основе использования опыта зарубежных государств. Но при этом необходимо учитывать специфику структуры собственного ГД. Если большая часть ГД представлена в иностранной валюте, то это может означать угрозу экономической безопасности страны в случае девальвации национальной валюты.

Развитие процессов глобализации и изменения на международных финансовых рынках вносят свои коррективы и в политику по управлению государственным долгом страны. требуют постоянного совершенствования эффективных механизмов их регулирования. Конечно, главным приоритетом долговой политики государства является снижение долговой нагрузки на бюджет страны и более эффективное использование внешних заимствований. Развитие экономики Азербайджана на сегодняшний день создает возможности для перехода на внутренние заимствования. Для инвестиционного направления доходов населения.

Азербайджану предстоит приложить значительные усилия для достижения поставленных целей, для снижения суммы внешнего долга к 2025 году до 6,5 миллиардов долларов. При реализации эффективной долговой политики необходимо учитывать и внешнюю задолженность зарубежных государств перед Азербайджаном. В целом бюджет Азербайджана в 2019 г. получил доход 69 млн 148 тыс. манатов. Азербайджан является кредитором таких стран, как Сербия, Грузия и Беларусь. За 2018г. поступления в государственный бюджет от этих кредитов составили 68 миллионов 529 тысяч манатов.

В стратегии по управлению государственным долгом указывается, что снижение доходов бюджета, основанное на нестабильных мировых ценах на нефть, предполагает усилить внимание к долговым обязательствам в иностранной валюте и соответственно привлекать новые заимствования только на приоритетные проекты. В стратегии указывается, что правительство Азербайджана за период с 2018 по 2025

гг. планирует внешних заимствований на сумму в 2,075 млрд американских долларов что, меньше, чем сумма привлеченных кредитов за один 2017 год. По данным Минфина государственный долг Азербайджана за 2019 год составил 16 млрд 482 млн манатов, то есть произошел спад за 2019 год на 0,1%. Из этой суммы 8,86 миллиардов долларов приходится на внешний долг, а 1 миллиард 420 миллионов манат на внутренний долг. Также согласно планам, в 2025 году объем ГД Азербайджана должен сократиться до \$7,7 миллиардов долларов США или 14,1% ВВП. В нижеследующей таблице представлен прогноз правительства по управлению и обслуживанию ГД.

Таблица. Прогноз правительства по государственному долгу (2018-2025 годы)

Годы	Объем внешнего госдолга (млрд. долларов)	Соотношение внешнего госдолга к ВВП (%)	Объем внутреннего госдолга (млрд. манатов)	Соотношение внутреннего госдолга к ВВП (%)	Объем общего госдолга (млрд. долларов)	Соотношение общего госдолга к ВВП (%)
2020	9,8	20,7	1,6	2	10,7	22,7
2021	9,2	19,5	1,8	2,3	10,3	21,7
2022	8,5	17,4	1,9	2,2	9,6	19,6
2023	7,8	15,5	1,9	2,2	9	17,6
2024	7,2	13,7	1,9	2,1	8,3	15,8
2025	6,5	12	2	2,1	7,7	14,1

Источник: “Azərbaycan Respublikasında dövlət borcunun idarə edilməsinə dair orta və uzun müddət üçün Strategiya», “Xalq qəzeti”, 2018-ci il, 25 avqust, s.6-8

Принятию данной стратегии предшествовали определенные события в экономике страны. Как известно со второй половины 2014 года наблюдалось падение мировых цен на нефть и тенденции экономического спада у основных торговых партнеров Азербайджана, что сразу повлияло на экономику страны. В целях сбалансированности платежного баланса ЦБ перешел на плавающий валютный курс в декабре 2015 года, и национальная валюта подешевела к доллару США. Ослабление финансовой стабильности и колебания платежного баланса создали ряд рисков в сфере долговой устойчивости, увеличили манатный эквивалент суммы долга и, таким образом, отношение долга к ВВП, а также увеличение расходов на обслуживание привлеченных внешних долгов стало дополнительной нагрузкой для бюджета страны. Также увеличение расходов по обслуживанию долгов было связано с процедурой оздоровления открытого акционерного общества «Международный банк Азербайджана». С одной стороны, передача непрофильных активов общества с его баланса на баланс небанковской кредитной организации ”Аграркредит” и в связи с этим, выпуск государственных гарантированных

ценных бумаг, с другой стороны, передача ее внешних обязательств государству. Также обеспечение своевременного выполнения работ по добыче и транспортировке природного газа, являющегося одной из сфер стратегического значения для страны, закрытым акционерным обществом “Южный газовый коридор”, полномасштабная разработка газоконденсатного месторождения “Шахдениз”, разработка Южно-Кавказского трубопровода (КГБК), привлечение кредитных средств с государственной гарантией от ряда кредитных учреждений для финансирования в проектах Транс-Анатолийского трубопровода (TANAP) и транс-Адриатического трубопровода (TAP), привело к росту уровня долга. В результате удельный вес государственного долга в ВВП и расходы на обслуживание государственного долга увеличились и усилили долговую нагрузку страны.

Несмотря на определенные проблемы и предпринятым мерам по макроэкономической стабилизации, уже к 2017 году наблюдалось оживление экономической активности, в нефтегазовом секторе был зафиксирован экономический рост на 2,7 процента (в том числе в нефтегазовой промышленности - на 3,7 процента, в сельском хозяйстве - на 4,2 процента). Экономический рост был поддержан ростом инвестиционных расходов государства и нефтегазового экспорта, а также ростом доверия потребителей. В 2017 году конечные потребительские расходы выросли на 4,4 процентных пункта в реальном выражении по сравнению с 2016 годом. Рост номинальных доходов населения был основным фактором, поддерживающим потребительский спрос. Так, за 2017 год денежные доходы населения номинально увеличились на 8,3 процента.

В стратегии по управлению государственным долгом представлены цели, задачи и меры, которые должны быть реализованы в предписанные годы. Цели, утвержденные в стратегии, можно представить схематично:

Рисунок. Стратегические цели по управлению государственным долгом Азербайджана



Источник: составлено автором

В целом, основной целью стратегии является определение мер, необходимых для обеспечения устойчивости государственного долга, формирование соответствующих политических рамок для этих мер и информирование всех заинтересованных сторон об этом в соответствующем порядке.

Стратегия затрагивает не только новые внешние заимствования, но и регулирование деятельности по снижению рисков с уже привлеченным государственным долгом, долгами, полученными под государственную гарантию, и кредитами, привлеченными юридическими лицами, принадлежащими государству, без государственной гарантии.

На сегодняшний день существуют определенные риски государственного долга, которые можно сгруппировать:

1. Валютные риски: в текущем долговом портфеле высок удельный вес обязательств в иностранной валюте, потому, что внутренний финансовый рынок не имеет потенциала для удовлетворения требований заемщиков и привлечения целевых кредитов для развития наших финансово-кредитных учреждений. В результате любых изменений, которые могут произойти в курсе национальной валюты, риск увеличения объема государственного долга, а также расходов на обслуживание долга должен постоянно оставаться в центре внимания. Но наличие в Азербайджане доходов, а также резервных активов в долларах США дает основание говорить о сохранении баланса обязательств и активов в валюте и о низком валютном риске.

2. Процентные риски: В 2017 году Федеральная резервная система США продолжала повышать целевые процентные ставки. Также, в результате превышения целевого показателя инфляции в Соединенном Королевстве Банк Англии повысил процентные ставки с 0,25 до 0,5 процентов. А Европейский Центральный банк сохраняет процентные ставки на уровне 0. Но из-за наблюдаемого экономического роста следует учитывать возможность повышения процентных ставок в последующие периоды. Таким образом, повышение процентных ставок может привести к увеличению расходов на обслуживание долга по кредитам, привлеченным с переменными процентными ставками.

3. В 2017 году Федеральная резервная система США продолжала повышать целевые процентные ставки. Также, в результате превышения целевого показателя инфляции в Соединенном Королевстве Банк Англии повысил процентные ставки с 0,25 до 0,5 процентов. А Европейский Центральный банк сохраняет процентные ставки на уровне 0. Но из-за наблюдаемого экономического роста следует учитывать возможность повышения процентных ставок в последующие периоды. Таким образом, повышение процентных ставок может привести к увеличению расходов на обслуживание долга по кредитам, привлеченным с переменными процентными ставками

4. Риски рефинансирования: на конец 2017 года средний срок погашения государственного долга по времени составил 6,1 года, что может считаться приемлемым по сравнению с критериями риска рефинансирования.

5. Операционные риски: под операционным риском подразумеваются риски, возникающие при управлении государственными долгами в зависимости от внутренних процессов, сотрудников или систем, или в результате внешних событий, в том числе технологический риск, организационный риск и другие риски.

После отчетного периода 45,1 процента внешнего государственного долга должны быть возвращены кредиторам в срок до 10 лет, 51,2 процента - в срок от 10 до 20 лет, а 3,7 процента - свыше 20 лет. Долговое обязательство с переменной процентной ставкой составляет 52,8 процента от суммы внешнего долга и 47,2 процента от фиксированной ставки.

Ожидается, что ожидается, что существующий (привлеченный) внешний государственный долг сократится с \$ 9,0 млрд. до \$ 3,8 млрд. в 2025 году.

Возникшая в последние годы мировых рынках нестабильность цен на нефть и, следовательно, снижение доходов консолидированного бюджета требуют особого внимания к созданию дополнительных долговых обязательств в иностранной валюте. Поэтому, согласно принятой стратегии, начиная с 2018 года годы планируется привлечение кредитных средств на основе прямых и государственных гарантий только по ряду приоритетных проектов.

### **Литература**

1. "Azərbaycan Respublikasında dövlət borcunun idarə edilməsinə dair orta və uzun müddət üçün Strategiya». "Xalq qəzeti", 2018-ci il, 25 avqust, s.6-8
2. Center for Economic and Social Development (CESD). Foreign debt of Azerbaijan in 2018: realities and perspectives. Baku, February 15, 2018, p.5
3. Т.А.Егоркина. Особенности управления государственным долгом и методы его совершенствования // Таврический научный обозреватель. - 2016. - № 3 (8). - с. 25
4. Б.И.Алехин. Государственный долг. Пособие для студентов Академии бюджета и казначейства. М., 2007, 285 стр.

## **XARİCİ DÖVLƏT BORCUNUN AZALDILMASI YOLLARI**

**F.Ə.Şahverdiyeva-Qulambəyli**

### **XÜLASƏ**

Məqalədə Azərbaycanın xarici dövlət borcunun idarə olunması ilə bağlı məsələlər müzakirə olunur. Ölkənin xarici borcunun mövcud vəziyyəti təhlil edilmişdir.

## **WAYS TO REDUCE EXTERNAL PUBLIC DEBT**

**F.A.Shahverdiyeva-Qulambayli**

### **SUMMARY**

This article discusses the issues related to the management of external public debt of Azerbaijan. The analysis of the current state of country's external debt is presented.

*Məqalə redaksiyaya 12 may 2020 tarixində daxil olmuş, 14 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## ALTERNATİV ENERJİLƏR

**S.K.Kərimli**

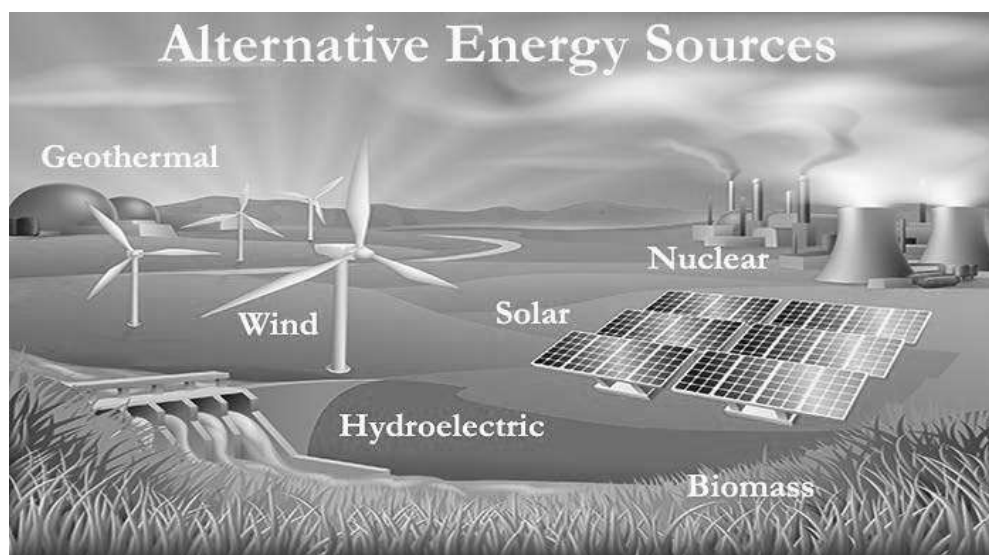
Azərbaycan Kooperasiya Universiteti  
Bakı, Nəcəf Nərimanov küçəsi 93  
e-mail: sinan.kerimli@gmail.com

**Açar sözlər:** alternativ enerji, Günəş enerjisi, Avropa Birliyi

**Keywords:** alternative energy, solar energy, European Union

**Ключевые слова:** альтернативная энергия, солнечная энергия, Европейский Союз

Dünya enerji bazarında əhəmiyyətli paya sahib olan Avropa Birliyi ölkələri enerji idxalında dünyada birinci, istehlakında isə ikinci yerdədir. Hal-hazırda öz ilkin enerji istehlakının yalnız 50%-ni qarşılayan Avropa Birliyi ölkələri, qalan yarısını xarici qaynaqlardan təmin edir. Avropa Birliyi ölkələri 1990-2004-cü illər arasında xarici enerji asılılığını azaltmaq, enerji qaynaqlarının dayanıqlığını təmin etmək, iqlim dəyişikliyi və qlobal istiləşmə problemini həll etmək, sənayenin inkişafı, regional inkişaf və məşğulluğun təmin edilməsi məqsədilə tez-tez görüşlər keçirirdir. Bundan əlavə, Avropa Birliyi ölkələri enerji siyasətində bərpa olunan enerji mənbələrini prioritet saydılar və beləliklə dünyada bərpa olunan enerji texnologiyaları sahəsində lider rolunu tutdular. Yeniliyə açıq bir sektor yaratmaqla, bərpa olunan enerji Avropada 200.000 insana davamlı iqtisadi inkişaf və məşğulluq təmin etdi.



Avropa Birliyi, enerji sektorundakı bərpa olunan enerji payını 2020-ci ildə 20%-ə, 2040-cı ildə isə 50%-ə qədər artırmağı hədəfləmişdir. Birlik ölkələri, bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadənin ölkələrində geniş yayılmasını təmin etmək üçün müxtəlif maliyyə stimulları, vergi güzəştləri və istehsal stimulları təqdim edirlər. Avropa Birliyinə

üzv dövlətlər, 1980-ci illərin sonlarından bu günə qədər bərpa olunan enerji istehsalı, tədqiqat və inkişaf proqramları, nümunəvi layihələri dəstəkləyən, bərpa olunan enerji mənbələrindən istehsal edilən investisiya xərclərinə, maliyyə və vergi güzəştlərinə birbaşa dəstək verirlər. Fərdi qiymətlərlə elektrik enerjisinin istər fərdi olaraq, istərsə də qarışıq şəkildə alınması kimi üsullardan istifadə edilməsini dəstəkləyirlər. Almaniyada aparılan bir araşdırmada, istehsal etdikləri elektrik enerjisinin üçdə birini damlarında yerləşdirdikləri Günəş panelləri ilə istifadə edirlər və qalanını şəbəkəyə verirlər. Günəş batareyaları bazarının ildə 500 milyon dollardan çox olması bunun gələcək illər üçün böyük bir göstəricisidir.

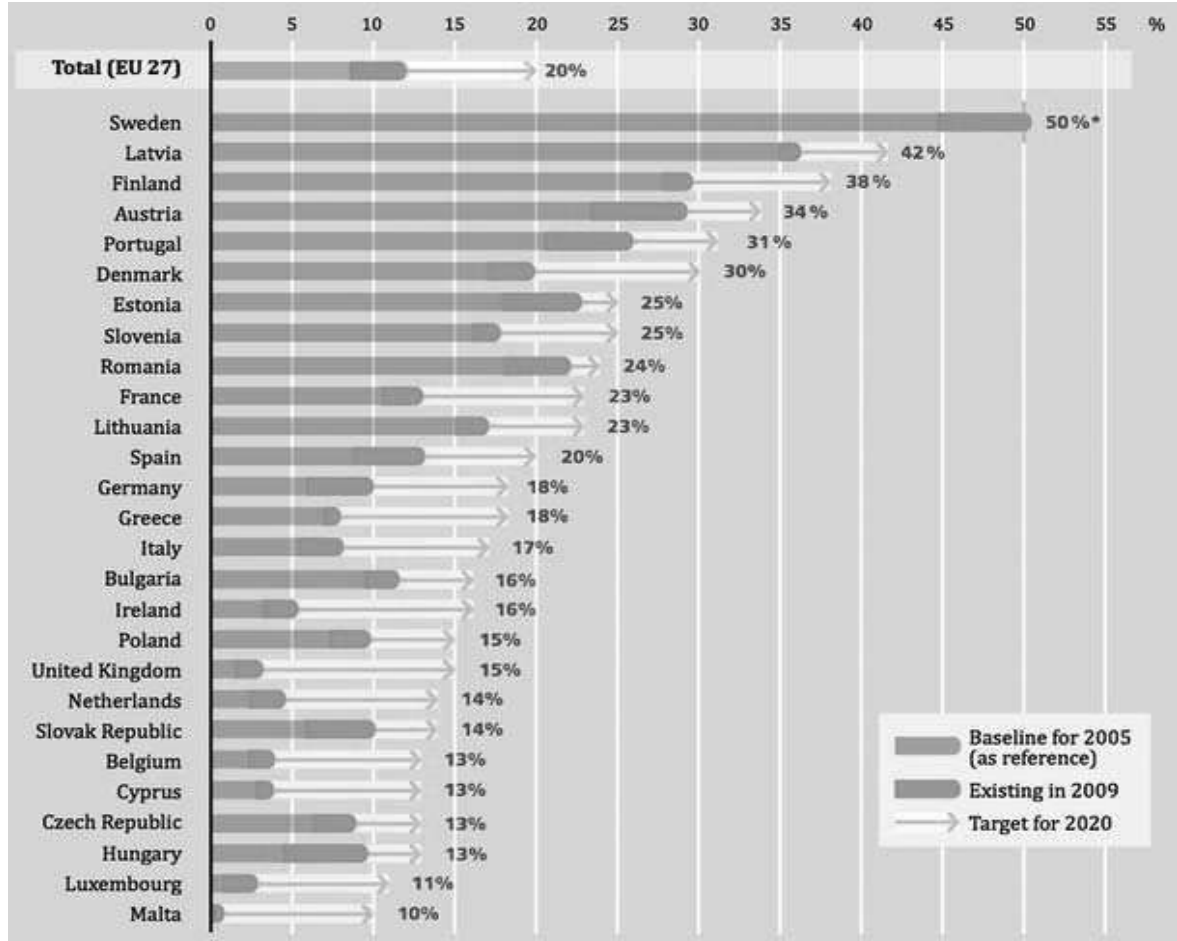


Xüsusilə Fransa, İsrail, ABŞ və İspaniyada bir çox ölkə Günəş enerjisindən elektrik enerjisi istehsal etmək üçün intensiv tədqiqatlar aparırlar. Bundan əlavə, bir çox Avropa Birliyi ölkələrində Günəş enerjisindən elektrik enerjisi istehsalı üçün geniş çeşidli mühüm dəstək verilir. 2008-ci ildə Almaniyada quraşdırılmış Günəş panellərinin 40%-i (1-10 kVt) yaşayış yerindədir, ticarət damı sistemlərində 50%-ə yaxını (10-100 kVt) və 10%-ə yaxın Günəş panel elektrik stansiyalarında istifadə olunur. Günəş enerjisinin alınmasının zamanətinə əlavə olaraq, alış qiymətlərinin də yüksək olması, Günəş enerjisinin potensialı-

nın az olmasına baxmayaraq bir çox Avropa Birliyi ölkələri üçün investisiya qoymağa imkan verir. Almaniyada tətbiq olunan bəzi təşviqlər: Günəş enerjisindən istehsal olunan elektrik enerjisinin qiyməti 40 €/kVt. Dövlət subsidiyaları ümumi investisiya məbləğinin 25%-dən çox olmamaq şərti ilə verilir. Avstriya ümumi enerji istehlakının dördü birini 23%-ini bərpa olunan enerji mənbələrindən alır. Belçikada bütün bərpa olunan enerji qoyuluşlarında 15%-ə qədər dövlət tərəfindən yardım göstərilir. Milli kontekstdə bərpa olunan enerji mənbələrinin inkişafını dəstəkləyən ən vacib tədbir "yaşıl elektrik" istehsalçılarına verilən 0.02449 €/kVt birbaşa ödənişdir. Danimarka elektrik şirkətləri bərpa olunan enerjiden istifadəyə görə 1.5€/kVt subsidiya almaqdadırlar. Fransada bərpa olunan enerji avadanlıqlarına ümumi vergi məbləğinin 25%-i ödənmir. İsveçdə bir kVt başına 332 Avro yardım ödəməsi, kapitalın ümumi miqdarının ən çox 25%-ə qədər, İtaliya-



da işə investisiya və ya dövlət orqanları tərəfindən 40%-ə qədər subsidiya verilir.



Günəş layihələri üçün əlavə dəyər vergisi 20% əvəzinə 10% tutulur. Günəş enerjisi dünyamız üçün təmiz və tükənməz enerji mənbəyidir. Kömür əvəzinə istifadə olunan Günəş panelləri sayəsində, karbondioksit miqdarının azaldılması təmin ediləcəkdir. Günümüzdə Günəş panellərinin istehsalındakı ən böyük hədəf Günəş panellərinin maliyyətinə azaltmaqdır. Son 10 ildə Günəş panellərinin gücünün inkişafı yeni idxal texnikaları yaxşılaşdırılması planlanmışdır. Hal-hazırda fotovoltaiq batareyanın maliyyəti vata görə 2.5 USD təşkil edirsə, 2020-ci ildə təxmini vatt başına 1 USD-yə endirilməsinə hədəflənmişdir.

Külək enerjisi dünyanın elektrik balansının 4 qatını təşkil edəcək gücə malikdir. Aparılan araşdırmalar nəticəsində dünya külək enerjisinin 10% nin istifadə edilməsi zamanı, dünya enerji ehtiyacının ödənilməsi hesablanmışdır. Külək enerjisi təmiz bir enerji mənbəyi olmasına baxmayaraq, ətraf mühitə bir sıra ziyanlarda vurur. Külək enerjisi turbinləri quş ölümlərinə səbəb olur, narahat edici səs yaratmaqdadır. Külək enerjisi 35000 megavattla Avropada birincidir.

Alternativ enerji mənbələrindən istifadəsinə baxmayaraq, tükənməyən enerjilərdir. Bu enerjilərində əksəriyyəti Günəş enerjisi, külək enerjisi, su enerjisi, geotermal enerjilərdir. 1990-cı illərdə ekologiyanın çirklənməsinə qarşı mübarizə, alternativ enerji resurslarının inkişafını dəstəkləyən bir amil idi. Alternativ enerji resurslarının istifadəsi və iqtisadi problemlərin həlli 21-ci əsrin ən vacib enerji qaynağı olacağı qəbul edilmişdir.

### **Nəticə**

Avropa Birliyi ölkələri, bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadəsinin ölkələrində geniş yayılmasını təmin etmək üçün müxtəlif maliyyə stimulları, vergi güzəştləri tətbiq edirlər. Avropa Birliyi ölkələri xarici enerji asılılığını azaltmaq, enerji qaynaqlarının dayanıqlığını təmin etmək, iqlim dəyişikliyi və qlobal istiləşmə problemini həll etmək məqsədi ilə alternativ enerji mənbələrinin inkişafına çalışırlar.

### **Ədəbiyyat**

1. Solar Generation V. p. 27
2. Arzu Yörkan. Avropa Birliyi'nin Enerji Politikası və Türkiyə'ye Etkiləri. Bilgi Stratejisi, İstanbul, 2009, s. 4
3. Neslihan Kulözü. Yenilenebilir Enerji Politikaları: Fransa Örneği. Yenilenebilir Enerji Kaynakları Sempozyumu, 2005, Mersin, s. 3
4. Stefan Nowak, 'v.d.' The European Photovoltaic Technology Platform. IEEE Photovoltaic Energy Conversion Conferences, 2006, s. 2487
5. Murat Durak. Avropa Birliyi Ülkelerinde Yenilenebilir Enerji Kaynakları Açısından Küçük HES'ler ve Rüzgar Enerjisi Yatırımlarına Verilen Teşvikler. Meteoroloji Mühendisliği Dergisi, 2005, s. 2
6. Ahmet Gürbüz. Enerji Piyasası İçerisinde Yenilenebilir (Temiz) Enerji Kaynaklarının Yeri Ve Önemi. 5. Uluslararası İleri Teknolojiler Sempozyumu, 13-15 Mayıs 2009, Karabük, s. 3
7. İlhami Çolak, Ramazan Bayındır, Halil Ergen. Alternatif Enerji Kaynaklarının Kullanımı. III. Yenilenebilir Enerji Kaynakları Sempozyumu ve Sergisi, 19-21 Ekim 2005, Mersin, s.2
8. Solar Energy in Progress and Future Research Trends. Progress in Energy and Combustion Science, İstanbul, 2004, Cilt 30, s. 368

### **ALTERNATIVE ENERGY**

**S.K.Kerimli**

### **SUMMARY**

Many countries around the world have established incentive mechanisms for solar power. The purpose of this study is to examine the importance of solar and electricity imports, to assess the need for solar energy in the electricity sector and to estimate the import of solar energy through research in the European Union.

## **АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ЭНЕРГЕТИКА**

**С.К.Керимли**

### **РЕЗЮМЕ**

Во многих странах мира созданы механизмы стимулирования использования солнечной энергии. Целью данного исследования является изучение важности импорта солнечной энергии и электроэнергии, потребности в солнечной энергии в электроэнергетическом секторе, а также оценка импорта солнечной энергии с помощью исследований в Европейском союзе.

*Мəqalə redaksiyaya 14 may 2020 tarixində daxil olmuş, 15 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 658.152/153

**MÜASİR DÖVRDƏ MÜƏSSİSƏNİN MALİYYƏ RESURSLARININ  
MAHİYYƏTİ, FUNKSİYALARI VƏ İSTİFADƏ YOLLARI**

**S.İ.Məmmədova**

Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti  
Bakı, Azadlıq prospekti 20  
e-mail: sabinagluck@yahoo.co.uk

*Açar sözlər:* müəssisə, maliyyə resursları, qiymətli kağızlar, kredit, investisiya

*The key words:* enterprise, financial resources, securities, credit, investment

*Ключевые слова:* предприятие, финансовые ресурсы, ценные бумаги, кредит, инвестиции

Hər bir ölkənin iqtisadiyyatının və onun iqtisadi inkişafının təməlini müxtəlif mülkiyyət formalı müəssisələr təşkil edir. Məhsul istehsalı, müxtəlif işlərin görülməsi, çoxsaylı xidmətlərin göstərilməsi kimi həyati əhəmiyyətli proseslər məhz belə müəssisələrdə baş verir.

Müəssisələrin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətində maliyyənin əhəmiyyətli rolu mövcuddur. Təsərrüfat hesablı sənaye müəssisələrinin maliyyəsi pul münasibətlərinin planlı surətdə təşkil olunmuş sistemlərindən ibarətdir ki, bu da pul vəsaitinin alınması və ondan istifadə edilməsi ilə əlaqədardır.

**Müəssisənin maliyyəsinin mahiyyəti və funksiyası**

Müəssisələr öz istehsal-təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirərkən maliyyə resurslarından geniş istifadə edir, istehsala sərf olunan xərcləri və onun nəticələrini pul formasında ölçür, özlərinə lazım olan istehsal vasitələrini pulla satın alır və öz hazır məhsulunu pulla realizə edirlər. Müəssisələrin xalis gəliri, yəni mənfəəti, pul yığımı şəklində meydana çıxır. Müəssisələrin sərəncamına daxil olan pul vəsaiti bu və ya başqa pul fondlarını təşkil edir ki, bunlardan da sonra planlı qaydada müəyyən məqsədlər üçün istifadə olunur. Beləliklə, pul vəsaitindən maliyyə formasında istifadə edilməsi, müəssisələrinin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin cəhətlərindən biri, onun ayrılmaz tərkib hissəsidir. Pulun hərəkəti zamanı tərəflər – firma, müəssisə, idarə, təşkilatlar və dövlət arasında, yəni pulu ödəyənlər və onu alanlar arasında ictimai-iqtisadi münasibətlər əmələ gəlir. Başqa sözlə, maliyyə dəyərin pul formasında hərəkətindən ibarət olduğuna görə iqtisadi münasibətləri özündə əks etdirir.

Maliyyə təminatı üç formada həyata keçirilir:

- özünü maliyyələşdirmə,
- kreditləşdirmə,
- dövlət maliyyələşdirilməsi.

Maliyyə təminatının qeyd olunan bu formaları arasında nisbətlərin optimallaşdırılması dövlət tərəfindən müvafiq maliyyə siyasətinin tətbiqi yolu ilə təmin edilir. Müəssisənin maliyyəsi bilavasitə onun istehsal-təsərrüfat fəaliyyətindən asılı olur və həmin fəaliyyətə fəal təsir göstərir [3, 261-263].

## Müəssisənin maliyyə resursları, yaranma mənbələri və onlardan istifadə

Müəssisələrə maliyyə resursları istehsal vasitələri əldə etmək, maliyyə ehtiyatları yaratmaq, işçi qüvvəsini işə cəlb etmək, büdcə və mal göndərənlərlə hesablaşmaq, bank borclarını ödəmək (aldıqları kreditlər üçün) və s. məqsədlər üçün xüsusi önəm kəsb edir. Maliyyə resursları yaratmaq və onlardan istifadə etmək – müəssisələrin istehsal-təsərrüfat və digər fəaliyyət növlərinin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Bu o deməkdir ki, hər bir müəssisənin maliyyə vəziyyəti bilavasitə onun fəaliyyətinin nəticəsindən asılıdır. Müəssisələrdə istehsal proqramının müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsi, əmək məhsuldarlığının artırılması və məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması onların maliyyə vəziyyətinin yaxşı olmasının həlledici şərtidir. Digər tərəfdən istehsal proqramının yerinə yetirilməsi və müəssisənin ahəngdar və bir qərarda fəaliyyət göstərməsi xeyli dərəcədə onun maliyyə vəziyyətindən asılıdır. Belə ki, əgər müəssisənin maliyyə vəziyyəti yaxşıdırsa, ona çatması pul vəsaitləri vaxtında onun hesablaşma hesabına daxil olarsa və ondan öz təyinatına görə istifadə edilərsə, onda həmin müəssisə öz öhdəliklərini də vaxtında yerinə yetirmək imkanına malik olur və bu zaman müəssisə maliyyə çatışmamazlıqları kimi mənfi hallarla qarşılaşmır. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisənin maliyyə resursları, əsasən, aşağıdakı mənbələr hesabına yaradır [1]:

- təsisçilərin pulu və maddi payları;
- məhsulun (işin, xidmətin) satışından əldə etdikləri gəlirlər;
- bank kreditləri;
- qiymətli kağızların satışından əldə edilən pul vəsaiti;
- banklarda saxladıkları pullar üçün alınan dividendlər;
- hüquqi və fiziki şəxslərin verdikləri xeyriyyə vəsaitləri və s.

İstehsal və digər fəaliyyət növlərini həyata keçirərkən müəssisələrdə maliyyə çətinlikləri əmələ gələrsə, onların aradan qaldırılması üçün kreditlərdən istifadə edilir. Kreditləşdirmənin iki növünü fərqləndirirlər:

- uzun müddətli;
- qısa müddətli.

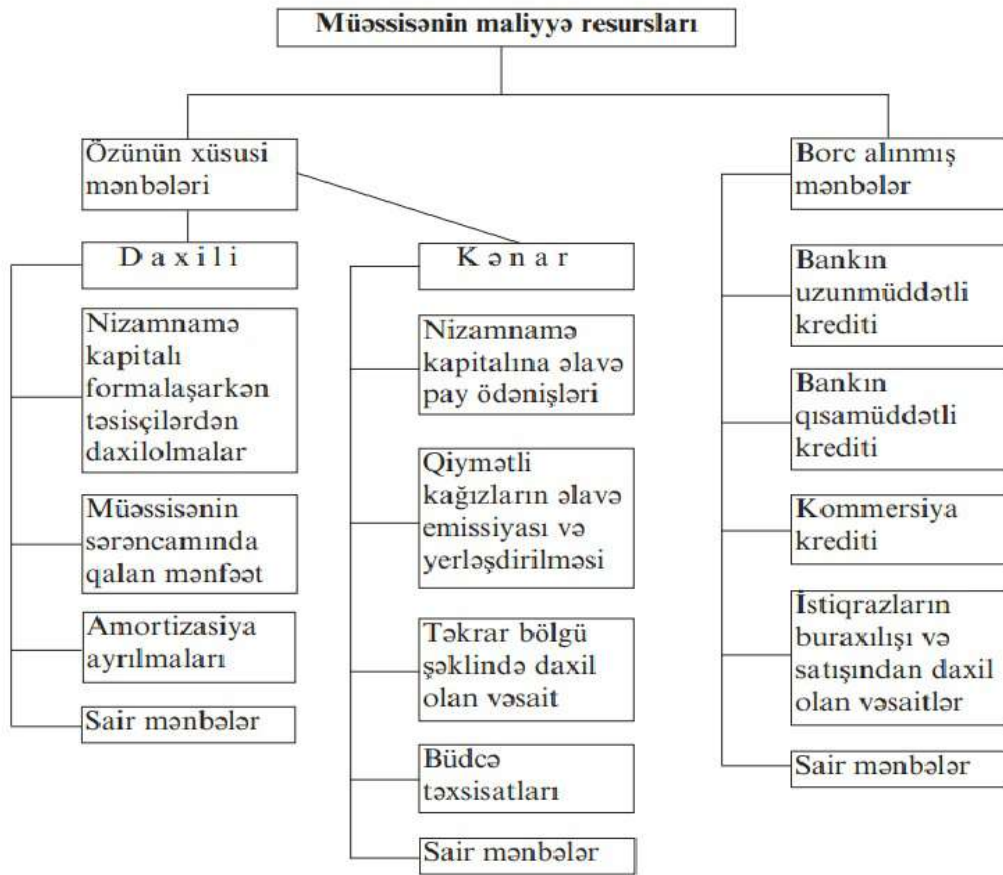
Uzunmüddətli kreditlər, adətən, investisiya qoyuluşu, yeni texnikanın tətbiqi, istehsalın mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması, texnoloji maşın və avadanlıqların modernləşdirilməsi, məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, mövcud istehsalın genişləndirilməsi, yenidən qurulması və yeni texnika ilə silahlanma səviyyəsinin yüksəldilməsi və s. üçün verilir.

Qısamüddətli kreditləşdirmə isə əsas etibarilə tapşırıqların, sifarişlərin yerinə yetirilməsi gedişatında dövriyyə vəsaitlərinə əlavə tələbat olduğu hallarda həyata keçirilir. Maliyyə planı – müəssisənin istehsal, təchizat, satış və maliyyə fəaliyyətinin nəticələrini dəyər ifadəsində əks etdirir.

Müəssisənin maliyyə resursları yaranma mənbəyinə və mənşəyinə görə aşağıdakı vəsaitlərə bölünürlər:

- xüsusi və
- cəlb edilmiş (borc).

Müəssisələr müxtəlif mülkiyyət, təşkilati-hüquqi və təşkilati-iqtisadi formalarda olduqlarından, onların xüsusi vəsaitlərinin yaranma mənbələri də xeyli dərəcədə fərqlənir. Müəssisələrin xüsusi vəsaitləri, əsasən, aşağıdakı mənbələrdən formalaşır:



- ✓ mülkiyyətçi tərəfindən verilən kapital – onun əsas hissəsini təşkil edən nizamnamə fondu (səhmlərin satışından gələn vəsaitlər, mülkiyyətçi və təsisçilərin pay vəsaitləri);
- ✓ hüquqi və fiziki şəxslərin digər vəsaitləri (məqsədli maliyyələşdirmə, ianələr, xeyriyyə vəsaitləri və s.);
- ✓ müəssisənin yaratdığı ehtiyatlar (ehtiyat kapitalı, əlavə kapital və yığılmış mənfəət);

Cəlb edilmiş vəsaitlərin əsas mənbələri isə aşağıdakılardır:

- bank kreditləri;
- borc vəsaitləri;
- istiqrazların və başqa qiymətli kağızların satışından daxil olan vəsaitlər;
- kreditor borcları;
- hesablanması ilə köçürülməsi vaxtı arasındakı müddətdə əmələ gələn büdcəyə olan öhdəliklər;
- firma və ya müəssisənin əmək haqqı üzrə borc öhdəlikləri;
- yaranma vaxtı ilə ödəmə vaxtı arasındakı fərq nəticəsində sosial sığortaya və sosial təminat orqanlarına borclar [3, 270-271].

Hər bir müəssisənin fəaliyyətinin başlıca maliyyələşdirmə mənbəyi onun xüsusi vəsaitləri hesab olunur. Xüsusi vəsaitlərin ilkin mənbəyi isə müəssisənin nizamnamə kapitalıdır (yaxud fondudur). Nizamnamə kapitalı müəssisənin fəaliyyətini təşkil və təmin etmək üçün mülkiyyətçilər (təsisçilər) tərəfindən verilən vəsaitlərin məbləğini əks etdirir. "Nizamnamə kapitalı" kateqoriyasının məzmunu isə müəssisələrin təşkilati-hüquqi forma-

sından asılı olaraq dəyişir:

- dövlət müəssisəsi üçün – müəssisənin özünümaliyyələşdirmə şəraitində fəaliyyət göstərməsi üçün dövlətin ona ayırdığı əmlakın dəyər ifadəsi;
- məhdud məsuliyyətli müəssisə üçün – mülkiyyətçilərin paylarının məbləği;
- səhmdar cəmiyyəti üçün – birgə fəaliyyəti təşkil etmək üçün iştirakçılar tərəfindən verilən əmlakın dəyər qiyməti;
- icarə müəssisəsi üçün – müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətini təşkil etmək üçün mülkiyyətçi tərəfindən müəssisəyə ayrılmış əmlakın dəyər qiyməti və s.

Müəssisə yaradılan zaman onun nizamnamə kapitalına (fonduna) qoyulan pul vəsaitləri maddi və qeyri-maddi aktivlər şəklində ola bilər. Aktivlər pay şəklində nizamnamə kapitalına (fonduna) verildikdə, onlar üzərində əmlak hüququ təsərrüfat subyektinə, yəni müəssisəyə keçir, başqa sözlə, həmin payı verən investitorlar bunlar üzərində əmlak hüquqlarını itirirlər. Müəssisə ləğv edildikdə, yaxud iştirakçı ortaqlığın və ya cəmiyyətin tərkibindən çıxdıqda, o, müəssisənin qalıq əmlakının yalnız onun payına uyğun hissəsinə iddia edə bilər, əvvəl qoyduğu vəsaitləri həmin formada və tam şəkildə tələb edə bilməz.

Müəssisənin strukturundan asılı olmayaraq, bütün hallarda müəssisənin maliyyə xidmətinin başlıca vəzifələri aşağıdakılardır:

- ümumi maliyyə təhlili və qiymətləndirilməsi;
- müəssisənin maliyyə resursları ilə təmin edilməsi (başqa sözlə, vəsait mənbələrinin idarə edilməsi);
- maliyyə resurslarının bölgüsü (müəssisənin investisiya siyasəti və maliyyə aktivlərinin idarə edilməsi).

Birinci funksiya çərçivəsində müəssisənin maliyyə xidməti aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

- ✓ müəssisənin aktivlərinin və bunların maliyyələşdirilməsi mənbələrinin ümumi şəkildə qiymətləndirilməsi;
- ✓ müəssisənin əldə olunmuş iqtisadi imkanlarının saxlanması və onun fəaliyyətinin genişləndirilməsi üçün zəruri olan resursların tərkibinin və həcmının qiymətləndirilməsi;
- ✓ əlavə maliyyələşdirmə mənbələrinin ümumi şəkildə təhlili və qiymətləndirilməsi;
- ✓ maliyyə resurslarının vəziyyətinə və səmərəli istifadəsinə nəzarət sisteminin qiymətləndirilməsi.

İkinci funksiya çərçivəsində müəssisənin maliyyə xidməti aşağıdakı məsələlərin dəqiq qiymətləndirilməsini həyata keçirirlər:

- ✓ tələb olunan maliyyə resurslarının həcmi;
- ✓ həmin maliyyə resurslarının əldə edilməsi formaları (uzunmüddətli yaxud qısamüddətli kredit, nağd vəsaitlər);
- ✓ resursların əldə oluna bilmə dərəcəsi və verilməsi müddətləri (maliyyə resurslarının əldə oluna bilmə dərəcəsi müqavilə şərtləri ilə müəyyən edilə bilər; maliyyə resursları zəruri həcməldə və lazımı zaman anında alınmalıdır);
- ✓ konkret resurs növlərinin əldə olunmasının qiyməti (faiz dərəcələri, bu və ya başqa vəsait mənbəyinin verilməsinin formal və qeyri-formal şərtləri);
- ✓ bu və ya digər vəsait mənbəyi ilə əlaqədar riskin dərəcəsi (məsələn, vəsait mənbəyi kimi müddətli bank ssudalarına nisbətən mülkiyyətçinin öz kapitalından istifadə riski daha azdır).

Müəssisənin maliyyə xidmətinin üçüncü funksiyası investisiya xarakteri uzunmüddətli və qısamüddətli qərarların təhlilini və qiymətləndirilməsini nəzərdə tutur. Bu zaman təhlil olunan və qiymətləndirilən məsələlər aşağıdakılardır:

- ✓ maliyyə resurslarının digər növ (material, əmək, pul) resurslara transformasiyasının optimallığı;
- ✓ əsas fondlara qoyuluşların (əsaslı tikintinin) məqsədəuyğunluğu və səmərəliliyi, bunların tərkibi və quruluşu;
- ✓ dövriyyə vəsaitlərinin optimallığı; - maliyyə qoyuluşlarının səmərəliliyi və s.

### **Müəssisənin maliyyə qoyuluşlarının növləri və onların təhlili**

Maliyyə qoyuluşları dedikdə müəssisənin müvəqqəti sərbəst vəsaitlərindən səmərəli istifadə etməsinin fəal forması nəzərdə tutulur. Maliyyə qoyuluşları müxtəlif formalarda həyata keçirilir:

- Gəlirli fond alətlərinə (səhm və istiqrazlara) kapital qoyuluşu.
- Pul alətlərinin gəlirli növlərinə (depozit sertifikatı və veksellərə) kapital qoyuluşu.
- Yalnız gəlir əldə etmək deyil, həmçinin digər təsərrüfat subyektlərinə təsir göstərmək imkanı əldə etmək məqsədilə birgə müəssisələrin nizamnamə kapitalına kapital qoyuluşu.

Həyata keçirilmə müddətinə görə uzunmüddətli və qısamüddətli maliyyə qoyuluşları fərqləndirilir. Qısamüddətli maliyyə qoyuluşları ödənilmə müddəti bir ilədək, uzunmüddətli maliyyə qoyuluşları isə ödənilmə müddəti bir ildən artıq olmaq şərti ilə, müəssisənin digər müəssisələrin buraxdığı qiymətli kağızların alınmasına və nizamnamə kapitalına, dövlət və yerli orqanların istiqrazlarına, digər müəssisələrə borc verilməsinə vəsait yönəltməsidir. Həyata keçirilmiş maliyyə qoyuluşları nəticəsində müəssisənin maliyyə investisiya, başqa sözlə, qiymətli kağızlar portfeli formalaşır. Müəssisənin maliyyə investisiya portfeli özlüyündə investorun konkret məqsədlərinə çatmasına xidmət edən maliyyə alətlərinin yığımını əks etdirir və bir və ya bir neçə növ qiymətli kağızlardan ibarət formalaşdırıla bilər. Müəssisənin real investisiya portfeli ilə müqayisədə maliyyə investisiya portfeli bir sıra özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir: yüksək likvidlik, rahat idarə olunma, aşağı gəlirlilik, inflyasiyadan zəif müdafiə olunma və s. [2, 125-127]

### **Müəssisənin xarici ticarət əməliyyatlarında tətbiq olunan hesablaşma formaları**

Beynəlxalq hesablaşmalar – idxal-ixrac əməliyyatlarını həyata keçirən iştirakçılar arasında tətbiq olunan hesablaşmalardır. Beynəlxalq hesablaşmalar idxalatçı və ixracatçı ölkələrin valyuta qanunları, həmçinin, Beynəlxalq Ticarət Palatası, beynəlxalq maliyyə-kredit institutları tərəfindən tənzimlənir. Beynəlxalq hesablaşma və valyuta hesablaşmalarının təşkili prinsipləri aşağıdakılardır:

- beynəlxalq müqavilərə əsaslanan öhdəliklərin qəbul olunması;
- beynəlxalq maliyyə-kredit təşkilatları qarşısında öhdəliklərin qəbul olunması;
- beynəlxalq təcrübədə qəbul edilən hesablaşma formalarının və qaydasının istifadə olunması;
- tərəflərin razılığı ilə ödəmə-valyutasının seçilməsi

Hesablaşmaların böyük əksəriyyəti banklardakı hesablara daxil edilməklə nəğdsiz qaydada həyata keçirilir. Beynəlxalq hesablaşmalar müvafiq ödəniş şərtlərinin (nəğd he-



sablaşma və ya kredit), ödəniş formalarının (inkassa, akkreditiv və s.), ödəmə vasitəsinin (ödəniş sənədlərinin), maliyyə zəmanətinin (bank öhdəçiliyinin) olmasını, habelə ödənişin təmin olunması kanallarının (bankları və maliyyə müəssisələrinin) seçilməsini tələb edir. Beynəlxalq hesablaşmaların xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, xarici valyuta ödəmə dövrüdəsində nəğd pul nişanları kimi deyil, bank və kredit ödəmə vasitələri, teleqraf və poçt köçürmələri, çek və veksəl kimi ödəmə sənədləri çıxış edir.

İxracatçılar və idxalçılar arasında konkret hesablaşma şərtlərinin seçilməsi hər iki tərəf üçün zəmanətin təmin edilməsi əsas götürülməklə razılaşma mərhələsində həyata keçirilir və kontraktda öz əksini tapır. Beynəlxalq təcrübədə müəssisələr xarici ticarət əməliyyatlarını həyata keçirən zaman aşağıdakı hesablaşma formalarından istifadə edirlər:

- sənədli inkasso;
- sənədli akkreditiv;
- bank köçürməsi;
- açıq hesab.

Hər hansı hesablaşma formasının seçilməsi müəyyən amillərə əsaslanır. Həmin amillərə aşağıdakılar daxildir [4]:

- malın növü;
- kredit sazihinin mövcudluğu;
- ödəmə qabiliyyəti;
- müəssisənin işgüzar səviyyəsi.

İdxal-ixrac əməliyyatları və digər kommersiya sövdələşmələri üzrə hesablaşmalar çox vaxt sənədli xarakter daşıyır, yəni siyahısı və növü xarici ticarət kontraktlarının şərtləri ilə müəyyən edilən kommersiya sənədləri əsasında həyata keçirilir. Bu zaman bankın müştəriləri ixrac satışları üzrə banka təqdim edilən əmtəə-nəqliyyat sənədlərinin düzgünlüyünü təmin etməlidirlər.

### **Nəticə**

Hər bir müəssisənin səmərəli fəaliyyətinin əsasında onun maliyyə təminatı dayanır. Zəruri maliyyə təminatını ödəmədən, qarşıya qoyulmuş strateji məqsədlərə nail olmaq qeyri-mümkündür. Bu baxımdan da, hər bir təsərrüfat subyektinin başlıca vəzifəsi lazımı maliyyə vəsaitlərini cəlb etməkdən ibarətdir. Məlum olduğu kimi müəssisənin maliyyə resurslarının əsasını müəssisənin öz vəsaitləri və müxtəlif istiqamətlərdən cəlb olunmuş kreditlər təşkil edir. Ona görə də, maliyyənin təşkilində hər iki istiqamətə diqqətlə yanaşılması vacibdir. Birinci istiqamət müəssisənin fəaliyyəti ilə əlaqədardır, ikinci istiqamət müəssisədaxili amillərlə yanaşı, bir sıra xarici mühit amillərindən də asılıdır. Maliyyənin təşkili əlavə vəsaitlərin cəlb edilməsi ilə yanaşı, həm də onun səmərəli idarə olunmasını əhatə etdiyi üçün vəsaitlərin cəlb edilməsi, müəssisənin idarə olunması, vəsaitlərdən səmərəli istifadə və s. kimi məsələlərə kompleks yanaşılması daha əlverişli hesab edilir. Maliyyə resurslarının təşkilində vacib amillərdən biri də maliyyə və ya investisiya mühitidir. Müəssisə, mövcud qanunvericilik çərçivəsində bu mühiti maksimum şəkildə əlverişli vəziyyətdə formalaşdırmalıdır. Bu, həm mövcud resurslardan daha səmərəli istifadəyə imkan verər, həm də yeni-yeni mənbələrdən vəsaitlərin cəlb olunma-sını stimullaşdırma bilər.

**Ədəbiyyat**

1. B.Ataşov, N.Novruzov, E.İbrahimov. Müəssisələrin maliyyəsi. Bakı, 2009
2. P.Burns. Entrepreneurship and small business. 2nd edition, 2007
3. İ.M.Hüseynova. Müəssisənin iqtisadiyyatı. Bakı, 2013
4. X.M.Yahudov. Müəssisənin iqtisadiyyatı. Bakı, Cıraq, 2005

**THE ESSENCE, FUNCTIONS AND USES OF FINANCIAL RESOURCES OF  
THE ENTERPRISE IN MODERN TIMES**

**S.I.Mammadova**

**SUMMARY**

This article discusses the special role of enterprises in national economy. In addition to the sources of internal financing of enterprises, external sources of financing for the efficient and perspective organization of their activities are investigated. It is noted that the efficient use of financial resources is one of the main priorities of enterprises today.

**СУЩНОСТЬ, ФУНКЦИИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ  
РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННУЮ ЭПОХУ**

**С.И.Мамедова**

**РЕЗЮМЕ**

В статье рассматривается особая роль предприятий в национальной экономике. Помимо внутренних источников финансирования, исследованы внешние источники финансирования для эффективной и перспективной организации деятельности предприятий. Отмечается, что эффективное использование финансовых ресурсов является одним из главных приоритетов для предприятий.

*Məqalə redaksiyaya 10 may 2020 tarixində daxil olmuş, 18 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 336.33

## AZƏRBAYCANDA QEYRİ-NEFT SEKTORUNA XARİCİ İNVESTİSİYALARIN TƏŞVİQ EDİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

**İ.Ə.Əskərov**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, Abbas Səhhət küçəsi 45A  
e-mail: İbrahim.Eskerov.97@mail.ru

**Açar sözlər:** xarici investisiya, qeyri-neft sektoru, investisiya mühiti, kapital ixracı

**Keywords:** foreign investment, non-oil sector, investment environment, capital exports

**Ключевые слова:** иностранные инвестиции, нефтегазовый сектор, инвестиционный климат, вывод капитала

Energetika sektorundan asılılığın azaldılmasına və tədricən aradan qaldırılmasına qısa vaxtda nail olmaq istəyən Azərbaycan hökuməti üçün qeyri-neft sektorunun inkişafına xarici investisiyaların cəlb edilməsi xarici iqtisadi siyasətin tərkib hissəsini təşkil edir. Ölkə iqtisadiyyatının inkişaf istiqamətləri üzrə Strateji Yol Xəritəsində 2025-ci ilədək hökumətin nail olmaq istədiyi hədəflərdən biri də “Qeyri-neft sektoruna yönləndirilən xarici investisiyaların Ümumi Daxili Məhsuldakı payının 4 faizə çatdırılması” olmuşdur.

2000-2017-ci illər ərzində ölkəmizin qeyri-neft sektoruna 10.9 mlrd. ABŞ dolları məbləğində xarici investisiya daxil olub ki, bu da qeyd edilən dövrdə qeyri-neft sektorunda yaradılmış Ümumi Daxili Məhsulun 3.3%-i həcmindədir. Ölkəmizin qeyri-neft sektorunda Türkiyəyə məxsus şirkətlərindən daxil olan investisiyalar arada bir neçə il istisna olmaqla çox zaman digər ölkələrdən daxil olan investisiyalara nisbətən üstün mövqeyə malik olmuşdur. Rusiya, ABŞ, Böyük Britaniya, BƏƏ, Fransa və Almaniyadan da Azərbaycanın qeyri-neft sektoruna investisiyalar daxil olub. Amma son dövrlərdə Rusiya və İsveçrə şirkətlərindən daxil olan investisiyaların həcmi üstünlük təşkil edib. Ölkəmizin qeyri-neft sektoruna yatırılmış xarici investisiyaların həcmində 2015-ci ildən 2016-cı ilə keçid ərzində baş vermiş qəfil artımda İsveçrə, Rusiya və Türkiyədən daxil olan vəsaitlər əhəmiyyətli rol oynayıb. Daha dəqiq desək, həmin il 1.7 mlrd. ABŞ dolları məbləğində BXİ-nin 1.04 mlrd. dolları İsveçrə, Rusiya və Türkiyə şirkətlərinin payına düşüb. 2016-cı ildə isə qeyri-neft sektoruna daxil olan xarici investisiyaların mənbə ölkələri arasında 370.5 mln. ABŞ dolları məbləğində göstərici ilə İsveçrə lider olmuşdur. Bu göstərici 2000-2017-ci illər ərzində İsveçrədən Azərbaycanın qeyri-neft sektoruna daxil olan investisiyaların ümumi məbləğinin 60.2%-i həcmindədir. 2016-cı ildə ölkəmizə daxil olan xarici investisiyalarda pay nisbətində görə Rusiya 363.2 mln. ABŞ dolları göstəricisiylə ilə ikinci olub. Onu da qeyd edək ki, 2000-2017-ci illər ərzində Rusiyadan Azərbaycanın qeyri-neft sektoruna daxil olmuş Birbaşa Xarici İnvestisiyaların 71.6%-i (542.2 mln. ABŞ dolları) son 2 ilin (2016 və 2017-ci illərin) payına düşür (1).

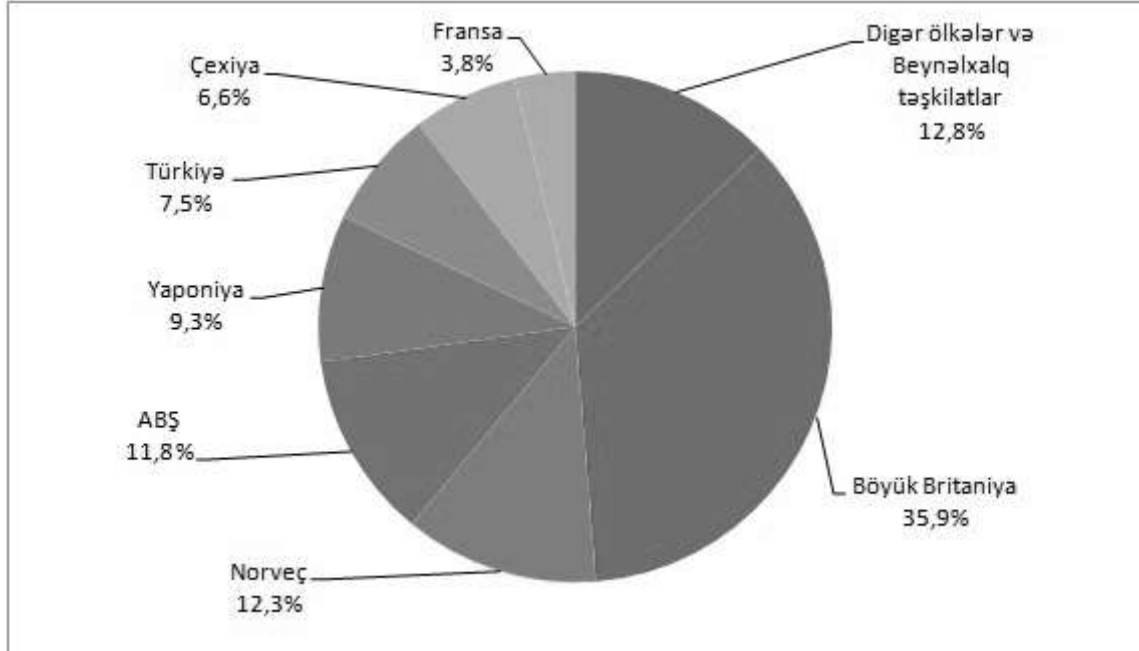
Xarici investorlar Azərbaycan iqtisadiyyatına əsasən aşağıdakı yollarla investisiya qoyuluşları həyata keçirə bilirlər:

Xarici investorlar Azərbaycan iqtisadiyyatına əsasən aşağıdakı yollarla investisiya qoyuluşları həyata keçirə bilirlər:

1. Azərbaycan Respublikasının hüquqi və fiziki şəxsləri ilə birgə yaradılan müəssisələrdə, təşkilatlarda payçılıq iştirakı (Nizamnamə kapitalında iştirak);
2. nizamnamə kapitalı təmamilə xarici investorlara məxsus olan müəssisələrin yaradılması;
3. əsas vəsaitlərin, qiymətli kağızların, habelə qanunvericiliyinə müvafiq surətdə xarici investorlara məxsus ola bilən başqa əmlakın əldə edilməsi;
4. təbii ehtiyatlardan istifadə hüquqlarının, habelə digər əmlak hüquqlarının əldə edilməsi;
5. Azərbaycan Respublikasının hüquqi şəxsləri və fiziki şəxsləri ilə xarici investisiya qoyuluşunun başqa formalarını nəzərdə tutan kontraktların bağlanması (2).

Bundan başqa, xarici investisiyaların tənzimlənməsi və qorunması sahəsində ölkədə azad iqtisadi zonaların olması, vergi qanvericiliyi və s. investisiya mühitini formalaşdıran mühüm amillərdən hesab olunur. İnkişaf etmiş infrastruktura malik ölkələr investorları özlərinə daha tez cəlb edirlər. Investorlar belə ölkələri əlverişli investisiya mühitinə malik olan ölkələr kimi qiymətləndirirlər. Buna görə də, ölkəmizdə inkişaf etmiş infrastruktur formalaşdırılmalı və sənayedəki əksikliklər tamamlanmalıdır. Müəssisələrin bir çoxu xammal, köməkçi maddə və təchizatla təmin edilə bilməməsi səbəbindən tam gücü ilə çalışa və istehsalı son məhsul mərhələsinə qədər gətirib çıxara bilmir.

**Qrafik 1. 2013-cü ilin yanvar-dekabr aylarında xarici ölkələr və beynəlxalq təşkilatlar üzrə əsas kapitala yönəldilmiş xarici investisiyalar (ümumi yekuna görə, faizlə)**



**Mənbə:** <https://www.economy.gov.az/article/2013-inv-haq/22018>

Azərbaycanın qeyri-neft sektoruna daxil edilmiş xarici investisiyaların ölkələr üzrə pay nisbəti göstəriciləri haqqında məlumatlar Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən təqdim edilsə də, həmin yatırımların yönəldildiyi sektorlar haqqında məlumatlar təqdim edilməyib.

Həmçinin, qeyri-neft sektoruna cəlb edilən xarici investisiyalar haqqında Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı da öz növbəsində tədiyyə balansı ilə bağlı hesabatlarında göstəricilər üzrə yalnız ümumi məbləği təqdim edir, amma sektorlar üzrə ətraflı məlumat vermir. Bu səbəbdən də, Rusiya və İsviçrədən daxil olmuş xarici investisiyaların 2016-cı ildə kəskin artımı və yönəldildiyi sahələri barədə məlumat vermək çətinləşir. Çox ehtimal ki, son illərdə Rusiyadan daxil olan investisiyalarda olan kəskin artım “Qazprombank” ASC-nin reallaşdırılan “SOCAR-Polymer” layihəsi çərçivəsində maliyyələşdirilməkdə iştirakı ilə bağlıdır: 750 mln. dollar məbləğində qiymtləndirilən bu layihənin 60%-i (təxminən 450 mln. dollar) “Qazprombank” ASC-nin kredit vəsaiti hesabına maliyyələşdirilmişdir. Qeyri-neft sektoruna cəlb olunmuş xarici investisiyaların araşdırılması zamanı Azərbaycan Respublikası ərazisində fəaliyyət göstərən birgə və xarici investisiyalı firmaların fəaliyyət növləri üzrə əsas kapitalla yönəldilən investisiyaların tədqiq olunması da mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bugünədək ölkəmizdə xarici tərəfdaşların 9000-dən çox şirkətinin qeydiyyatdan keçdiyi məlumdur. Lakin, Statistika Komitəsinin məlumatına görə 2017-ci ildə Azərbaycanda 1424 birgə və tam xarici investisiyalı firma fəaliyyət göstərmişdir. 2017-ci ilin məlumatlarına nəzər salsaq, ölkəmizdə birgə və xarici investisiyalı firmaların 528-i istehsal vasitələrinin təmiri və istismarı sahəsində, 271-i sənayedə (energetika sənayesi də daxil olmaqla), 151-i peşə, elmi və texniki fəaliyyət sahəsində, 138-i tikintidə, 74-ü nəqliyyat və anbar təsərrüfatında, 41-i informasiya və yüksək texnologiyalar sahəsində, 41-i turizm sektorunda, 30-u isə kənd təsərrüfatı və balıqçılıq sektorlarında fəaliyyət göstərmişdir. Ölkə ərazisində fəaliyyət göstərən birgə və xarici investisiyalı firmaların ölkə mənsubiyyəti haqqında bilgiler də dəqiq deyil. Statistika Komitəsinin məlumatlarına nəzər salsaq, 2017-ci ildə əsas kapitalla yönəldilmiş 8.7 milyard manatlıq xarici investisiyanın (Portfel İnvestisiyalar da daxil olmaqla) 6.3 milyard AZN-i (72.6 %) əsasən neft-qaz hasilatı sənayesində, qalan 2.4 milyard AZN-i isə ölkə təsərrüfatının digər sektorlarında reallaşdırılıb. Qeyri-neft sektorunda əsas kapitalla yönəldilmiş xarici investisiyaların 1.07 milyard AZN hissəsi tikintinin, 548.1 mln. AZN hissəsi nəqliyyat və anbar təsərrüfatının, 468.9 mln. AZN hissəsi su təchizatının, təxminən 200 mln. AZN hissəsi isə elektrik enerjisi istehsalının payına düşüb (3).

Xarici investorların maraqlarını qeyri-neft sektoruna cəlb etmək üçün ölkə iqtisadiyyatı və onun potensial inkişaf perspektivləri barədə, ölkədəki investisiya mühiti, baş verən dəyişikliklər barəsində xarici investorların kifayət qədər məlumatı olmalıdır. Ölkəyə daxil olan investisiyaları motivasiya mənbəyindən asılı olaraq aşağıdakı kimi təsnifləşdirilə bilər:

- 1) təbii resurslarla təminatlılıq səviyyəsi;
- 2) bazarın miqyası;
- 3) bazarda müəssisənin strateji aktivlərə malik olması;
- 4) istehsalın effektivliyinin artırılması sayəsində xərclərə qənaət niyyəti;
- 5) ölkədəki siyasi rejim və sabitlik. (4).

Dünya təcrübəsinə əsasən, motivasiya mənbəyindən, eləcə də investisiya tipindən asılı olaraq, investorlar investisiya həyata keçirdikləri ölkədəki (təyinat ölkəsindəki) hökumətin siyasi qərarlarına və ölkədəki investisiya mühitinə fərqli reaksiya göstərirlər. Əsas etibarilə, təbii ehtiyatlara və strateji aktivlərə investisiya yatıran investorlar investisiya mühitində baş verən dəyişikliklərə az reaksiya göstərirlər. Xərclərə qənaət prinsipindən çıxış edən investorlar isə onların xərclərini artırmaq ehtimalı olan yaxud mübadilə prose-

sinə maneə yarada biləcək bütün dəyişikliklərə çox həssas yanaşırlar. Xərclərə qənaət və bazar miqyası baxımından investorların maraqlarını cəlb edən sahələrə emal sənayesi və digər istehsal sahələrini misal göstərmək olar (5).

Qeyri-neft sektoruna həyata keçirilən investisiyalar baxımından hələ ki, xarici investorları özünə cəlb edən sektorlar əsasən tikinti və anbar təsərrüfatı kimi qeyri-ticari sahələrdir. İstehsal sektoru, ələxsus, emal sənayesi və kənd təsərrüfatı kimi sahələr xarici investorların marağını nəzərəcarpacaq şəkildə cəlb edə bilməyib. Baxmayaraq ki, ölkə başçısının təsdiqlədiyi iqtisadiyyatın əsas sahələri üzrə strateji yol xəritələrində kənd təsərrüfatı və informasiya-kommunikasiya texnologiyaları, habelə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı qarşıya qyulan əsas məsələ kimi bəyan olunmuşdur. Azərbaycan hökuməti tərəfindən ölkədə biznes və investisiya mühitinin stimullaşdırılması və liberallaşdırılması sahəsində aşağıdakı tədbirlərin görülməsi planlaşdırılmışdır:

1) lisenziya və icazələrin azaldılması, prosedurların asanlaşdırılması, vergi güzəştləri güzəştləri və s.

2) sahibkarlıq sahəsində həyata keçirilən yoxlamaların qismən dayandırılması, həmçinin investisiyaların təşviq edilməsi. Məsələn, “investisiya təşviqi sənədi”nin tətbiqi və bu sənədi alanlara 7 il müddətinə bütün növ vergi güzəştlərinin tətbiqi, həmçinin, layihə çərçivəsində idxal edilən texnika və texnologiyaların ƏDV və rüsumlardan azad olunması.

3) Sənaye parklarının təşkil olunması və parkların rezidentlərinə də, həmçinin 7 il müddətinə vergi güzəştləri tətbiq olunması, habelə onların istehsal məqsədi üçün idxal etdikləri texnika və texnologiyaların Əlavə Dəyər Vergisindən və rüsumdan azad olunması.

4) Daxili bazarda istehsal olunan məhsulların himayəsi edilməsi (proteksionist siyasət), həmçinin daxili bazarın xarici təsirlərdən qorunması, qeyri-neft ixracının dəstəklənməsi (ixrac təşviqinin tətbiqi və ticarət məntəqələrinin açılması və s.)

5) İdxal-ixrac əməliyyatları çərçivəsində mütəşəkkil mexanizmlərin (yaşıl dəhliz, elektron bəyanətmə və s.) tətbiq edilməsi, həmçinin bəzi kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının subsidiyalaşdırılması və s.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz investisiya stimulları və ümumilikdə ölkədəki biznes və investisiya mühiti barəsindəki məlumatlar müəyyən dərəcədə Azərbaycanın İxracın və Investisiyaların Təşviqi Fondunun (AzPROMO) saytında 3 dildə yerləşdirilmişdir. Saytda olan məlumatlara nəzər salsaq, ölkəmiz 51 ölkə ilə ikiqat vergitutma sahəsində sazişlər, 47 ölkə ilə ikitərəfli investisiya müqavilələri bağlamışdır. Qeyd edim ki, 2-3 il bundan əvvəlki illə müqayisədə məlumat baxımından bu sayt xeyli zənginləşdirilib. Amma dünya səviyyəsində götürsək, misal olaraq, Investisiyaların Təşviqi Agentliklərinin Dünya Assosiasiyasına üzv ölkələrin müvafiq qurumlarının saytları ilə müqayisə etdikdə AzPROMO-nun saytında yerləşdirilmiş məlumatlar çox məhdud xarakter daşıyır. Təəccüblü deyil ki, ABŞ Dövlət Departamentinin İqtisadi və Biznes İşləri Bürosu tərəfindən hazırlanmış və Departamentin saytında yerləşdirilmiş hesabatda belə (2017 Investment Climate Statements Report) Azərbaycandakı biznes və investisiya mühiti haqqında daha geniş məlumat yer alıb.

Yaxud da, Vergilər Nazirliyinin rəsmi internet saytında “Azərbaycan Respublikasında xarici investisiyalar üçün əlverişli vergi mühiti” adı altında material yerləşdirilib. Orada mövcud olan məlumatlar nəinki vaxtılı-vaxtında yenilənmir, hətta makroiqtisadi göstəricilər hələ də bir neçə il əvvələ aiddir. Son dövrdə qanunvericilikdə həyata keçirilən dəyişikliklər nəzərə alınmaqla material yenilənməyib. Baxmayaraq ki, ölkəmizi və ölkə-

mizdəki biznes və investisiya mühitinin müasir vəziyyətini dünyaya təqdim edən bu cür informasiyaların vaxtlı-vaxtında və mütəmadi olaraq yenilənməsi, həmçinin zənginləşdirilməsi son dərəcə vacib məsələlər sırasındadır. Həmçinin mütəxəssislərin fikrinə görə, investorları investisiyanı qəbul edən (importçu dövlət) ölkədəki mövcud vəziyyətdən çox ölkənin gələcək inkişaf perspektivləri haqqında məlumatlar maraqlandırır. Ona görə ki, bu məlumatlar investorlara gələcək gözləntilərini təhlil etməyə və qiymətləndirməyə imkan yaradır. Bu səbəbdən də bu cür saytlarda və başqa mənbələrdə olan məlumatların mövcud vəziyyətlə yanaşı, həm də ölkənin və ölkə iqtisadiyyatının müxtəlif sahələrinin potensial imkanları və inkişaf istiqamətləri ilə bağlı məlumatların əks etdirməsi arzuolunandır.

Dünya Bankının "Qlobal investisiyaların rəqabət qabiliyyətliliyi" haqqındakı hesabatında əks olunmuş məlumatlar əsasında Xarici İnvestisiyaların cəlb edilməsi məqsədilə ölkədəki zəruri biznes və İnvestisiya mühitinin əslində necə olmasını öyrənmək və tətbiq etmək olar. Dünya Bankı araşdırmaçılarının dünyanın bir çox ölkələrində fəaliyyət göstərən qlobal şirkətlərin rəhbərləri arasında keçirdiyi sorğunun nəticələrinə əsasən xarici investisiyalarla bağlı qərarlara təsir edən faktorlar arasında aşağıdakılar yer alır:

- 1) siyasi-iqtisadi sabitlik və təhlükəsizlik;
- 2) hüquqi və tənzimləyici mühit;
- 3) bazar miqyası;
- 4) makroiqtisadi sabitlik və mübadilə kursu.

Yuxarıdakı sıralamada növbəti yerləri işçilərin bilik və bacarıqları, infrastruktur, vergi dərəcələri, əmək və material xərcləri, daşınmaz əmlakın əlçatanlığı və maliyyə resurslarına əlçatanlıq kimi amillər yer alıb. Ölkədə hüquqi tənzimləmənin, qanunvericilik praktikasının əvvəlcədən anlaşılacaq və proqnozlaşdırıla bilən olması son dərəcə vacib məsələlərdəndir. Bu nöqtəyi-nəzərdən, dövlət orqanlarının davranışlarında şəffaflıq və bu davranışların proqnozlaşdırıla bilən olması, investisiyaların qorunmasına qanunvericiliklə təminat verilməsi, biznesə başlamanın asanlaşdırılması və mülkiyyət hüquqlarının qorunması kimi amillər də xüsusilə əhəmiyyətə malikdir. Həmçinin, investisiya stimulları, ticarət sazişlərində güzəştlər və ikitərəfli (çoxtərəfli) investisiya sazişlərinin olması kimi amillər də sıralanmanın növbətinin hissələrində yer alır (6).

Ümumilikdə, həm aparılan araşdırmalar, həm də beynəlxalq arenada ölkəmizin mövqeyinə əsasən deyərək ki, ölkənin qeyri-neft sektoruna cəlb edilən xarici investisiyaların artırılması məqsədilə Azərbaycanda biznes və investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması istiqamətində ciddi islahatlara ehtiyac hiss edilir. Bu islahatlar isə vergi güzəştləri və subsidiya məsələlərini deyil, ilk növbədə, investorlar üçün daha çox əhəmiyyət kəsb edən məsələləri əhatə etməlidir. Belə məsələlərə aşağıdakıları aid etmək olar:

- ilk növbədə dövlət idarəetməsi sahəsində şəffaflığın və hesabatlılığın təmin edilməsi və rüşvətخورluğun aradan qaldırılması;
- əmlak (mülkiyyət) hüquqlarının qorunmasının təmin edilməsi;
- müstəqil və ədalətli məhkəmə sisteminin yaradılması;
- iqtisadi hüquq və azadlıqların daha da genişləndirilməsi;
- hüquqi və tənzimləyici mühitinin möhkəmləndirilməsi (qanunun aliliyinin təmin olunması, hüquqda differensiasiyanın yolverilməzliyinin təmin edilməsi, dövlət orqanlarının davranışlarının əvvəlcədən proqnozlaşdırıla bilən olması, biznes gəlirlərinə və xərclə-

rinə təsir göstərə biləcək hökumət qərarlarının ictimai müzakirələrsiz qəbul edilməsi ənənəsindən imtina olunması, bu cür dəyişikliklərin qəbul edilməsindən ən azı 6 ay sonra qüvvəyə minməsinin təmin olunması və s.);

- xarici investisiyaların cəlb edilməsi sahəsində vahid dövlət siyasətinin hazırlanması və qəbul edilməsi;

- “Xarici investisiyaların qorunması haqqında” yeni qanunun, həmçinin “Rəqabət Məcəlləsi”nin qəbul olunması və s.

Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafı üçün əlverişli biznes və investisiya mühitinin yaradılması, iqtisadi subyektlərin dövlət orqanlarında qeydiyyatdan keçməsi proseslərinin asanlaşdırılması məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin fəaliyyətinin “bir pəncərə” prinsipi üzrə təşkilinin təmin edilməsi tədbirləri haqqında”sərəncamı ilə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olan subyektlərin dövlət qeydiyyatına alınması işinin aparılması Azərbaycan Respublikasının Vergilər Nazirliyinə həvalə olunmuşdur. “Bir pəncərə” sisteminin tətbiqindən etibarən ölkəmizdə biznesə başlama göstəriciləri artmış və bunun üçün sərf olunan vaxt azalmışdır. Qeyd edilən sistemin tətbiqindən sonra qeydiyyata alınan fiziki və hüquqi şəxslərin sayı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır (7).

Məlumat üçün qeyd edək ki, 2018-ci ilin yanvar-may ayları üzrə əsas kapitalla yönəldilmiş investisiya göstəricilərinə nəzər salsaq, 5240,8 milyon manat vəsaitin 2887,1 milyon manatı və ya 55,1%-i qeyri-neft sektoruna sərf olunmuş və bu sektorda investisiyaların həcmi 2017-ci il ilə müqayisədə xeyli artmışdır.

Ümumilikdə, dövlət tərəfindən həyata keçirilən investisiyaların getdikcə azalacağı və qeyri-neft sektorunda da əsas yükün özəl strukturların üzərinə düşəcəyi məlum məsələdir. Həmçinin, investisiya strategiyasında əsas hədəfin qeyri-neft sektorunda xarici investisiyaların artırılması və genişləndirilməsi olduğunu qeyd etməliyik.

### Ədəbiyyat

1. İqtisadi, biznes və maliyyə xəbərləri. <https://fed.az>
2. “Xarici investisiyaların qorunması haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı 15 yanvar 2002. [http://www.eqanun.az/alpdata/framework/data/7/f\\_7000.htm](http://www.eqanun.az/alpdata/framework/data/7/f_7000.htm)
3. Dövlət Statistika Komitəsi. <https://www.stat.gov.az>
4. Kərimova T.T. (2008) İqtisadiyyatın investisiya potensialı. Bakı: “İqtisad Universiteti” – 227 səh.
5. Abbasov İ.M., Əliyev T.N. (2017) Qeyri-neft sənayesinin iqtisadiyyatı. Bakı: “Bakı Biznes Universiteti” – 501 səh.
6. Atakişiyev M.C., Nurəliyeva R.N., Abbasova N.H. (2012), Investisiya fəaliyyətinin Təşkili, Bakı: “Təfəkkür Universiteti” – 251 səh.
7. Center for Economic and Social Development, <http://cesd.az>



**DIRECTIONS FOR PROMOTING FOREIGN INVESTMENT  
IN THE NON-OIL SECTOR IN AZERBAIJAN**

**I.A.Askarov**

**SUMMARY**

This work studies the investment potential of Azerbaijan in the non-oil sector. The ways to attract foreign investment in this sector are discussed. The development of the non-oil sector by attracting foreign investment is substantiated and relevant suggestions are made.

**НАПРАВЛЕНИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ  
В НЕНЕФТЯНОЙ СЕКТОР АЗЕРБАЙДЖАНА**

**И.А.Аскеров**

**РЕЗЮМЕ**

В работе исследуется инвестиционный потенциал Азербайджана в нефтяном секторе. Рассмотрены пути привлечения иностранных инвестиций в этот сектор. Обосновывается развитие нефтяного сектора путем привлечения иностранных инвестиций и даются конкретные предложения.

*Məqalə redaksiyaya 8 may 2020 tarixində daxil olmuş, 20 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

**AZƏRBAYCANDA SƏNAYENİN İNKİŞAFINDA  
SƏNAYE MƏHƏLLƏLƏRİNİN ROLU**

**Ə.Ə.Əliyev**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-mail: alirza.aliyev55@gmail.com

**Açar sözlər:** sənaye, investisiya, sənaye məhəllələri, kiçik və orta sahibkarlar, infrastruktur

**Keywords:** industry, investment, industrial districts, small and medium enterprises, infrastructure

**Ключевые слова:** промышленность, инвестиции, промышленные районы, малый и средний бизнес, инфраструктура

Azərbaycan Respublikasının dövlət siyasəti iqtisadiyyatımızın hərtərəfli inkişafının təmin edilməsini, o cümlədən, yüksək texnologiyalar əsasında sənayenin dinamik inkişafı və şaxələndirilməsini nəzərdə tutur. Uğurla həyata keçirilən sözügedən siyasətin nəticəsi kimi, son illərdə Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafına dair dövlət proqramları çərçivəsində müxtəlif təyinatlı və növlü yüzlərlə sənaye müəssisəsi tikilib istifadəyə verilmiş, minlərlə yeni və daimi iş yerləri yaradılmışdır.

Ölkədə rəqabətədavamlı sənaye məhsullarının istehsalını genişləndirmək məqsədilə hazırda sənaye parklarının yaradılması istiqamətində də fəal iş aparılır. Həmin istiqamətdə qabaqcıl beynəlxalq təcrübə öyrənilmiş, onun ölkəmizdə tətbiqi imkanları araşdırılmışdır. Beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq qurulan sənaye məhəllələri adətən ölkədən-ölkəyə fərqlənərək, 5 hektar ilə 300 hektar arasında dəyişir. Ölkəmizdə sənaye məhəllələrinin yaradılması Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin “Sənaye məhəllələrinin yaradılması və fəaliyyətinin təşkili haqqında” 2014-cü il 8 oktyabr tarixli 288 sayılı Fərmanı ilə müəyyən olunmuşdur. Sənaye məhəlləsinin yaradılmasında əsas məqsəd sənaye və xidmət sahələrində fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarların inkişafı üçün əlverişli şəraitlə təmin edilmə və əhalinin istehsal, həmçinin, xidmət sahəsində məşğulluğunun artırılmasıdır. Prezidentin müvafiq Fərmanına əsasən, sənaye məhəlləsi - sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan infraquruluşa malik, kiçik və orta sahibkarlar tərəfindən məhsul istehsal edilən və xidmət göstərilməsi üçün nəzərdə tutulan bir ərazidir. Sənaye məhəllələri istehsalat prosesinin təşkilində infraquruluşa xərclərinin azaldılması, kooperasiya əlaqələrinin gücləndirilməsi, kiçik-orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi və s. kimi məsələlərin həlli baxımından da böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Qloballaşan dünyada iqtisadiyyatda yeni-yeni tendensiyalar meydana gəldikcə və təcrübədə özlərini təsdiq etdikcə bu təcrübələrdən faydalanmaq istəyən inkişaf etməkdə olan ölkələr həmin mütərəqqi təcrübələri öz milli situasiya, şərait və iqtisadiyyatlarına uyğunlaşdırır, daha da inkişaf etdirirlər. Dünya iqtisadiyyatında inteqrasiya prosesləri gücləndikcə yeni tendensiyaların dünya birliyi üzvü olan əksər ölkələrin siyasi və iqtisadi həyatlarına yol tapması da qaçılmaz olur. Bu baxımdan sənaye məhəllələrinin rolu xüsusilə qeyd edilməlidir. Dünya iqtisadi ədəbiyyatında “sənaye parkı” və ya “sənaye məhəlləsi” şəklində işlədilən bu termin hər hansı bir ölkədə sənayenin inkişaf etdirilməsi üçün

ayrılmış, xüsusi avadanlıqlar və infrastruktur ilə təchiz edilmiş xüsusi zona-əraziləri nəzərdə tutur. Dünyada sənaye məhəllələrinin və ya sənaye parklarının ən geniş nümunələrinə, əsasən, inkişaf etmiş ölkələrdə rast gəlinir. Qeyri-neft sektorunu inkişaf etdirmək və ümumdaxili məhsulda qeyri-neft sektorundan daxilolmaların sayını artırmaq istəyən sabiq və cari neft ölkələrində də sözügedən tendensiya müşahidə olunur.

Nəzərə alsaq ki, bu gün neft sektorunda stabil olaraq 42-43 min nəfər insan çalışır və bu gələcəkdə azalacaq, o zaman emal sənayesinin inkişaf etdirilməsi mütləqdir. Emal sənayesinin inkişafı eyni zamanda aqrar sektorun da inkişafını labüd edir. Elə buna görə də regionlarda “sənaye parkları”nın və “sənaye məhəllələri”nin yaradılması təxirəsalınmaz məsələlərdəndir. İlin 9 ayında 19 mlrd.dollar investisiya – bu olduqca böyük məbləğdir və nəzərə alınsa ki, bunun xeyli hissəsi – 11,0 mlrd.dolları dövlət vəsaitidir. Deməli, o daha səmərəli istifadə olunmalıdır.

İqtisadiyyatı şaxələndirmək, iqtisadi təmərküzləşməni və ya hansısa bir sektordan birmənalı şəkildə asılılığı azaltmaq hazırda dünya iqtisadiyyatında ən böyük çağırışlardan biridir, çünki əks təqdirdə qeyd edilən defisiti yaşayan ölkələrin iqtisadiyyatını hazırda olmasa da, yaxın gələcəkdə böhran və inflyasiya gözləyə bilər.

### **Metod**

Tədqiqat işində dünya ölkələrinin real təcrübələri əsasında sənaye məhəllələrinin yaradılmasının səmərəliliyinin göstərilməsi üçün müşahidə və analiz metodlarından istifadə edilmişdir. Eyni zamanda ölkəmizdə yaradılan sənaye məhəllələrinin qarşılıqlı müqayisəsi və fəaliyyətlərinə ümumi baxış ilə bağlı müddəalar yer almışdır.

### **Analiz**

Dünyada ərazi, həcm və infrastrukturuna görə ən nəhəng sənaye məhəllələri arasında BƏƏ-də yerləşən “Xəlifə” Sənaye Zonasını ilk növbədə qeyd etmək lazımdır. “Xəlifə” Sənaye Zonasının qədər neft əsaslı iqtisadiyyata malik olan BƏƏ-nin milli iqtisadiyyatının 2030-cu ilə diversifikasiya etməsində əsas rol oynayacağı gözlənilir. Sözügedən Sənaye Zonası xarici investorları ölkəyə cəlb etmək üçün olduqca münasib bir yoldur. Hazırda tikintisi yekunlaşmaq üzrə olan Sənaye Zonası dünyada ərazicə ən böyüyü olmaqla birlikdə, xeyli sayda yeni iş yerlərinin yaradılması yolu ilə BƏƏ-nin iqtisadiyyatında müstəsna rol oynayacaq. Qərbi Kanadada yerləşən “Alberta Sənaye Məhəlləsi”ndə əsas diqqət kimya, neft-kimya, neft və qaz sənayelərində ən son texnologiyaların iştirakı ilə inkişafa nail olmağa və ölkə iqtisadiyyatına töhfə verməyə yönəlmişdir. Səudiyyə Ərəbistanında yerləşən “Kral Abdullahın İqtisadiyyat Şəhərciyi” isə kral Abdullah bin Əbdüləzizin meqalayihələrindən biri hesab olunur, bu sənaye şəhərciyinin ölkənin neftdən asılılığını əhəmiyyətli dərəcədə azaldacağı proqnozlaşdırılır.

Digər nəhəng sənaye parkı yenə Qərbi Kanadada yerləşən “Nisku Sənaye Parkı”dır ki, onun əsası hələ 1972-ci ildə qoyulmuşdur. Hazırda 6000 işçinin əməkdaşlıq etdiyi Sənaye Parkı ölkə iqtisadiyyatına töhfə verməkdə davam edir. ABŞ-da yerləşən “Tahoe Reno Sənaye Mərkəzi” isə ölkənin ən böyük sənaye parkıdır və burada 160-dan çox şirkət fəaliyyət göstərir. Ümumilikdə, qeyd olunan müsbət təcrübələr göstərir ki, sənaye məhəllələri (parkları) iqtisadiyyatın diversifikasiyasında özünəməxsus müsbət rol oynayırlar və onların tətbiqi ölkə iqtisadiyyatının təmərküzləşməsinin qarşısını almaqla sənayeni inkişaf etdirir.

Neftdən asılı ölkə olan Azərbaycan bu kimi təcrübələrdən necə yararlına bilər? Ümumilikdə, ölkəmizdə iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və sənayenin (qeyri-neft sektorunun) inkişaf etdirilməsində sənaye məhəllələri təcrübəsinin tətbiqi hansı dərəcədə effektiv hesab oluna bilər və cari vəziyyət nədən ibarətdir? Azərbaycan Respublikasının ali rəhbərliyi səviyyəsində də dəfələrlə vurğulandığı kimi, artıq Azərbaycan da digər həmkar dövlətləri kimi “post-neft” erasına qədəm qoymuşdur və iqtisadiyyatın diversifikasiyası və neftdən asılılığı azaltmaq üçün sənayenin inkişaf etdirilməsi zəruridir. Bu da öz növbəsində sənaye məhəllələri və parklarının salınmasını şərtləndirir. Prezidentin 2014-cü il 8 oktyabr tarixli 288 sayılı Fərmanına əsasən, sənaye məhəllələrinin fəaliyyətinin ümumi təşkili və tənzimlənməsi “Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti” adlanan Açıq Səhmdar Cəmiyyətinə həvalə edilmişdir. Sözügedən istiqamətdə Azərbaycan İnvestisiya Şirkətinin əsas fəaliyyəti sənaye məhəllələrində sənaye istehsalının, müvafiq xidmət sahələrinin təşkili üçün zəruri infrastruktur və biznes şəraitini yaratmaqdır. Sənaye məhəllələrinin fəaliyyətinin təşkil olunması, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sənaye məhəllələrində məhsul istehsal etməsi və xidmət göstərməsi üçün bir sıra stimullaşdırıcı tədbirlərin həyata keçirilməsilə bağlı təkliflər hazırlanmışdır. Bunlar torpaq sahəsi və tikililərin icarə haqqının aşağı hədlə müəyyən edilməsi, güzəştli kreditlər verilməsi, inzibati prosedurların sadələşdirilməsi, sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi üçün xidmətlərin təşkili kimi məsələləri əhatə edir.

Sənaye məhəlləsi üçün nəzərdə tutulmuş dövlət mülkiyyətində olan torpaq sahəsi idarədən təşkilatın daimi istifadəsinə o torpaq sahəsini icarəyə vermək hüququ ilə ayrılır və sadəcə sənaye məhəlləsinin fəaliyyəti məqsədi ilə istifadə edilə bilər. Sənaye məhəlləsinin ümumi ərazisində torpaqlar sənaye məhəlləsi iştirakçılarında sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə dair imzalanmış müqavilənin tarix və müddətinə uyğun olaraq icarəyə verilir. Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2014-cü il 8 oktyabr tarixli 288 sayılı Fərmanına əsasən “Sənaye məhəllələri haqqında Nümunəvi Əsasnamə”nin layihəsi hazırlanmış və təsdiq edilməsi üçün aidiyyəti üzrə təqdim edilmişdir. “Sənaye məhəllələri haqqında Nümunəvi Əsasnamə” dövlətimiz tərəfindən sənaye məhəllələrinin yaradılması, idarə olunması və onlarda sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsilə bağlı məsələlərin tənzimlənməsini əhatə edir. Ölkədə ilk sənaye məhəlləsi hesab olunan Neftçala Sənaye Məhəlləsi Prezidentin 2 fevral 2015-ci il tarixli 1012 sayılı Sərəncamı ilə yaradılmışdır. Hal-hazırda Neftçala Sənaye Məhəlləsində 9 iştirakçı-tərəf qeydiyyatdan keçmişdir. Təklif edilən layihələrin icrası məqsədi ilə 45 milyon manatdan çox investisiya ayrılmışdır. Hazırda 225 nəfər işçinin çalışdığı Sənaye Məhəlləsində rezidentlər tam gücləri ilə fəaliyyətə başladıqdan sonra 500-ə qədər işçi çalışacaqdır. Avtomobil və ehtiyat hissələrinin istehsal edilməsi layihəsi ilə bağlı olaraq, “Azevroc” MMC, “Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti” ASC və İranın “Khodra” şirkətləri arasında minik avtomobilləri və ehtiyat hissələrinin birgə istehsalatının həyata keçirilməsinə dair 21 aprel 2016-cı il tarixində Anlaşma Memorandumu imzalanmışdır və bu layihənin icrası nəticəsində istehsal olunacaq “Runna”, “Samand”, “Soren”, “SAİPA X200 (TIBA)”, “Tondar SR (Renault)”, “Peugeot”, “Dena” modeli minik avtomobillərinin həm ölkə daxilində satılması, həm də xarici ölkələrə ixrac olunması nəzərdə tutulur. Eyni zamanda Prezidentin 13 iyun 2016-cı il tarixli 2115 sayılı Sərəncamı ilə Masallı Sənaye Məhəlləsi də yaradılmışdır. Müvafiq Sərəncamla verilmiş tapşırıqların icrasına başlanılmaqla, Sənaye Məhəlləsinin tikinti işləri tam yekunlaşdırılmışdır. Masallı Sənaye Məhəlləsinə sahibkarlar böyük maraqla göstərilir və onlar tərəfindən icra edilməsi

üçün ümumi dəyəri 33 milyon manatdan çox olan 33 layihə və təklifləri (600-a yaxın iş yerinin açılmasını nəzərdə tutur) “Azərbaycan Investisiya Şirkəti”nə təqdim olunmuşdur. İlk olaraq, Sənaye Məhəlləsində ümumi dəyəri 7,1 mln. manat olan 9 layihənin icrasına başlanılması planlaşdırılır. 229 yeni iş yeri yaradılacaq ki, bu layihələrdən 4-ü mebel istehsalı, digərləri isə plastik məhsullar, metal məmulatlar, tikinti materialları, kabel istehsalı və dulusçuluq məmulatı istehsalı sahələrini əhatə edir. Ölkəmizdə sənaye məhəllələrinin yaradılması, sahibkarlıq mühitinin inkişaf etdirilməsi, kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün əlverişli investisiya mühitinin yaradılması, qeyri-neft sektorunun inkişafı və iqtisadiyyatın modernləşdirilməsi qarşıda duran prioritet vəzifələrdəndir. Prezidentin 25 iyul 2017-ci il tarixli 3127 sayılı Sərəncamı ilə Hacıqabul Sənaye Məhəlləsi yaradılmışdır. Sənaye Məhəlləsində ümumi dəyəri 44 mln. manat olan 7 layihənin icrasının nəticəsi olaraq, 870-dən çox yeni iş yerinin yaradılması planlaşdırılır. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 27 noyabr 2017-ci il tarixli, 3406 sayılı Sərəncamı ilə yaradılan Sabirabad Sənaye Məhəlləsinin təşkil edilməsi istiqamətində də işlər uğurla aparılmışdır. Belə ki, hazırda Sənaye Məhəlləsinin tikintisi məqsədilə müvafiq layihə və smeta sənədlərinin hazırlanması işləri yekunlaşmışdır.

İndi isə gəlin, hər bir sənayə məhəlləsinin portfelinə ayrı-ayrılıqda nəzər salaq. Neftçala Sənaye Məhəlləsi-Neftçala Sənaye Məhəlləsinin idarəedici təşkilatı Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində fəaliyyət göstərən “Azərbaycan Investisiya Şirkəti” Açıq Səhmdar Cəmiyyətidir. Neftçala Sənaye Məhəlləsinin ərazisi 10 hektar təşkil edir. İştirakçılar-Neftçala Sənaye Məhəlləsində hazırda 9 iştirakçı qeydiyyatdan keçmişdir: “Azevrocar” MMC Azərbaycan-İran birgə müəssisəsinin illik istehsal gücü 10 min avtomobildir. Müasir texnologiyalar, avadanlıq və mexanizmlər əsasında qurulacaq zavodda “Runna”, “Samand”, “Soren”, “Dena”, “Peugeot-206”, “Peugeot-207”, “Renault-Tondar”, “Renault-Pickup” kimi avtomobil modelləri istehsal ediləcək. Layihənin ümumi investisiya dəyəri 24 milyon manat təşkil edir. Müəssisəyə Investisiya Təşviqi Sənədi verilmişdir. Müəssisədə 300 nəfər işlə təmin ediləcək. Zavodun 2018-ci ildə istifadəyə verilməsi planlaşdırılır.

“Kəhf” MMC illik istehsal gücü 25 min ton olan balıq yemi istehsalı müəssisəsində balıq yemi ilə yanaşı, gələcəkdə mal-qara üçün və digər növ yemlərin istehsalı da nəzərdə tutulur. Müəssisənin yaradılmasına 12 milyon manat investisiya ayrılıb. İqtisadiyyat Nazirliyinin Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaiti hesabına müəssisəyə 5,9 milyon manat məbləğində güzəştli kredit ayrılıb. Müəssisəyə Investisiya Təşviqi Sənədi verilmişdir.

Xarici ölkələrdə sənaye məhəllələrinin fəaliyyətini təşkil etməklə, investorların cəlb edilməsi ilə yeni texnoloji proseslər işlənir, marketing sahəsində xidmətlər təqdim edilir, konsaltinq xidmətləri göstərilir və yeni texnoloji proseslərin hazırlanması və tətbiqi üçün əlverişli şərait yaradılır. Azərbaycanın sənaye məhəllələrinin də özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Ölkədə sənaye məhəllələri dövlət və rezidentlərin vəsaiti hesabına inşa edilmiş və özəl investorların iştirakı təmin olunmuşdur. Sənaye məhəllələrində emal müəssisələri yerləşdirilmiş və onların əsas vəzifələri rəqabət qabiliyyətli məhsulların hazırlanması, daxili və xarici bazarlara çıxarılmasından ibarətdir. Sadalanan xüsusiyyətlər sənaye məhəllələrinə və sənaye zonalarına xasdır. Sənaye məhəllələrində fəaliyyət göstərən müəssisələr bir qayda olaraq demək olar ki, bir - birilə fəaliyyət baxımından qarşılıqlı əlaqədədirlər.

**Ədəbiyyat**

1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Sənaye məhəllələrinin yaradılması və fəaliyyətinin təşkili haqqında” 288 sayılı Fərmanı (8 oktyabr , 2014-cü il)
2. “Sənaye məhəllələri haqqında Nümunəvi Əsasnamə”nin təsdiq edilməsi haqqında AR Nazirlər Kabinetinin Qərarı (13 may, 2015-ci il)
3. <http://sahibkar.economy.gov.az/index.php/sahibkarlar-n-maarifl-ndirilm-si/12-senaye-mehelleleri>

**THE ROLE OF INDUSTRIAL DISTRICTS  
IN DEVELOPMENT OF INDUSTRY IN AZERBAIJAN**

**A.A.Aliyev**

**SUMMARY**

This article stresses the importance of the role of industrial districts in the development of industry in Azerbaijan. Generalization of the issue under consideration is made and corresponding conclusions are drawn.

**РОЛЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ РАЙОНОВ  
В РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**A.A.Алиев**

**РЕЗЮМЕ**

В статье подчеркивается важность роли промышленных районов в развитии промышленности в Азербайджане. Проведено обобщение рассматриваемого вопроса и сделаны соответствующие выводы.

*Məqalə redaksiyaya 14 may 2020 tarixində daxil olmuş, 22 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 657.1

**XİDMƏT SFERASININ MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ  
MATERIAL EHTİYATLARININ UÇOTUNUN  
TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİNİN BƏZİ MƏSƏLƏLƏRİ**

**C.F.Mustafayeva**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-mail: cama\_mustafayeva@mail.ru

*Açar sözlər:* xidmət sferası, material ehtiyatları, xidmət prosesi

*Keywords:* service sector, material resources, service process

*Ключевые слова:* сфера обслуживания, материальные ресурсы, процесс услуг

Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotu müəssisənin mühasibat uçotu sistemində çox əmək tutumlu sahə olduğu üçün burada material ehtiyatlarının uçotunun həm mühasibat uçotunun, həm də maliyyə hesabatının beynəlxalq standartları tələblərinə uyğun təşkil edilməsi ciddi təciqat tələb edən məsələlərdən biridir. Xidmət müəssisəsinin təsərrüfat fəaliyyətinin ardıcıl olaraq təşkil edilməsi və istehsal prosesinin fasiləsizliyinin təmin edilməsi material ehtiyatlarının mütəmadi qaydada tədarük edilməsini, müəssisənin anbarlarında lazımi miqdarda və çeşiddə material ehtiyatlarının saxlanması, onların mövcudluğu vəziyyətinə daimi nəzarət edilməsini və xidmət prosesinin gedişinə uyğun olaraq ahəngdar qaydada istehsala buraxılmasını zəruri edir. Bütün bu proseslərdə material ehtiyatlarının mühasibat uçotunun böyük rolu vardır. Müəssisədə materialların daxil olmasının, xidmətin təşkil edilməsi proseslərinə buraxılmasının, xidmət proseslərində sərf edilməsinin, onların yerlərini dəyişməsinin mütəmadi qaydada uçotu aparılmalı, müəssisəyə gətirilən materialların kəmiyyət və çeşidlərinin xidmətin cari tələbatına uyğun olmasına, onlardan düzgün istifadə olunmasına, anbarda lazımi ehtiyat normalarına, xammalın, köməkçi materialların və sair materialların xidmət prosesinə buraxılışı normalarına düzgün riayət olunmasına nəzarət edilməlidir. Bu məsələlərdə material ehtiyatları üzrə baş vermiş təsərrüfat əməliyyatlarının düzgün sənədləşdirilməsi, materialların sintetik və analitik uçotunun aparılması və digər mühasibat uçotu informasiyaları mühüm rol oynayır.

**Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin  
tədqiqinin xarakterik xüsusiyyətləri**

Material ehtiyatlarının uçotunun tənzimlənməsi məsələləri “Mühasibat uçotu haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun tələblərindən irəli gəlir. Qanunun tələblərinə görə, müəssisənin bütün növlərdən olan aktivlərinin, öhdəliklərinin və kapitalının uçotu bu Qanun əsasında qəbul edilmiş mühasibat uçotu standartları üzrə təşkil olunur (1). Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin bir çox iqtisadçı alimlər tərəfindən tədqiq edilməsinə baxmayaraq, mühasibat uçotunun bu vacib və əhəmiyyətli sahəsi mühasibat uçotu və maliyyə hesabatının beynəlxalq standartlarının tələbləri kontekstində

kifayət qədər araşdırılmamışdır. Digər bir tərəfdən mühasibat uçotu elminin maliyyə uçotu və idarəetmə uçotu kimi iki istiqamətə bölünməsi material ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin də daha geniş anlamda tədqiq edilməsini gündəmə gətirmişdir. Bu nöqteyi-nəzərdən material ehtiyatlarının uçotunun maliyyə aspektləri və idarəetmə aspektləri həm ayrı-ayrılıqda olmaqla, həm də bir-biri ilə sıx qarşılıqlı əlaqədə tədqiq edilməlidir.

Müəssisənin ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin tədqiqi bir çox iqtisadçı alimlərin əsərlərində yer almışdır. İstər material ehtiyatları olsun, istərsə də mal ehtiyatları, istehsal ehtiyatlarının digər növləri, müəssisənin aktivlərinin əhəmiyyətli xüsusi çəkiyə malik olan hissəsini təşkil edir. Material ehtiyatlarının uçotunun bu və ya digər özünəməxsus xüsusiyyətlərinin tədqiqi Azərbaycanın bir sıra məşhur iqtisadçı alimlərinin əsərlərində əks etdirilmişdir. Bunlardan Ş.Ə.Səmədzadə, Q.Ə.Abbasov, S.M.Səbzəliyev, E.O.Cəfərov, Ə.S.Salahov, S.M.Qasimov, S.M.Süleymanov, V.M.Quliyev, A.R.Kərimov və başqalarının əsərlərini göstərmək olar. Xarici ölkə alimlərindən T.N.Babçenko, Y.N.Qalanina, V.F.Paliy, Y.V.Sokolov, V.V.Kaçalin, Kondrakov N.P., E.P.Kozlova, V.M. Matveyeva, N.A.Naumova, Ç.T.Xornqren, D.Foster və başqalarını göstərmək lazımdır. Bunlarla yanaşı, xidmət müəssisələrində müasir mühasibat uçotu və maliyyə hesabatının beynəlxalq standartlarının tətbiq olunması şəraitində material ehtiyatlarının uçotu məsələlərinin heç də bütün elementləri kifayət qədər tədqiq olunmamışdır. Ona görə də xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun təkmilləşdirilməsi məsələlərinin bir daha tədqiq olunmasına ehtiyac duyulur.

### **Material ehtiyatlarının uçotuna dair beynəlxalq standartların tələbləri**

Müasir dövrdə xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun vacib həlledici məsələləri “Ehtiyatlar” adlı 2 №-li Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartı ilə tənzimlənir. Bu Standartın məqsədi müəssisədə ehtiyatların uçotu qaydalarının müəyyən edilməsindən ibarətdir. Standartın 1-ci maddəsində göstərilir ki, ehtiyatların uçotunda əsas məsələ, onlara çəkilən məsrəflərin aktiv kimi tanınmalı olan və gələcək dövrlərdə onların satışnadək aktiv kimi saxlanılan dəyərinin müəyyən edilməsidir. Standart ehtiyatlara çəkilən məsrəflərin mümkün xalis satış dəyərinə qədər azaldılması hallarını müəyyənləşdirərək, ehtiyatların ilkin dəyərinin müəyyənləşdirilməsi üçün istifadə edilən hesablama üsullarına dair göstərişləri özündə əks etdirir (2).

Material ehtiyatlarına münasibətdə “aktiv kimi tanınmalı olan dəyər” dedikdə, material qismində tanınan aktivlərin tədarükü, malsatan hüquqi və fiziki şəxslərdən satın alınması, daşınb gətirilməsi, saxlanması, komplektləşdirilməsi, çeşidlənməsi və istehsala Xidmət prosesinə) buraxılmasınadək baş verən bütün xərclərin məcmu məbləği başa düşülür. Fiziki cəhətdən və özünün xarici görkəminə görə ehtiyatların digər növlərinə, məsələn, mal ehtiyatlarına bənzədiyinə, lakin iqtisadi xassələrinə görə fərqli bir aktiv növü olduğu üçün material ehtiyatlarının standart xarakterli müəyyənləşdirici əlamətlərində də bir çox özünəməxsus fərqləndirici yanaşmalar mövcud olacaqdır. Standartda önəmli yer almış “gələcək dövrlərdə onların satışnadək aktiv kimi saxlanılan dəyəri” ifadəsi material ehtiyatlarına münasibətdə bir anlamda, mal ehtiyatlarına münasibətdə isə başqa bir anlamda təzahür edə bilər. Belə ki, material ehtiyatları satış üçün deyil, məhsul istehsalı üçün nəzərdə tutulduğu halda, mal ehtiyatları birbaşa satış məqsədi üçün saxlanılır. Son mərhələdə hər iki ehtiyat növünün satış prosesindən keçməklə pul aktivinə çevrilməsinə baxma-



yaraq, material ehtiyatları pul aktivlərinə çevrilənədək, mal ehtiyatlarına nisbətə daha uzun yol qət etməli olur. O, satış mərhələsini keçməzdən əvvəl xidmətin yerinə yetirilməsi proseslərində iştirak edərək, bu prosesləri keçməli, burada göstərilən xidmətin dəyərinin tərkibində satış üçün yararlı olan vəziyyətə gətirilərək, öz dəyərini göstərilən xidmətin dəyəri ilə birləşdirməli və yalnız bundan sonra satış mərhələsinə daxil olmalıdır. Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının pul aktivinə çevrilməsi prosesində daha uzun yol qət etməsi müəssisənin praktik təsərrüfat fəaliyyətində daha ciddi şəkildə nəzərə çarpır ki, bu da onların uçotu məsələlərinin bir sıra özünəməxsus xarakterik xüsusiyyətlərini şərtləndirir. Belə xüsusiyyətlərdən bir çoxu müəssisədə mövcud olan material ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi ilə əlaqədardır. Çünki material ehtiyatlarına aid olan və Standartda verilmiş “gələcək dövrlərdə onların satışınadək aktiv kimi saxlanılan dəyəri” ifadəsi ilə qəbul edilən dəyərin tanınması prosesi həmin ehtiyatların qiymətləndirilməsi vasitəsi ilə yerinə yetirilir.

Qiymətləndirmənin iqtisadi məzmunu tam bir prosesi ifadə etməklə, mühasibat uçotunun müstəqil xarakterə malik olan, özünün bir sıra nəzəri və praktiki xüsusiyyətləri ilə fərqlənən bir metodu kimi məşhurdur. Ehtiyatların qiymətləndirilməsi məsələləri 2 №-li Standartda özünəməxsus yer almışdır. Burada göstərilir ki, ehtiyatlar müəssisənin maliyyə hesabatında real dəyərlə əks etdirilmək üçün onlar mühasibat uçotunda mümkün xalis satış dəyəri ilə qiymətləndirilməlidir. Ehtiyatların mümkün xalis satış dəyərinin məzmunu Standartda belə ifadə olunmuşdur: “Mümkün xalis satış dəyəri – müəssisənin işinin normal gedişatı zaman nəzərdə tutulmuş satış qiymətindən işin tamamlanmasına çəkilməsi ehtimal edilən xərclər və satışın həyata keçirilməsi üçün ehtimal edilən xərclər çıxıldıqdan sonra qalan məbləğdir” (2).

Peşəkar mühasib proqramının fundamental səviyyəsinə aid olan “Maliyyə uçotu” dərslində (F3, proqramın 3-cü fənni) ehtiyatların mümkün xalis satış dəyərinin məzmunu aşağıdakı məzmununda verilir: “Mümkün xalis satış dəyəri dedikdə, müəssisənin gündəlik fəaliyyəti ilə bağlı gözlənilən satış qiyməti ilə bu satışın həyata keçməsi ilə əlaqədar çəkilən, gözlənilən tamamlama və digər birbaşa xərclərin fərqi bərabər olan dəyər nəzərdə tutulur” (3, s.182).

Bizim fikrimizcə, ehtiyatların mümkün xalis satış dəyərinin burada verilmiş məzmununa aid mənbələrin hər ikisində eyni yanaşma olsa da, onların təqdimatı tərzində müəyyən fərqli xüsusiyyətlər də nəzərə çarpır ki, bu da mühasibat uçotunda ayrıca bir ehtiyat növü kimi yer almış material ehtiyatlarına münasibətdə əhəmiyyətli ola bilər.

Material ehtiyatlarına münasibətdə mümkün xalis satış dəyəri və ədalətli dəyər kimi ifadə edilən dəyər növləri də müəyyən özəlliklərə malik ola bilər. Standartın ifadə tərzində istehsal proseslərindəki ehtiyatlardan daha çox xidmət və ticarət proseslərindəki ehtiyatlara yaxındır, lakin son nəticədə bu iki sferanın hər birinin yekun nəticəsi eyniləşdirilir. Məsələn, biz sənaye müəssisələrində mövcud olan material ehtiyatlarından söz açarkən, ilk növbədə onların satışı haqqında deyil, istehsala buraxılması və istehsal proseslərini keçərək, bu proseslərdən çıxan hazır məhsulun dəyərinin tərkibində təcəssüm etməsi barəsində düşünürük. Standartda isə ehtiyatların satışı zamanı meydana çıxan dəyərdən söhbət gedir. Qeyd edilir ki, ehtiyatların mümkün xalis satış dəyəri müəssisənin işinin normal gedişatı zamanı ehtiyatların satışı nəticəsində əldə edilməsi ehtimal edilən xalis məbləğdir. Həmçinin, ehtiyatların ədalətli dəyəri ölçülmə tarixinə bazar iştirakçıları arasında həmin mal-material ehtiyatlarının onların əsas bazarında normal şərtlər çərçivəsində satıla biləcək qiymətini əks etdirir. Sözü gedən anlayışlardan birincisinin müəssisəyə

xas olan dəyər olduğu, digərinin isə müəssisəyə xas olmadığı qeyd edilir və göstərilir ki, ehtiyatların mümkün xalis satış dəyəri satış xərcləri çıxılmaqla, ədalətli dəyərə bərabər olmaya bilər. Eyni zamanda göstərilir ki, ehtiyatlar mövcud olan iki dəyərdən ən aşağı dəyərlə qiymətləndirilməlidir: ilkin dəyər və ya mümkün xalis satış dəyəri. Bütün bunlar material ehtiyatlarının qiymətləndirilməsinə birbaşa təsir edən standart yanaşmalardır.

Standartın 25-ci maddəsində qeyd edilir ki, ehtiyatların ilkin dəyəri “ilk mədaxil – ilk məxaric” (FIFO) və ya orta çəkili dəyər düsturu əsasında hesablanıla bilər. Müəssisə, ehtiyatların ilkin dəyərinin hesablanması tətbiq etdiyi eyni düsturu xüsusiyyəti və istifadə edilməsi baxımından eyni olan bütün ehtiyatlara tətbiq etməlidir. Müxtəlif xüsusiyyətlərə malik olan və müəssisə tərəfindən müxtəlif cür istifadə edilən ehtiyatların ilkin dəyərini hesablamaq məqsədilə müxtəlif üsullardan istifadə edilə bilər. Göründüyü kimi, ehtiyatların ilkin dəyərinin hesablanması metodları sırasında LIFO metodu kimi tanınan “son mədaxil – ilk məxaric” metodu Standartda göstərilməmişdir. Bu isə o deməkdir ki, müasir dövrdə müəssisənin praktik təsərrüfat fəaliyyətində “son mədaxil – ilk məxaric” metodunun (LIFO) tətbiq edilməsi halı Mühəsibat Uçotunun Beynəlxalq Standartları tərəfindən dəstəklənmir və onların tələblərinə uyğun deyildir. Ehtiyatların digər növləri kimi, material ehtiyatları da FIFO metoduna əsasən qiymətləndirilməlidir. Bu metodun mahiyyətinə görə hesabat dövrünün əvvəlində əldə olunmuş ehtiyat vahidlərinin və hesabat dövrünün sonunda ehtiyatda qalan vahidlərin müvafiq olaraq, satılması və istehsal edilməsi və ya əldə olunması nəzərdə tutulur. Material ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi üçün Standartın icazə verdiyi digər bir qiymətləndirmə metodu orta çəkili dəyər metodudur. Orta çəkili dəyər metodunun istifadəsi zamanı hər bir vahidin dəyəri hesabat dövrünün əvvəlinə mövcud olan analoji vahidlərin orta dəyəri və hesabat dövrü ərzində alınmış və ya istehsal edilmiş analoji vahidlərin dəyəri əsasında müəyyənləşdirilir. Orta rəqəm müəssisənin iş şəraitindən asılı olaraq, vaxtaşırı və ya hər növbəti tədarük alındıqca hesablanıla bilər (2).

### **Material ehtiyatlarının uçotuna aid edilən əməliyyatların sənədləşdirilməsi**

Material ehtiyatlarının müəssisəyə daxil olması əməliyyatları malsatan müəssisənin yazmış olduğu hesab-fakturada əks olunur. Hesab-fakturaya daxil olan materialların spesifikasiyası (spesifika bir şeyin dəqiqləşdirilmiş təsnifatı deməkdir), dəmir yolunun qaiməsi, avtomobil daşımaları zamanı mal-nəqliyyat qaiməsi və digər bu kimi sənədlər əlavə edilir. Müəssisəyə daxil olan material ehtiyatları onların saxlanması cavabdeh olan maddi-məsul şəxslər (material anbarının müdiri, sahə rəisi, sex nümayəndəsi, baş usta və digərləri) tərəfindən sayılır, ölçülür, çəkilir və qəbul edilir. Material ehtiyatları qəbul edildikdən sonra onları qəbul edən maddi-məsul şəxslər tərəfindən mədaxil qaimələri, qəbul aktları və digər bu kimi sənədlər tərtib edilir. Material ehtiyatlarının daxil olmasını əks etdirən hesab-fakturada və mədaxil sənədlərində materialların adı, ölçü vahidi, miqdarı, qiyməti və məbləği göstərilir.

Material ehtiyatları anbara təkcə malsatanlardan deyil, həm də təhtəhsab şəxslərdən (məsələn, təsərrüfat və dəftərxana malları), eləcə də müəssisənin öz ehtiyacı üçün alətlər, xüsusi ştamplar, qəliblər, qurğular hazırlayan köməkçi istehsalatından da daxil olurlar.

Material ehtiyatlarının malsatan müəssisələrdən tədarük edilməsi və müəssisəyə mədaxil edilməsi bir sıra ardıcıl sənədləşdirmə prosesinin yerinə yetirilməsi ilə müşayiət olu-

nur. Xidmət müəssisəsinə malsatan müəssisələr tərəfindən göndərilmiş material ehtiyatlarına aid malsatan müəssisə ödəniş tələbnamələri yazır, onlara materialların göndərilməsini təsdiqləyən hesab-fakturaları əlavə edərək, bu sənədləri ödəniş etmək üçün banka verir və eyni zamanda poçt ilə müəssisənin ünvanına göndərirlər. Ödəniş tələbnamələri qeydiyyatdan keçirildikdən sonra daxili nömrə ilə qeydiyyata alınır və ödəmək üçün müəssisənin mühasibatına verilir, hesab-faktura, qəbz və mal-material qaimələri isə yükləri almaq və çatdırmaq üçün logistika və ekspedisiya şöbəsinə verilir və sonra müəssisənin mühasibatı malsatanlarla hesablaşma aparır. Material ehtiyatlarının anbardan xidmət sahələrinə və istehsalata buraxılması əməliyyatları limit-zabor kartları, aktlar, tələbnamələr, qaimə-tələbnamələr, komplektləşdirmə cədvəlləri, biçim kartları və digər bu kimi sənədlər tərtib etməklə rəsmiləşdirilir. Burada dövrü olaraq lazım olan (təsərrüfat ehtiyaclarına, cari təmirə və başqa məqsədlərə) və yaxud müəyyən edilmiş limitdən artıq olan materialların buraxılışı iki nüsxədən ibarət tələbnamənin yazılması ilə sənədləşdirilir. Material ehtiyatlarının müəssisə daxilində hərəkətini, bir maddi-məsul şəxsdən digərinə verilməsini və kənar təşkilatlara buraxılmasını sənədləşdirmək üçün iki nüsxədən ibarət qaimə-tələbnamə tətbiq edilir. Bu sənədlər maddi-məsul şəxslərin hesabatlarına əlavə edilərək, müəssisənin mühasibat şöbəsinə təhvil verilir. Həmin sənədlərin əsasında isə material ehtiyatlarının həm sintetik, həm də analitik uçotu prosesləri təşkil edilir. Xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının idarəetmə uçotu prosesləri də eyni sənədlərdən istifadə etməklə yerinə yetirilir. Bu isə göstərir ki, material ehtiyatlarının həm maliyyə uçotu, həm də idarəetmə uçotu eyni sənədlərdə əks etdirilmiş informasiyalar əsasında aparılır.

### **Material ehtiyatlarının uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğunlaşdırılması**

Xidmət müəssisələrində müştəri və alıcılara xidmətin göstərilməsi prosesləri material ehtiyatlarının istifadə edilməsi ilə sıx bağlıdır. Xidmət proseslərində materialların istifadə edilməsinin əlverişli uçotunu aparmaq və onların sərf edilməsi üzərində nəzarəti səmərəli təşkil etmək məqsədi ilə, eləcə də xidmət nomenklaturasının xarakterik xüsusiyyətlərinə uyğun olan geniş çeşiddə material ehtiyatlarının mövcud olması ilə əlaqədar olaraq, burada material ehtiyatlarının iriləşdirilmiş iqtisadi təsnifatına uyğun olan ledcer hesablarından istifadə edilməsi məqsədəuyğundur. Bizim fikrimizcə, xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotu proseslərinin Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartlarının tələblərinə uyğun yerinə yetirilməsi üçün müəssisədə “Material ehtiyatları” adlanan ledcer hesabı yaradılmalıdır. Material ehtiyatlarının müəssisəyə daxil olmasına dair bütün təsərrüfat əməliyyatları bu ledcer hesabının debetinə, xidmətin göstərilməsi proseslərinə buraxılması və digər məxaricinə aid olan əməliyyatlar isə kreditinə yazılmalıdır. Bununla yanaşı, bizim fikrimizcə, müasir dövrdə xidmət müəssisələrində mövcud olan material ehtiyatlarının mühasibat uçotunda optimal və dəqiq şəkildə əks etdirilməsi üçün “Material ehtiyatları” adlanan əsas ledcer hesabının tərkibində aşağıdakı təsnifat qruplarına uyğun olan alt-ledcer hesablarının, yəni subhesabların yaradılması məqsədəuyğundur:

1. Xammal və materiallar;
2. Satın alınmış yarımfabrikatlar, komplektləşdirici məmulatlar, konstruksiya və hissələr;
3. Kənara emala verilmiş xammal və materiallar;

4. Sosial-mədəni təyinatlı müəssisələrdə olan məhsullar;
5. Tikinti materialları;
6. Təxum və yem;
7. Yanacaq;
8. Ehtiyat hissələri;
9. Sair materiallar.

Bununla yanaşı, xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının mühasibat uçotunda tədarük və istifadə prosesləri ilə kompakt şəkildə əks etdirilməsi üçün “Malsatan və podratçılara qısamüddətli kreditör borcları” ledcer hesabının, “Təhtəhesab məbləğlər” ledcer hesabının və “Xidmət prosesinə məsrəflər” ledcer hesabının da yaradılması vacib hesab edilir. Müəssisədə material ehtiyatlarının tədarüku və xidmətin göstərilməsi proseslərinə buraxılması prosesləri bu ledcer hesablarında əks etdirilir. Malsatan müəssisələrdən material ehtiyatlarının xidmət müəssisəsinə daxil olması və eyni zamanda onun material anbarına mədaxil edilməsi əməliyyatlarının “Material ehtiyatları” ledcer hesabının debetində və “Malsatan və podratçılara qısamüddətli kreditör borcları” ledcer hesabının kreditində əks etdirilməsi, təhtəhesab şəxslər vasitəsilə alınmış materialların anbara mədaxil edilməsi əməliyyatlarının isə “Material ehtiyatları” ledcer hesabının debetində və “Təhtəhesab məbləğlər” ledcer hesabının kreditində əks etdirilməsi məqsədəuyğun hesab edilir. Bu şəraitdə materialların xidmətin göstərilməsi proseslərinə buraxılması və sərf edilməsi əməliyyatları “Xidmət prosesinə məsrəflər” ledcer hesabının debetində və “Material ehtiyatları” ledcer hesabının kreditində, onların müəssisənin daxilində bir maddi-məsul şəxsdən digərinə buraxılması əməliyyatları isə “Material ehtiyatları” ledcer hesabının həm debetində həm də kreditində əks etdiriləcəkdir. Burada göstərilən ledcer hesablarının yaradılması və onların material ehtiyatlarının uçotunda istifadə edilməsi məsələləri müəssisənin uçot siyasəti haqqında əsasnaməsində rəsmi şəkildə qeyd edilməlidir. Müəssisənin uçot siyasətinin bu hissəsinin məzmunu “Ehtiyatlar” adlı 2№-li Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartının tələbləri çərçivəsində formalaşdırılmalıdır.

Beləliklə, xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunda beynəlxalq standartların tələblərinin nəzərə alınması ehtiyatların digər növlərinə nisbətə bir sıra özünəməxsus xüsusiyyətlərə malik olsa da, son nəticədə maliyyə hesabatı informasiyalarının formalaşdırılmasına xidmət edir və onların müəssisədə düzgün tətbiq edilməsi mühasibat uçotunun təkmilləşdirilməsini təmin edir. Ona görə də ölkəmizdə mühasibat uçotunun beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun şəkildə inkişaf etdirilməsi üçün bütün xidmət müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun müasir standartların tələbləri çərçivəsində aparılmasını və həmin tələblərin diqqətlə öyrənilərək, uçot proseslərində tətbiq edilməsini təklif edirik.

#### **Ədəbiyyat**

1. “Mühasibat uçotu haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu. Bakı, 2004
2. “Ehtiyatlar” adlı 2 nömrəli Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartı. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin internet saytı. [www.maliyye.gov.az](http://www.maliyye.gov.az).
3. Maliyyə uçotu. Peşəkar mühasib proqramı. Fundamental səviyyə, 3-cü fənn. “Get Through Guides Limited UK” şirkəti tərəfindən tərtib olunmuş və ACCA (The Association of Chartered Certified Accountants) tərəfindən tövsiyə olunmuş tədris vəsaiti. METM tərəfindən ingilis dilindən tərcümə. Bakı-2013, 680 səh.

**SOME ISSUES OF IMPROVEMENT OF MATERIAL RESOURCE  
ACCOUNTING AT ENTERPRISES OF SERVICE SECTOR**

**J.F.Mustafayeva**

**SUMMARY**

This work considers important issues of accounting of material resources in the enterprises of service sector. Suggestions are made to improve the situation in this field.

**НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА  
МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ**

**Дж.Ф.Мустафаева**

**РЕЗЮМЕ**

В статье рассматривается ряд важных вопросов совершенствования учета материальных ресурсов на предприятиях сферы услуг. Представлены предложения по улучшению состояния дел в этой сфере.

*Məqalə redaksiyaya 20 may 2020 tarixində daxil olmuş, 23 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

**AQRAR SAHƏDƏ ƏSAS MALİYYƏ MƏNBƏLƏRİ  
VƏ BU SFERADA BANKLARIN ROLU**

**A.Y.Sultanova**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-mail: aydan8200@gmail.com

*Açar sözlər:* aqrar, kredit, subsidiya, bank işi, maliyyə

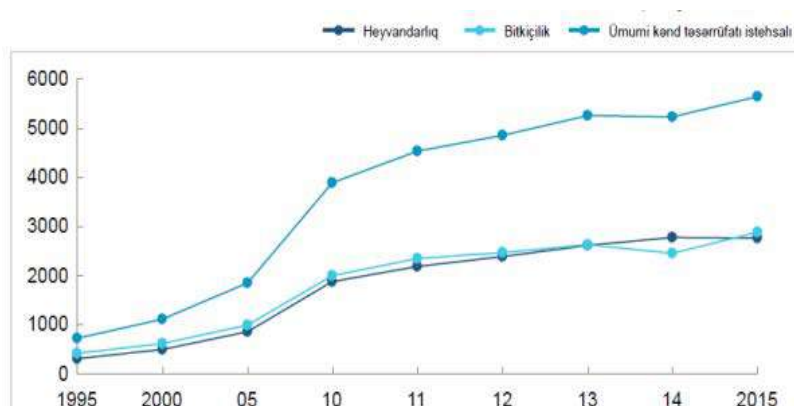
*Keywords:* agrarian, credit, subsidy, banking, finance

*Ключевые слова:* аграрный, кредит, субсидии, банковское дело, финансы

Aqrar sektor, xüsusilə də kənd təsərrüfatı sahəsi əhalinin ərzaq məhsullarına olan tələbatını və bir sıra sənaye sahələrinin xammala olan ehtiyacını ödəyir. İqtisadiyyatın bir çox sahələrinin inkişafı aqrar sahənin inkişaf səviyyəsindən müəyyən dərəcədə asılıdır. Bildiyimiz kimi, iqtisadiyyatın bir çox sahələri bir-biri ilə əlaqəli və qarşılıqlı sistem əsasında fəaliyyət göstərir. Bir sahənin inkişafında baş verən ləngimələr və ya geriləmələr digər sahələrin inkişafına da müəyyən təsir göstərir.

Ölkəmizdə neftin qiymətindəki qeyri-sabitlik və devalvasiyadan sonra qeyri-neft sektoruna dövlət dəstəyi və diqqəti artmışdır. Aqrar sahənin inkişafı üçün mühüm addımlar atılmış və qərarlar qəbul olunmuşdur. Aqrar sektorda fərqli islahat və təşviq proqramlarının həyata keçirilməsi ilə əvvəlcə kənd təsərrüfatı məhsullarına daxili tələbatı təmin etmək, səmərəliliyi artırmaq, sektorda elmi yanaşmalar tətbiq etmək və ixrac imkanlarını genişləndirmək əsas hədəflər kimi müəyyən olunmuşdur. Hal-hazırda aqrar sahənin kreditləşdirilməsi, fermerlərə ayrılan vəsaitlərin əlçatan olması istiqamətində mühüm islahatlar aparılır. Banklar əsasən aqrar sahənin kreditləşməsində dövlət və fermer arasında vasitəçi rolunda çıxış edir.

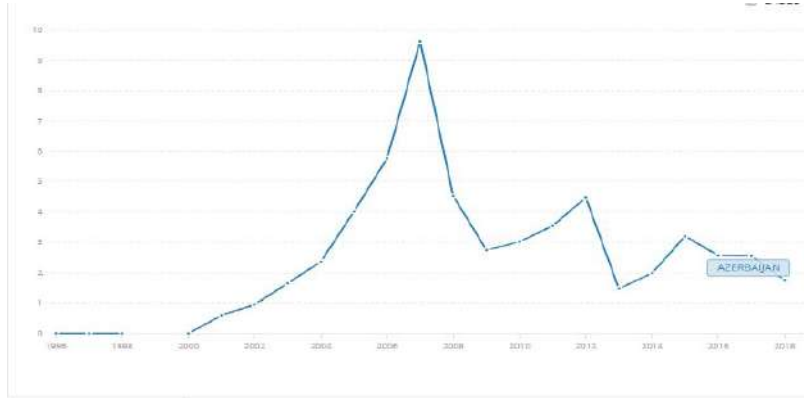
**Qrafik 1: İllər üzrə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal həcmi**



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi (<https://www.stat.gov.az/>)

Aqrar sektorun maliyyələşmə növlərindən biri olan investisiyalar dolayı xarici investisiyalar (portfel investisiyaları) və birbaşa xarici investisiyalar (real investisiyalar) şəklində ikiye ayrılır. Dünya ölkələri arasında investisiyaların cəlb edilməsi üzrə daim rəqabət aparılır. Aşağıdakı qrafikdə illər üzrə investisiyaların həcmi qeyd olunmuşdur:

**Qrafik 2: Azərbaycana birbaşa xarici investisiyaların həcmi**



**Mənbə:** Dünya Bankı (<https://data.worldbank.org/>)

Dünya təcrübəsində aqrar sektorun müxtəlif maliyyələşmə üsulları fərqləndirilir. Bu üsullar aşağıda qeyd olunmuşdur:

- Kredit;
- Lizinq;
- Faktoring;
- Fyuçers;
- Opcion;
- İslam Bankçılığı ilə maliyyələşmə;
- Digər qiymətli kağızlarla maliyyələşmə.

Aqrar kredit üçün banka müraciət etmiş müştəriyə kreditin formalarından hansı daha uyğundursa, onu təklif edə bilər. Verilmiş bütün kreditlər üçün kreditin ödənilməsi riski mövcuddur. Bu riski minimallaşdırmaq üçün kreditin məqsədi, təyinatı üzrə istifadə olunması, müştərinin maliyyə vəziyyətinə uyğun müddəti düzgün şəkildə təyin olunmalıdır. Bundan başqa kreditlər təminatlı və təminatsız olmaqla iki hissəyə ayrılır. Kənd təsərrüfatı kreditləri, kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan şəxslərə və şirkətlərə verilir. İnkişaf etmiş əksər ölkələrdə kənd təsərrüfatı müəssisələrinin, fermerlərin, ailə təsərrüfatlarının maliyyələşməsi üçün ixtisaslaşmış banklar yaradılmışdır. Həmin banklar digər banklar kimi bank əməliyyatlarını icra etsələr də, əsas istiqamət kənd təsərrüfatının maliyyələşməsi olur.

Aqrar sektorun maliyyələşdirilməsi prosesində kreditlə yanaşı lizinqdən də geniş istifadə olunur. Lizinq hər hansı bir avadanlığın ya da əmlakın lizinq şirkəti tərəfindən alınaraq, lizinqalana müəyyən müddətə və şərtlərlə icarəyə verilməsidir. Avadanlıq və ya əmlak müqavilə müddəti bitdikdən sonra lizinq şirkətinin razılığı ilə, həmçinin qalıq dəyəri ödənilməklə lizinqalananın mülkiyyətinə keçir. İcarə müddəti əmlakın tam amortizasiya müddəti ilə müəyyən olunur, bu müddətə bərabər və ya ondan az olmalıdır. Lizinq özündə bank kreditini, icarəni və investisiya elementlərini birləşdirir. Lizinqin 3 əsas tərəfi vardır:

- **Lizinq alan**
- **Lizinq verən**
- **Satıcı**

Lizinq verən əmlakında olan və ya əldə etdiyi lizinq obyektini müqavilə əsasında, müəyyən müddətə və şərtlərlə verən fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Lizinq alan-lizinq obyektini lizinq verəndən müqavilə əsasında müəyyən müddətə və şərtlərlə alan fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Hüquqi və ya fiziki şəxs tərəfindən lizinq obyektini lizinq verənə satan şəxs satıcı adlanır. Azərbaycanda kənd təsərrüfatının lizinq yolu ilə maliyyələşməsi və zəruri avadanlıqlarla təminatını “Agrolizinq” ASC həyata keçirir.

Azərbaycanda geniş yayılmasa da, dünya praktikasında ödəniş üsulları arasında faktoring əməliyyatları geniş yayılmışdır. Faktoring ingilis dilindən tərcümədə “vasitəçi” mənasındadır. Faktoring deyildikdə pul tələbinin güzəşt edilməsi ilə maliyyələşdirilən müqavilə nəzərdə tutulur (Sadıqov E.M., 2010).

Sadə dildə desək, faktoring borcun müştəridən faktora keçməsidir. Faktoring qısamüddətli ödənişlərdə 180 günə qədər olan hallarda tətbiq olunur. Faktoring əməliyyatının mahiyyəti odur ki, müştəri (alıcı) ilə razılaşaraq satıcı malı müştəriyə nişə göndərir, bundan sonra satıcı faktoring şirkəti ilə müqavilə bağlayaraq, göndərdiyi malın qaiməsini faktoring şirkətinə təqdim edir. Faktoring şirkəti adətən malın pulunun 80%-ni satıcıya dərhal ödəyir, qalan hissəni isə müştəri ilə əlaqə saxlayıb dəqiqləşdirdikdən sonra ödəyir.

Fyuçers - əvvəlcədən müəyyən olunmuş müddətə və qiymətə hər hansı malın alınib-satılmasını müəyyən edən müqavilə formasıdır (Ataşov B.X., 2016).

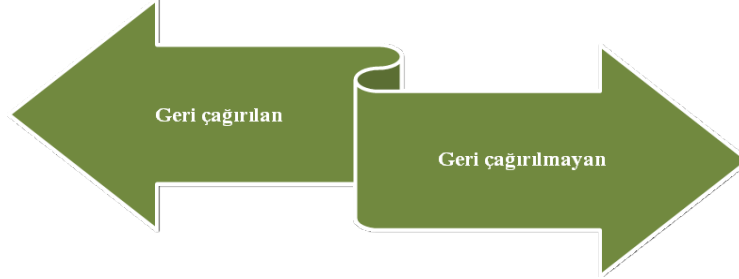
Opsion - latın dilindən tərcümədə “seçim” mənasını verir. Opsion-əvvəlcədən müəyyən olunan şərtlərlə alqı-satqı hüququnu təsdiq edən müqavilə formasıdır. Amerika və Avropa opsiyonları bir birindən yerinə yetirilməsi vaxtına görə fərqlənir. Fyuçers və opsiyonlar hər ikisi törəmə maliyyə alətləridir, dünya təcrübəsində aqrar sektorda tətbiq olunan müqavilə formalarıdır.

Adi kreditlərdən fərqli olaraq, faizsiz verilən kreditlər də mövcuddur. Faizsiz kreditlər İslam Bankçılığı tərəfindən verilir. İslam Bankçılığı ilə adi bankçılığın müəyyən fərqləri vardır. Belə ki, birmənalı olaraq faiz qavramı qadağan olunur və bütün alqı-satqı və kirayə əməliyyatları yalnız real aktivlərə əsaslanır. İslam bankçılığında bütün əməliyyatlar şəffaflıq və açıqlıq prinsipinə əsaslanır. Tütün və spirtli içkilər, şəriətə zidd olan digər məhsulların maliyyələşdirilməsinə icazə verilmir. Kreditlə yanaşı, depozit və digər müxtəlif üsullarla faiz götürmək də İslam Bankçılığının qaydalarına ziddir. İslam bankçılığı İslam ölkələri ilə yanaşı digər qərb ölkələrində də yayılmışdır.

Aqrar sahənin ödəniş üsullarından bəhs edərkən, kreditin mahiyyətinə yaxın olan akkreditiv ödəniş formasından qeyd etmək lazımdır. Akkreditivin mahiyyəti sadə dildə desək, alıcı və satıcının bir birinə yad olması və inamsızlığı səbəbindən yaranır. Alıcı bank satıcı banka malın, xidmətin işin görülməsindən sonra ödənişin olunması tapşırığını verir. Akkreditivdən hər hansı bir müəssisə ilə ödənişlərin aparılması üçün istifadə olunur. Akkreditivin 2 forması var:



**Şəkil 1: Akkreditivin formaları**



Mənbə: müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Benefisiar müştəriyə əvvəlcədən məlumat vermədən emitent bank tərəfindən dəyişdirilə və ya ləğv edilə bilən akkreditiv geri çağırılındır. Bu zaman emitent bankın benefisiar müştəri qarşısında öhdəliyi olmur. Akkreditiv vəsait alanın razılığı olmadan dəyişdirilə, ləğv oluna bilmirsə, bu geri çağırılmayan akkreditivdir (Bəşirov R.A., 2016).

Ölkəmiz hal-hazırda Covid-19 pandemiyasından zərər çəkən ölkələr siyahısındadır, ölkə iqtisadiyyatına böyük geriləmələrə və insan itkilərinə səbəb olan virus şəraitində insanların ərzaq məhsullarına olan tələbatı daha da artmışdır.

Pandemiya dövrü ərzində insanların digər məhsullara olan tələbi azalmış, ərzaq və tibbi tələbatları artmışdır. Pandemiyanın insanların sağlamlığına vurduğu zərərlə yanaşı, iqtisadiyyata vurduğu zərər də böyük həcmdədir. Bu zərərlər bankların fəaliyyətində də hiss olunur. Covid-19 pandemiyasının ardından iqtisadiyyatda durğunluq yarana, iqtisadi artım zəifləyə bilər. Ola bilər ki, pandemiya sonrası aqrar fəaliyyətlə məşğul olmaq istəyən sahibkarların sayı çoxalacaq və dövlətin bu sahəyə qayğısı daha da artacaqdır. Bu baxımdan da aqrar məhsulları istehsal edən müəssisələrin və fermerlərin stimullaşdırılması və dəstəklənməsi olduqca vacibdir. Xaricdən idxal olunan məhsullar yerli malların bazarda alışına mənfi təsir edir, həmçinin pandemiya ilə bağlı olaraq virusun daha da yayılmasına gətirib çıxara bilər. Bu kimi səbəblərdən dolayı aqrar sektorun maliyyələşmə mənbələrinin genişlənməsi, əlçatan olması bütün dünya ölkələri üçün zəruri məsələlərdən biridir.

### **Ədəbiyyat**

1. Ataşov B.X. (2016) "Maliyyə bazarları". Bakı, "Kooperasiya Universiteti" nəşriyyatı, səh. 456
2. Bəşirov R.A. (2016) "Bank işi". Bakı, "Elm" nəşriyyatı, səh. 117
3. Sadıqov E.M. (2010) "Bank əməliyyatları". Bakı, "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, səh. 212
4. Stat.gov.az - Statistika Komitəsinin veb ünvanı
5. Worldbank.org - Dünya Bankının veb ünvanı

**MAIN SOURCES OF FINANCE IN THE AGRICULTURAL SECTOR  
AND THE ROLE OF BANKS IN THIS FIELD**

**A. Y. Sultanova**

**SUMMARY**

Modern and non-traditional sources of funding in agricultural sector are identified in this article. The results obtained can be useful for beginning farmers and agricultural entrepreneurs.

**ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСОВ  
В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ И РОЛЬ БАНКОВ В ЭТОЙ СФЕРЕ**

**А.Я.Султанова**

**РЕЗЮМЕ**

В статье выявлены современные и нетрадиционные источники финансирования в сельском хозяйстве. Результаты, изложенные в статье, могут быть полезны для начинающих фермеров и сельскохозяйственных предпринимателей.

*Məqalə redaksiyaya 14 may 2020 tarixində daxil olmuş, 24 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## SÜNİ İNTELLEKT VƏ ONUN MARKETİNQDƏ TƏTBİQİ

**Ş.E.Ələfsərli**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, Abbas Səhhət küçəsi 45 a  
e-mail: shamxal9423@gmail.com

*Açar sözlər:* süni intellekt, insan zəkası, rəqəmsal marketing

*Keywords:* artificial intelligence, human intelligence, digital marketing

*Ключевые слова:* искусственный интеллект, человеческий интеллект, цифровой маркетинг

Bəzən “maşın intellekti” də adlandırılan Süni İntellekt (Sİ) insana xas düşünmə, yaradıcı (kreativ) olma, öyrənmə kimi bacarıqların kompüterlərin rəqəmsal və ikili məntiqi (digital and binary logic) vasitəsilə nümayiş etdirilməsi və ətraf mühitin dərk edilməsidir. Süni İntellekt maşın zəkasının insana xas “öyrənmək” və “problemi həll etmək” kimi idraki funksiyalarını da özündə ehtiva edir.

Süni İntellekt akademik istiqamət olaraq, 1955-ci ildə yaranmışdır. İlk mərhələdə Süni İntellektin gələcəyinə dair bir çox nikbin baxışların olmasına baxmayaraq, bu sahə maliyyə itkilərinə düşər olmuş və şərti olaraq “Süni İntellekt Qışı” adlandırılan tənəzzül dövrü yaşamışdır. Növbəti mərhələdə yeni maliyyələşdirmələr, əldə edilən uğurlar Süni İntellekti yenidən aktual mövzuya çevirərək, onun inkişafına təkan verdi. Nəticədə, Süni İntellekt fərqli alt-qruplara ayrıldı. Bu qruplaşmalara misal olaraq:

1. məqsədlərə görə - “robototexnika” və “maşın öyrənməsi” (riyazi və statistik metodlar istifadə edərək mövcud məlumatları işləyən və bu işlənmiş məlumatlarla bilinməyənə dair proqnozlar verən metod paradiqması);

2. istifadə üsullarına görə - “məntiqi” və “süni neyron şəbəkələri” və s. göstərmək olar.

Alt-qruplar fəlsəfi və sosial faktorlara əsasən də müxtəlif qruplara ayrılır.

Süni İntellektin hazırda qarşılaşdığı problemlər əsaslandırma, planlaşdırma, öyrənmə, təbii dil işlənməsi, qavrama, fiziki obyektlərin idarəsidir. Tədqiqatların əksər hissəsi sadalanan problemləri aradan qaldırmaq, Süni İntellekti təkmilləşdirmək üçün həyata keçirilir. Süni İntellektin fəalliyətində axtarış, riyazi optimallaşdırma, süni neyron şəbəkələri, statistika, ehtimal nəzəriyyəsi və iqtisadiyyata əsaslanan bir çox metodlar istifadə olunur. Süni İntellekt kompüter elmləri, informasiya mühəndisliyi, riyaziyyat, psixologiya, dilçilik, fəlsəfə və bir çox digər sahələri özündə birləşdirir.

Süni İntellektin öyrənmə prosesi daha əvvəl həyata keçirilən təcrübələr əsasında avtonom rejimdə baş verir. Belə ki, mexanizm yol verdiyi səhvləri təhlil edir, alqoritmləri təkmilləşdirərək, gələcəkdə bu səhvlərin təkrarlanmasının qarşısını alır. Öyrənmə prosesi iki əsas növə ayrılır:

**1. Maşın öyrənməsi (Machine learning)** – verilənlər bazasından və ya sensorlardan verilənləri alıb, əldə edilən verilənlərin arxasında duran alqoritmləri dizayn edən və yaradan süni intellektin bir sahəsidir. Başqa sözlə desək, Maşın Öyrənməsi riyazi və statistik metodlardan istifadə edərək, mövcud məlumatları işləyən və bu işlənmiş məlumatlarla

bilinməyə dair proqnozlar verən metod paradımasıdır. Maşın öyrənməsində proses belədir ki, mexanizm yol verdiyi səhvlərə xarici müşahidəçi (insan) tərəfindən edilən düzəlişlərdən sonra ondan tələb olunanı dərk edir və öyrənmə prosesini avtonom rejimdə davam etdirir. Süni İntellekti “Maşın öyrənməsi” (Machine learning) vasitəsilə kadrda (foto, video faylda) olan insanların şəxsiyyətini təyin etmək, yaş, cins və s. xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək kimi daha mürəkkəb məsələlərin həlli üçün tənzimləmək mümkündür. Dəqiq alqoritmlərin tənzimlənməsi zamanı informasiya çatışmazlığı, real insan davranışlarının mexanizmə inteqrasiyası kimi bir çox problemlər ortaya çıxır. Məsələn, Süni İntellekt əsasında fəaliyyət göstərən avtosürücünü yol hərəkəti qaydalarına uyğun davranmaq, yol xəttindən kənara çıxmamaq, sürət həddini aşmamaq kimi tələblərə uyğunlaşdırmaq mümkündür. Lakin mexanizmə müxtəlif fəvqəladə hallarda necə qərar qəbul etməli olduğunu “öyrətmək” üçün dəqiq alqoritmlərin hazırlanması son dərəcə çətin məsələdir. Belə ki, hətta insan zəkası bu və ya digər fəvqəladə hallarda hansı qərarın düzgün, hansının yanlış olduğunu təyin etməkdə çətinlik çəkir.

**2. Dərin öyrənmə (Deep Learning)** – bu proses “Maşın öyrənməsi” (Machine learning)-in alt qrupu olaraq, Süni İntellektin öyrənmə prosesinə eyni tərzdə yanaşır. Başlıca fərq “Dərin öyrənmə” prosesinin (Deep Learning) əsasında daha mürəkkəb alqoritmlərin və riyazi modellərin dayanmasıdır. Hazırda “Dərin Öyrənmə alqoritmləri” dedikdə, ilk növbədə neyron şəbəkələri nəzərdə tutulur. Süni İntellekt sahəsində istifadə edilən neyron şəbəkələrini tez-tez insan beynindəki neyron şəbəkələrinə bənzədirlər. Hər iki neyron şəbəkəsinin demək olar ki, eyni prinsiplərlə fəaliyyət göstərməsi və Süni İntellektin neyron şəbəkələrinin iş prinsipinin insan beynindəki neyron şəbəkələrinə əsasən tərtib edilməsi bu bənzətməyə əsas verir. Belə ki, neyron şəbəkələri bir neçə neyron qrupundan (qatından) ibarət olur. Hansılar ki, öz növbəsində müxtəlif əməliyyatları icra edirlər. Məsələn, bir neyron qatı şəkildəki obyektin xarici strukturunu, növbəti neyron qatı isə ölçülərini və s. analiz edir. Sonda bu neyron qatları vahid bir neyron şəbəkəsində birləşərək, alınmış məlumatlara əsasən yekun qərar qəbul edirlər. Neyron şəbəkələrindən əsasən şəkillərin, obyektlərin tanınmasında istifadə edilir. Sözügedən şəbəkələrin əsas iş prinsipi ondan ibarətdir ki, neyron şəbəkələri şəkilləri ayrı-ayrı piksellərə (rastr qrafikasında ikiölçülü rəqəmsal təsvirin ən kiçik məntiqi elementi və ya təsviri formalaşdırılan ekran matrisinin fiziki elementi) əsasən “oxumur”, piksellər haqqında əldə edilən məlumatları vahid formada birləşdirərək obyektini analiz edirlər.

Süni İntellekt ətrafında tez-tez “Süni İntellekti insan kimi düşünməyə öyrətmək olarmı?” mövzusunda fəlsəfi mülahizələr aparılır. Lakin reallıq odur ki, hazırkı texnoloji inkişaf səviyyəsinin yetərsizliyi, mexanizmə daxil edilməli olan informasiyanın çatışmazlığı kimi bir çox səbəblərdən bu mümkün deyil. Məlumdur ki, X və Y obyektlərini analiz etmək üçün Süni İntellektə obyektlər haqqında informasiya daxil edilir və bu informasiyanın əsasında Süni İntellekt həmin obyektləri təhlil edə bilər. Lakin yalnız bu iki obyekt haqqında məlumata malik mexanizm üçüncü - Z obyektini tanımayacaq, “görməyəcək”. Bu isə o deməkdir ki, Süni İntellektin funksionallığı birbaşa onun malik olduğu informasiyanın miqdarından asılıdır. Buna əsaslanan mütəxəssislər Süni İntellekti insan idrakı səviyyəsinə çatdırmaq üçün onun kifayət qədər informasiya ilə təmin edilməsinin mümkün olmadığını nəzərə alır və yaxın gələcəkdə insan idrakına çatması ehtimalını aşağı dəyərləndirirlər.

Hazırkı vəziyyətdə insan və Süni İntellekt simbioz (iki növdən olan fərdlərin hər ikisinin xarici mühitlə bilavasitə qarşılıqlı təsirdə olması şərtilə birgə yaşaması) fəaliyyət

göstərir. İnsan tərəfindən edilən tənzimləmələr və Süni İntellektin mürəkkəb riyazi metodlar vasitəsilə həyata keçirilən hesablamaları bir-birini tamamlayır. Haqqında danışılan simbioz effektinə bir sıra nümunələr göstərmək olar:

- Quicksilver NLP (Neyro-Linqvistik Proqramlaşdırma) sistemi - Wikipedia.org saytının ingilisdilli variantında 40.000-dən çox məqalə yerləşdirilmişdir. Məqalələrin hamısı insan tərəfindən yoxlanıldıqdan sonra təsdiqlənmişdir. Öz növbəsində Quicksilver Wikipedia-da redaktorlar tərəfindən hazırlanmış məqalələrdə 30.000-dən çox səhv aşkar edərək, onları düzəltmişdir. Faktiki olaraq, sözügedən məqalələr insan və Süni İntellektin birgə əməyinin məhsuludur.

- 2000-ci illərin əvvəlində çap xidmətləri sahəsində 20 ildən artıq təcrübəsi olan iki qrup üzərində 1 ay müddətində təcrübə keçirilmişdir. Təcrübənin məqsədi qısa müddətdə maksimal həcmdə və minimal səhvlərlə mətni hansı qrupun çap edəcəyini müəyyənləşdirmək idi. Nəticədə, birinci qrupun ikinci qrupu xeyli qabaqladığı məlum olmuşdur. Aydın məsələdir ki, təcrübənin nəticəsi kifayət qədər gözlənilməz idi. Birinci qrup üzərində aparılan təkrar müşahidələr nəticəsində məlum olmuşdur ki, birinci qrup qrammatik, orfoqrafik səhvlərə yol verdiyi zaman Süni İntellekt (kompüter) yol verilən səhvləri avtomatik düzəltdirdi. İkinci qrup isə düzgün yazılışında şübhə etdiyi sözlərlə qarşılaşdığı zaman düşünmək üçün fasilə edir, həmçinin səhvlərə də yol verirdilər. Süni İntellekt və insan intellektinin simbiozu təbii alınmışdır. Mütəxəssislərin fikrincə, birinci qrupun ikinci qrupa qalib gəlməyinə səbəb, yekun nəticənin yalnız təkrar müşahidələrdən sonra müəyyənləşməsi olmuşdur.

- Onlayn tibbi platforma olan Babylon Health ilkin diaqnozun qoyulması zamanı Süni İntellektdən istifadə edir. Belə ki, Süni İntellekt xəstə tərəfindən doldurulmuş sorğunu təhlil edərək, ilkin diaqnozu təyin edir. Həmçinin, cərrahiyyədə unikal əməliyyatların keçirilməsi zamanı Süni İntellektin ehtimal nəzəriyyəsi əsasında hesablamalarının nəticələrindən istifadə edilir.

- Google tərəfindən yaradılmış GoogLeNet toxuma nümunələri əsasında onkoloji şişləri və onun metastazlarını təyin etmək üçün proqramlaşdırılıb. Təcrübələr əsasında müəyyən edilmişdir ki, GoogLeNet 89% dəqiqliklə xəstəlikləri müəyyən etdiyi zaman, təcrübəli həkim-onkoloqlarda bu göstərici 73% olmuşdur. Lakin təcrübələr göstərmişdir ki, sistem müəyyən səhvlərə yol verir və orqanizmdəki bəzi anomallıqları nəzərdən qaçırır. GoogLeNet və həkimlərin birgə müayinələri isə arzuolunan dəqiqliyi vermişdir.

- Freelance (sifariş əsasında distant xidmət göstərilməsi) platforması olan HeadHunter-in hazırladığı personalın idarəetmə sistemi olan Talantix, sifarişçinin daxil etdiyi tələblərə uyğun mütəxəssisləri internet üzərindən taparaq, sifarişçiyə təklif edir. Mütəxəssislərin axtarışı və seçimi 500-dən artıq parametərə əsasən həyata keçirilir.

- Əsaslı 2006-cı ildə Elon Musk vasitəçiliyi ilə qoyulan Neuralink şirkəti 2020-ci ilin sonuna qədər mikro Süni İntellekt cihazlarını insan beyninə implant etməyə hazırlaşır. Layihənin ilkin konsepsiyası Süni İntellekt vasitəsi ilə alzheymer, parkinson, epilepsiya və s. kimi zehni çatışmazlıqların aradan qaldırılmasıdır. Eyni zamanda yaxın gələcəkdə implantlar vasitəsi ilə insan zəkasının Süni İntellektlə fiziki formada simbiozunu reallaşdırmaq və fəvqəl insanların, kiborqların (kiber orqanizm – tibbdə bioloji orqanizmin mexaniki və ya elektron komponentlərə malik olması, maşın-insan hibridi) yaradılması planlaşdırılır.

İnsan və Süni İntellektin simbioz fəaliyyətinə müxtəlif sektorlarda, xüsusən də elektron informasiya bazalarının istifadə edildiyi sahələrdə rast gəlmək mümkündür.

Göründüyü kimi, Süni İntellekt və insan bir-birinə sinergist təsir göstərərək, müxtəlif çatışmazlıqları tamamlayır.

Cədvəl 1. İnsan İntellekti və Süni İntellekt arasındakı fundamental fərqlər

<b>İnsan İntellekti</b>	<b>Süni İntellekt</b>
Ləng informasiya emalı	Sürətli informasiya emalı
Subyektivdir	Obyektivdir
Qeyri-dəqiqliklər rastlanır	Daima dəqiqdir
25 Watt enerji istifadə edir	2 Watt enerji istifadə edir
Dəyişikliklərə adaptivdir	Dəyişikliklərə adaptiv deyil
Çoxşaxəlidir	Birşaxəlidir
Yüksək Emosional İntellekt	Zəif Emosional İntellekt
Özünü dərk edir	Özünü dərk etmir

Mənbə: (7)-yə əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

### **Süni intellektin marketingdə tətbiqi**

Məlumdur ki, Süni İntellektdən səhiyyə, maliyyə, sığorta, hərbi, informasiya texnologiyaları kimi bir çox sahələrdə aktiv istifadə edilir. Lakin Süni İntellektin hazırda ən geniş istifadə edildiyi və inteqrasiyasının artım sürətinin yüksək olduğu sahə marketing, əsasən də rəqəmsal marketingdir. Süni İntellektin marketingə sürətli inteqrasiyasının əsas səbəbini marketingin son illərdə fəaliyyətini rəqəmsal platformalar üzərinə daşması, təsir mexanizmlərinin və alətlərinin daha innovativ mexanizmlərlə əvəzlənməsi ilə açıqlamaq olar.

Rəqəmsal marketing potensial müştərilərin əldə edilib istehlakçı qismində saxlanması üçün məhsul və ya xidmətlərin rəqəmsal platformalar üzərindən fəaliyyət göstərdiyi, hədəfə köklənmiş interaktiv marketing strategiyalarının toplusudur. Rəqəmsal marketingin fəaliyyət sisteminin əsasını “Data Base”in (informasiya bazası) təşkil etməsi, Süni İntellekt alqoritmlərinin, hesablamalarının, təhlillərinin aktuallığını son dərəcə artırır. Süni İntellekt rəqəmsal marketingdə artıq geniş istifadə olunur və demək olar ki, hər bir internet istifadəçisinin həyatında bu və ya digər səviyyədə mühüm rol oynayır. Hubspot-un apardığı sorğuya əsasən 61% internet istifadəçisi gündəlik Süni İntellektlə əlaqədə olduğundan xəbərsizdir.

Süni İntellekt marketoloqlara sadəcə iş prosesində kömək etmir. O, eyni zamanda görülən işlərin məhsuldarlığını artırır, xərcləri azaldır. Yaxın keçmişdək Süni İntellektdən informasiya bazalarının təhlili və hesablamalarda istifadə edilirdisə, artıq Süni İntellektdən toplanmış məlumatlar əsasında yeni məlumatların, məzmunun yaradılması üçün də istifadə edilir. Bunun başlıca səbəbi Süni İntellektin son illər vizual və audio məzmunu daha yaxşı təhlil etməsi, “oxuması”, nəticə olaraq insanın əsas duyğuları olan görmə və eşitməni daha yaxşı anlamasıdır.

Süni İntellektin marketingdə tətbiqinin verdiyi üstünlüklərə nəzər yetirsək görürük ki:

1. Süni İntellekt şirkətin gəlir artımını stimullaşdırır. Yeni müştərilərin cəlb edilməsi, mövcud müştərilərin saxlanılmasından ortalama 5 dəfə çox xərc tələb etdiyi üçün, adətən mövcud müştərilər şirkətlər üçün daha önəmli hesab edilir. Süni İntellekt marketoloqlara mövcud müştərilərin öncəki təcrübələrini analiz edərək, mövcud müştərilərə personal-

laşdırılmış e-mail göndərmək, reklam kampaniyaları təqdim etməklə müştəri loyallığını, o cümlədən, təkrar satış ehtimalını artırmağa imkan verir.

2. Süni İntellekt yeni müştərilərin cəlb edilməsi zamanı reklam kampaniyaları üçün daha dəqiq hədəf kütlə seçməyə imkan verir. Belə ki, hədəf auditoriyasının dəqiq təyin edilməsi, potensial müştərilər haqqında əldə edilən məlumatlarla düz mütənasibdir. Lakin, informasiyanın həcmi çoxaldıqca, onun təhlili çətinləşir, bəzən isə qeyri-mümkün olur. Süni İntellektin istifadəsi isə marketoloqlara informasiya bazasını ətraflı analiz etməyə, nəticədə isə daha dəqiq hədəf auditoriyasını təyin etməyə şərait yaradır.

3. Orta hesabla istifadəçi internetə daxil olmaq üçün 4-5 cihazdan istifadə edir. Süni İntellekt eyni istifadəçinin müxtəlif cihazlar vasitəsi ilə etdiyi əməliyyatların məlumatlarını vahid informasiya bazasında toplayaraq, istifadəçiyə individual yanaşmanı təmin edir. Nəticədə brend və istifadəçi arasında qurulmuş əlaqələr istifadəçi digər cihazlar vasitəsi ilə internetə qoşulduğu zaman zərər çəkmir.

Sadalanan üstünlükləri cəmləyərək, belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, Süni İntellekt sayəsində şirkətlər mövcud müştərilərinin loyallığını saxlamağa, yeni müştərilərin cəlbə üçün daha dəqiq hədəf kütləyə müraciət etməyə və bu prosesləri bütün kommunikasiya kanalları vasitəsi ilə “müştəri-brend” əlaqələrini qırmadan reallaşdırmağa nail olurlar. Həmçinin, Süni İntellektin hazırkı vəziyyətində onun əsas fəaliyyəti informasiya bazasının toplanaraq yaradılması, yığılmış informasiyanın təhlili, son mərhələdə isə tətbiqidir.

Süni İntellektin tətbiq istiqamətlərinin müxtəlif sektorları olduğu məlumdur. Tətbiq üsullarının daha yaxşı anlaşılması üçün real nümunələrə müraciət etmək daha məqsədəuyğundur.

- Rəqəmsal xidmətlər göstərən The Grid şirkətinin tərtib etdiyi Molly Süni İntellekti veb-saytların avtonom qaydada yaradılmasına və fəaliyyət göstərməsinə xidmət edir. Molly veb-saytın back (arxa) və front (ön) hissələrini, onların arasındakı bağlantıları və digər texniki işləri qısa müddətə hazırlayır. Hansı ki, sadalananların həyata keçirilməsi üçün adətən mütəxəssislərdən ibarət komandanın bir neçə həftə çalışması lazım olur.

- The Associated Press və Forbes jurnalları artıq məqalələrin yazılması üçün Wordsmith və Quill Süni İntellektlərinə müraciət edirlər. Əsas məqamlar və açar sözlər daxil edildikdən sonra Süni İntellekt “təbii dildə” məqaləni hazırlayır. Növbəti addım olaraq isə, Hemingway App tətbiqi vasitəsi ilə məqalə avtomatik redaktə olunur, daha lakonik, informativ vəziyyətə gətirilir.

- Süni İntellektin sayəsində Google axtarış sisteminin fəaliyyəti də köklü şəkildə dəyişib. Qısa zaman öncə axtarış optimizasiyasının (SEO – Search Engine Optimization) özəyini açar sözlər təşkil edirdisə, artıq Google axtarış alqoritmləri Süni İntellekt sayəsində təbii dili anlama bilirlər. Həmçinin, Amazon Echo, Google Home, Siri, Cortana kimi səs axtarış sistemləri Süni İntellektlə artıq audio bağlantı qurmağa, faktiki olaraq cihazlara toxunmadan ondan istifadə etməyə imkan verir.

- Facebook, Twitter kimi sosial şəbəkələr Süni İntellekt vasitəsi ilə istifadəçinin davranışı əsasında istifadəçiyə yalnız onun maraqlarına uyğun xəbərlər, paylaşım, reklamlar təqdim edirlər.

- Marketinqdə hazırda ən geniş istifadə olunan, IBM şirkəti tərəfindən yaradılmış Watson Süni İntellekti özündə bir çox problemlərin həllini cəmləşdirir. Watson hər hansı bir şəxs tərəfindən yazılmış məqaləni, mətni təhlil edərək, 50-dən çox parametərə əsasən şəxsin psixoloji portretini yarada bilir.

- Equals 3 şirkəti tərəfindən, Watson Süni İntellekti əsasında yaradılmış Lucy şəxsi köməkçisi, istifadəçilərin davranışlarını analiz edərək, marketoloqlara bu və ya digər istifadəçi ilə ünsiyyət üçün hansı əlaqə kanallarının, hansı reklam kampaniyalarının və hətta hansı kəlmələrin işlədilməsinin məqsədəuyğun olacağı barədə məlumatları təqdim edir.

- Chatbotlardan (istifadəçi ismarıclarına avtocavablandırma sistemi) istifadə artıq bəsit alqoritmlər əsasında deyil, analitik qabiliyyətləri olan Süni İntellekt sistemləri əsasında yaradılır. Macys şirkətinin müştərilər üçün yaratdığı şəxsi assistenti, müştərilərin suallarına daha öncə verilmiş cavablar, müştərinin emosional durumu və s. kimi məqamları təhlil edərək, təbii dildə cavab verir.

- ABŞ pərakəndə satış şəbəkəsi olan Westfield şirkəti 2018-ci ilin dekabr ayında Yeni İl qabağı istifadəçilər üçün mobil köməkçi tərtib etmişdir. Hər hansı bir şəxsə hədiyyə almaq istəyən istifadəçi həmin şəxsin sosial şəbəkə ünvanını mobil tətbiqə daxil etdikdən sonra tətbiq şəxsin istifadəçi profilini təhlil edərək, ona hansı hədiyyənin verilməsinin daha məqsədəuyğun olacağını məsləhət görürdü. Nəticədə şirkətin satışları 1 ay ərzində 10 %-dən çox artmışdır.

- Turizm sektorunda fəaliyyət göstərən Wayblazer şirkətinin yaratdığı şəxsi köməkçi istifadəçinin maraqlarını təhlil edərək, onlar üçün tur marşrut, uyğun otellər, təyyarə reyslərini seçməkdə kömək edir.

### **Nəticə və tövsiyələr**

Yekun olaraq belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, Süni İntellektin yaxın gələcəkdə tam müstəqil, özünü dərk edən bir sistemə çevrilməsi böyük şübhə altındadır. İnsan şüuru ilə Süni İntellektin bir-birinə göstərdiyi sinergist təsir, bir-birini tamamlaması bir çox sahələrdə problemlərin innovativ həllinə yol açır. Xüsusilə də marketinq sahəsində Süni İntellektin imkanları müştərilərə yeni, daha effektiv yanaşma vasitələrinin tətbiqini real edir.

Daha öncə qeyd edildiyi kimi, aktiv internet istifadəçilərinin böyük əksəriyyəti mütəmadi qaydada Süni İntellekt ilə qarşılıqlı əlaqədə olur. Bu isə o deməkdir ki, bəzən zənn edildiyi kimi Süni İntellekt elmi-fantastik məqalələrin, ədəbiyyatların səhifələrində deyil, artıq cəmiyyətin ayrılmaz bir parçası olaraq mövcuddur.

Günün reallıqlarını nəzərə alaraq, marketinq sahəsində Süni İntellektin yaratdığı perspektivlərdən istifadə etmədən artan rəqabət şəraitinə davam gətirmək qeyri-mümkündür. Bu səbəbdən də marketinqdə Süni İntellekt daha aktiv istifadə edilməlidir.

### **Ədəbiyyat**

1. Stuart Russel, Peter Norvig. Artificial Intelligence: A Modern Approach (3rd Edition), Pearson, 2009
2. As Al Ries, Jack Trout. The 22 Immutable Laws of Marketing: Violate Them at Your Own Risk!" Harper Business, 1994
3. Stuart Russel. Human Compatible: Artificial Intelligence and the Problem of Control. Penguin, 2019
4. <https://ict.moscow/research/index-iskusstvennogo-intellekta-otchet-za-2019-god/>
5. <https://www.rbc.ru/trends/industry/5e845cec9a794747bf03e2c9>
6. <https://mel.fm/blog/yury-nikolsky/60257-iskusstvenny-intellekt-i-chelovek--chto-zhdet-nas-i-nashikh-detey>



7. <https://24gadget.ru/1161064447-simbioz-ii-s-mozgom-cheloveka-novyy-proekt-elona-mask.html>
8. <http://www.differencebetween.net/science/difference-between-artificial-intelligence-and-human-intelligence/>
9. <https://rusability.ru/internet-marketing/ai-v-marketinge-10-primerov-ispolzovaniya/>
10. <https://nmicr.ru/news/tsentra/google-razrabotal-iskusstvennyy-intellekt-dlya-dagnostiki-raka/>

## **ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ITS APPLICATIONS IN MARKETING**

**Sh.E.Alafsarli**

### **SUMMARY**

This article explores artificial intelligence and its applications in various fields, including digital marketing. Real experiences of companies using artificial intelligence in marketing are analyzed.

## **ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ**

**Ш.Э.Алафсарли**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье исследуется искусственный интеллект и его применения в различных областях, включая цифровой маркетинг. Проанализирован реальный опыт компаний, использующих искусственный интеллект в маркетинге.

*Məqalə redaksiyaya 12 may 2020 tarixində daxil olmuş, 24 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 657.1

## MÜƏSSİSƏLƏRDƏ EHTİYATLARIN İNVENTARİZASİYASININ ROLU

**E.A.Astanov**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-mail: elnurastanov@gmail.com

*Açar sözlər:* mühasibat uçotu, inventarizasiya, hesabat

*Keywords:* accounting, inventory, report

*Ключевые слова:* бухгалтерский учет, инвентаризация, доклад

Ehtiyat dedikdə, istehsalçının anbarında saxlanılan xammal və materiallar, istehsal prosesində olan yarımfabrikat məhsulları, satış üçün saxlanılan hazır məhsullar, mallar, təkrar satış üçün nəzərdə tutulmuş mülkiyyət və ya torpaq sahələri kimi təkrar satış məqsədilə əldə edilmiş və saxlanılan mallar, təchizat, satış, yolda olan istehsal-texniki təyinatlı məhsul ehtiyatı başa düşülür. Ehtiyatlar sayəsində istehsal və ya xidmət prosesi davamlı olaraq həyata keçirilir. Müəssisə fəaliyyətinin fasiləsizliyini təmin etmək, qarşıya qoyulmuş məqsədə çatmaq üçün bu ehtiyatlardan səmərəli istifadə edilməlidir. İstehsal, satış və ya xidmət göstərilməsi üçün müəyyən ehtiyatların olması zəruri şərtidir. Ehtiyatların inventarizasiyası onların faktiki vəziyyətini əsk etdirən real informasiyaların əldə edilməsinə xidmət göstərir.

### Ehtiyatların inventarizasiyasının mahiyyəti

Müasir dövrdə fəaliyyətin təhlükəsizliyinin qorunub saxlanılması önəmli amillərdən biridir. Doğru qərarlar doğru informasiyanın əldə edilməsi nəticəsində verilə bilər. Hansı məhsuldan nə qədər istehsal ediləcəyini və ya satılacağını, hansı xidmət sahəsinin yaradılacağı və ya təkmilləşdiriləcəyi barədə qərar yalnız bazarın öyrənilməsindən əldə edilən informasiya ilə deyil, həmçinin müəssisənin öz daxili ehtiyatlarının vəziyyətini də nəzərə alaraq qəbul edilməlidir (Myasnikov, 2018). Ehtiyatlar barədə informasiya isə hal-hazırda inventarın vəziyyətini bilməklə və ya ehtiyatların inventarizasiyası vasitəsilə əldə oluna bilər.

Ehtiyatlar müəssisələrə satın alınmaqla, habelə malsatan təşkilatlardan təhtəlhəsab şəxslər vasitəsilə nəğd pulla alınmaqla, eyni zamanda əsas vəsaitlərin, azqiymətli və tezköhnələn vəsaitlərin ləğv edilməsindən əldə olunmaqla daxil olur. Əldə edilən ehtiyatların istehsal və ya xidmət prosesində istifadəsini təmin etmək üçün müəssisənin anbar bölməsi olur. Material qiymətlərinin qorunub saxlanması üzərində təsirli nəzarəti təmin etmək üçün müəssisələrdə təchizatın təşkili, anbar və ölçü sisteminin vəziyyəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Materialların saxlanması üçün ayrılmış anbarlarda lazımı şərait yaradılmalıdır.

Ehtiyatların hərəkətinin və qalığının uçotunun aparılması məqsədilə anbar uçot və rəqəllərindən istifadə edilməlidir. Həmin və rəqəllərdə hər bir materialın nömrəsi, xarakteristikası, hərəkəti və qalığı, ehtiyat norması əks edilir. Hər bir əməliyyatdan sonra anbar

müdiri tərəfindən ehtiyatın qalığı müəyyən olunmalıdır ki, bu da material ehtiyatlarına dair informasiya əldə etməyi asanlaşdırır.

Ümumiyyətlə, inventarizasiyanı təsnifləşdirsək, inventarlaşma aparılan bölmələrə bunlar aid olur:

- 1) Torpaq, tikili və avadanlıqların inventarizasiyası;
- 2) Daşınmaz əmlaka investisiyaların inventarizasiyası;
- 3) Bioloji aktivlərin inventarizasiyası;
- 4) Qeyri-maddi aktivlərin inventarizasiyası;
- 5) Təbii sərvətlər üzrə məsrəflərin inventarizasiyası;
- 6) İnvestisiyaların inventarizasiyası;
- 7) Debitor borclarının inventarizasiyası;
- 8) Sair maliyyə aktivlərinin inventarizasiyası;
- 9) Sair aktivlərin inventarizasiyası;
- 10) Ehtiyatların inventarizasiyası;
- 11) Pul vəsaitləri və onların ekvivalentlərinin inventarizasiyası;
- 12) Faiz xərcləri yaradan öhdəliklərin inventarizasiyası;
- 13) Qiymətləndirilmiş öhdəliklərin inventarizasiyası;
- 14) Kreditor borclarının inventarizasiyası;
- 15) Sair öhdəliklərinin inventarizasiyası.

Inventarizasiyanın aparılması üçün inventarizasiya komissiyası yaradılır. Bu komissiyanın üzvləri təşkilatın yüksək ixtisaslı mütəxəssislərindən və daimi fəaliyyətdə olan maddi-məsul şəxslərindən yaradılır. Müəssisənin rəhbəri və ya müavini bu komissiyanın sədri olur. Mühasibat uçotu üzrə məsul şəxs isə inventarizasiya komissiyasının sədr müavini seçilir. Təşkilatın böyüklüyündən asılı olaraq, müvafiq komissiyanın tərkibində işçi qrupları da yaradıla bilər.

Inventarizasiya prosesi başlanmadan əvvəl, ehtiyatlar üzrə maddi-məsul şəxs inventarizasiya komissiyasına ehtiyatların faktiki həcmi barədə hesabat-məlumat verməlidir. Inventarizasiya başlandıqda sonra isə komissiyanın bütün üzvləri bu prosesdə iştirak etməlidir. Inventarizasiya zamanı istifadə edilən və komissiya üzvləri tərəfindən inventarlaşma prosesində baş verən əməliyyatların mütləq qeyd edildiyi sənədlərin forması qanunvericiliklə tənzimlənir. Azərbaycan Respublikasında inventarizasiyanın aparılması qaydaları Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin Kollegiyasının Q-17 nömrəli "Aktivlərin və öhdəliklərin inventarizasiyası Qaydaları" qərarına əsasən tənzimlənir.

### **Ehtiyatların uçotunun təşkilində inventarizasiyanın yeri və rolu**

"Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikasının qanununda müəyyən olunduğuna görə xammal, əsas və köməkçi materiallar, alınmış yarımfabrikatlar, malların qablaşdırılması və daşınması üçün istifadə olunan taralar və digər material ehtiyatları uçot və hesabatda onların faktiki maya dəyəri üzrə əks etdirilir. Material ehtiyatlarının faktiki maya dəyəri, malsatanların kreditə verdikləri həmin ehtiyatlar üçün faizləri, xarici təşkilatlara ödənilən əlavələr, komissiyon rüsumları, gömrükxana rüsumu, kənar təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilən daşınma, saxlanma xərcləri və s. xərclər daxil edilməklə, onların alınmasına çəkilən xərclərdən asılı olaraq müəyyən edilir.

Müəssisələrdə aparılan bütün təsərrüfat əməliyyatları mövcud qanunvericiliyə uyğun olaraq, ilkin sənədlərlə rəsmiyyətə salınmalıdır. Ehtiyatların da hərəkəti müvafiq sən-

nədlərdə əks olunur. Ehtiyatların hərəkətinin və qalığının uçotunun aparılması məqsədi ilə anbar uçot vərəqələrindən istifadə edilməlidir. Həmin vərəqələrdə hər bir materialın nömrəsi, xarakteristikası, hərəkəti və qalığı, ehtiyat norması əks edilir. Hər bir əməliyyatdan sonra isə anbar müdiri tərəfindən ehtiyatın qalığı müəyyən olunmalıdır ki, bu da material ehtiyatlarına dair informasiya əldə etməyi asanlaşdırıb bilər.

Müəssisənin anbarında daxil edilmiş ehtiyatların sintetik uçotu mühasibat uçotunda onların təsnifatına uyğun olaraq əks olunur. Müəssisənin fəalliyəti haqqında lazımi informasiyaları əldə etmək üçün fəalliyət dövrü ərzində baş vermiş bütün əməliyyatları ilkin sənədlərdə əks etdirdikdən sonra, onları iqtisadi məzmunları üzrə müəyyən ardıcılıqla qeydiyyatdan keçirib, qruplaşdırmaq lazımdır. Müəssisənin ehtiyatlarının uçotunun təşkili zamanı isə onların əvvəlcə yoxlanıb, həcmnin müəyyənləşdirilərək, uçota alınması prosesi aparılır. Ehtiyatların bu formada yoxlanaraq, ilkin sənədlərdə düzgün əks etdirilməsi prosesləri onların inventarizasiyasının düzgün aparılmasında mühüm rol oynayır.

İnventarlaşma əmlakın və ya öhdəliklərin ilkin qeydiyyatı zamanı yoxlanılması, həmçinin müəyyən tarixə müəssisənin ehtiyatlarının uçot məlumatları ilə həqiqi mövcudluğunun zəşdirilərək dəqiqləşdirilməsidir. Təcrübədə inventarizasiya prosesinin bir neçə növü fərqləndirilir:

- a) Seçmə inventarlaşma;
- b) Qismən inventarlaşma;
- c) Dövrü inventarlaşma;
- d) Tam inventarlaşma.

Seçmə inventarlaşma müxtəlif istehsal sahələrinin, sırf bir bölmənin və ya ayrı-ayrı material növlərinin qalığının yoxlanması zamanı aparılır.

Qismən inventarlaşma hər bir təsərrüfat obyektini üçün yalnız ildə bir dəfə aparılır. Bu tip yoxlama prosesi yüksək təşkilati səviyyədə aparılmır və istehsal prosesinə maneçilik törətmədiyi üçün ən etibarlı üsüldür.

Dövrü inventarlaşma yoxlama aparılacaq təsərrüfat subyektinin fəalliyət növündən və xarakterindən asılı olaraq müəyyən vaxt aralığında aparılır.

Tam inventarlaşma prosesi isə, adından göründüyü kimi, müəssisənin bütün əmlakının yoxlanılması prosesidir. Bu inventarlaşma növü əsasən illik hesabatlar tərtib edilməzdən əvvəl və ya hər hansı maliyyə və ya istintaq orqanları tərəfindən tam sənədlə təftiş zamanı aparılır.

Təyinatına görə isə inventarizasiya iki cür olur:

- 1) Planlı inventarizasiya;
- 2) Plandankənar (xəbərsiz) inventarizasiya.

Planlı inventarizasiya əvvəlcədən təyin edilmiş vaxtda həyata keçirilir.

Plandankənar və ya xəbərsiz inventarizasiya prosesi isə müəssisənin rəhbərinin sərəncamı ilə və ya sənədlə yoxlama ilə məşğul olan istintaq və nəzarət təşkilatlarının tələbi ilə keçirilir. Plandankənar inventarlaşma əsasən təbii fəlakətdən sonra, habelə maddi-məsul şəxslər dəyişdirildikdə həyata keçirilir.

Ehtiyatların inventarizasiyasının zəruriliyi uçot sənədləri ilə ehtiyatların faktiki həcmnin doğruluğunun yoxlanmasından irəli gəlir. Mühasibat uçotunda ən vacib tələblərdən biri onun göstəricilərinin həqiqi olmasına tələbatdan ibarətdir. Bu tələbat əsasən də mühasibat uçotu məlumatları həqiqətə tamamilə müvafiq olmalıdır. Ehtiyatlar barədə doğru informasiya nəticəsində isə istehsal və ya xidmət prosesində ehtiyatlardan nə

qədər istifadə olunduğunu, ehtiyatların istifadəsi zamanı kənarlaşmaları müəyyənləşdirməyə imkan verir ([www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)). Təkrar istehsal prosesinin həcmnin müəyyənləşdirilməsi zamanı əvvəlki istehsal dövründən sonra anbarda nə qədər xammalın qaldığını bilmək vacibdir. Satış fəaliyyətinə başlamazdan əvvəldən hansı maldan hansı həcmdə satılacaq qərarına da hazır məhsulun həcmi bilməklə qərar vermək məqsədəuyğundur. Bununla bərabər, ehtiyatların inventarizasiyasının aparılması uçot sənədlərinin həqiqətə uyğun gəlməməsi səbəbilə də ola bilər. Uçot sənədlərinin həqiqəti əks etdirməməsinə bu amillərin də təsir göstərməsi ehtimalı vardır:

- a) Təbii səbəblər: malların xarab olması, havanın temperaturunun və ya nəmliyinin hazır məhsula təsiri, məhsulların gəmiricilərlə, mikroblarla korlanması nəticəsində keyfiyyətinin azalması, tozlanıb xarab olması və s.;
- b) Ehtiyatların qəbulu və ya təhvil verilməsi zamanı qeyri-dəqiqlik: ölçüdə səhv, hesablama səhvi, yanlış çəkmə nəticəsində malların başqa miqdar və ya keyfiyyətdə qeydə alınması;
- c) Uçotun səhv aparılması: ilkin qeydiyyat sənədlərində səhvə yol verilməsi, nəticənin hesablanması zamanı yaranan hesab səhvi, ehtiyatlar haqqında məlumatların sənədlərdə səhv qeyd edilməsi;
- d) Aldadılma halları: oğurluq və ya maddi qiymətlilərin qəbulu, təhvil verilməsi zamanı çəkiddə və ya ölçüdə aldadılma, ödəniş zamanı aldadılma, malların birbaşa mənimsənilməsi halında uçot sənədləri ilə faktiki mövcudluğu arasında yaranan fərq və s.;
- e) Əmlakın icarəyə verilməsi, geri alınması, satılması, habelə dövlət və ya bələdiyyə unitar müəssisəsinin dəyişdirilməsi zamanı;
- f) Bir təşkilat yenidən təşkil edildikdə və ya ləğv edildikdə.

İnventarizasiyanın nəticələrini aşkara çıxarmaq məqsədi ilə mühasibat müqayisə cədvəli tərtib olunur. Həmin cədvəldə isə mühasibat göstəriciləri ilə inventarlaşma nəticələri arasında fərq aşkara çıxan ehtiyatlar haqqında məlumatlar öz əksini tapır.

Ehtiyatlar inventarizasiya olunarkən komissiya ehtiyatlara baxış keçirməli və inventarizasiya cədvəllərində ehtiyatın tam adını, əldə edilməsi tarixini, ehtiyatın növünü, aid olduğu qrupunu, ehtiyatın miqdarını və məbləğini mütləq qeyd etməlidir. Bu inventarizasiya prosesi zamanı yoxlamayı keçirən komissiya ehtiyatlar qismində müəssisənin mülkiyyətində olan aktivlərin mövcudluğunu yoxlayır. İnventarizasiya zamanı ehtiyatların mühafizəsi, onların düzgün saxlanması, istehsala buraxılışı, çəki və ölçü alətlərinin vəziyyəti, uçotun aparılması qaydası əsas götürülərək yoxlanır.

### Nəticə

Nəticə etibarilə demək olar ki, inventarizasiya prosesi müəssisənin uçot məlumatları ilə onun ehtiyatlarının real mövcudluğunun yoxlanılması üçün əsas proseslərdən biridir. İdarəetmə qərarlarının qəbulunda mövcud aktiv və öhdəliklərin həqiqi həcmnin də mühüm təsir etdiyini nəzərə alsaq, bu ehtiyatların inventarizasiyasının əhəmiyyətini daha da artırır. İnventarizasiyanın daha asan və az vaxt sərf edilərək təşkil edilib aparılması üçün müasir texnologiyalardan, proqram təminatlarından, beynəlxalq təcrübələrdən istifadə edilməsi məqsədəuyğundur.

**Ədəbiyyat**

1. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin Kollegiyasının 16 iyul 2013-cü il tarixli Q-17 nömrəli Qərarı: “Aktivlərin və öhdəliklərin inventarizasiyası Qaydaları”. Bakı, 2013
2. Myasnikov N.S. The contents of the inventory and its value when forming statements. 2018, 241 p.
3. www.researchgate.net

**THE ROLE OF INVENTORY IN ENTERPRISES**

**E.A.Astanov**

**SUMMARY**

Organization and maintenance of inventory as one of the most important stages in the formation of accounting reports of enterprise are considered in this work.

**РОЛЬ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**Э.А.Астанов**

**РЕЗЮМЕ**

В статье рассматриваются вопросы организации и обслуживания инвентаря как важнейших этапов формирования бухгалтерской отчетности предприятия.

*Məqalə redaksiyaya 21 may 2020 tarixində daxil olmuş, 25 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## QUDVİL QEYRİ-MADDİ AKTİVLƏRİN XÜSUSİ FORMASI KİMİ VƏ ONUN TƏHLİLİ

**A.İ. Musayeva**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 22  
e-mail: matlaw59@mail.ru

**Açar sözlər:** qeyri-maddi aktivlər, dəyər, qudvil, müəssisə, maliyyə hesabatı

**Keywords:** intangible assets, value, goodwill, enterprise, financial statement

**Ключевые слова:** нематериальные активы, ценность, гудвил, предприятие, финансовый отчет

Müasir dövrdə demək olar ki, hər bir istehsal və xidmət sahəsində qeyri-maddi aktivlərə rast gəlirik. Qeyri-maddi aktivlərə təsərrüfat fəaliyyəti üzrə uzun müddət ərzində istifadə edilən, gəlir gətirən vəsaitlər daxildir. Bu əmlak növünə gəlir gətirən torpaq sahələri, təbii ehtiyatlardan istifadə hüquqları, patentlər, proqram təminatı məhsulları, xüsusi fəaliyyət növünə verilən lisenziyalar, ticarət markaları, əmtəə nişanları və s. aiddir. Qeyri-maddi aktivlər hər bir müəssisənin maddi-texniki bazasının müəyyən əsasını təşkil edir və onun fəaliyyətində mühüm rol oynayır. Buna görə də qeyri-maddi aktivlərin uçotunun təkmilləşdirilməsi üzrə işlər müəssisənin fəaliyyətində mühüm rol oynamaqla öz aktuallığını qoruyub saxlayır.

Müasir dövrdə uğurlu fəaliyyət göstərən müəssisələrin əksəriyyəti öz aktivlərində yeni texnologiyalara, biliklərə, ticarət nişanlarına malik olur, istehlakçı və təşkilatlarla əməkdaşlıq edirlər. Ekspertlərin fikrincə, belə müəssisələrin səhmi ümumi bazar payının təqribən 70 faizini təşkil edir. Qeyri-maddi aktivlər dəfələrlə istifadə oluna bilər, buna görə də onların ümumi dəyəri maddi aktivlərin dəyərindən artıq ola bilər. Nəticə etibarilə, qeyri-maddi aktivlər investisiyanın diversifikasiyasına, istehsalın və idarəetmənin effektivliyinə gətirib çıxararaq, müəssisə üçün daha böyük məna kəsb edir. Hazırkı bazar münasibətləri şəraitində təsərrüfat subyektlərinin uzunmüddətli aktivlərinin tərkibində mühüm yer alan qeyri-maddi aktivlərdən istifadənin səmərəliliyinin uçotu və təhlili müəssisənin fəaliyyətinin mühüm xarakteristikası hesab olunur. Qeyri-maddi aktivlərin uçotunun təkmilləşdirilməsinin yalnız nəzəri aspektdən deyil, digər aspektlərdən də işlənilib analiz edilməsi öz vacibliyini qoruyub saxlayır.

Qeyri-maddi aktivlər maddi cəhətdən yüksək dəyəri olmayan, heç bir fiziki xassəyə malik olmayan, lakin bir müəssisənin aktivləri içərisində xüsusi dəyərə malik olan və ona gəlir gətirən uzunmüddətli qeyri-monetar aktivlərdir. Qeyri-maddi aktivlərin fiziki forması olmasa da biznesə yüksək dəyər qatır. Qeyri-maddi aktivlərə qudvil (goodwill), müəllif hüquqları, patentlər, ticarət nişanları, ticarət adları, müştərilərin siyahısı və s. daxildir (Fətullayev, 2016).

Mühasibat uçotunda qudvil biznes birləşməsi ilə əlaqəli qeyri-maddi aktivdir. Qudvil - hər hansı bir müəssisənin satışı zamanı onun aktivlərində yaranan elə bir dəyər artıqlığıdır ki, onunla müəssisənin həqiqi qiyməti artır. Qudvilin dəyəri adətən bir alıcı hədəf şirkət satın aldığıda yaranır. Alıcı şirkətin hədəf şirkət üçün balans dəyəri üzərində ödə-

diyi məbləğ hədəfin qudvil dəyərini təşkil edir.

Ümumi qəbul edilmiş mühasibat uçotu prinsiplərinə (GAAP) və Beynəlxalq Maliyyə Hesabatı Standartlarına (MHBS) əsasən, şirkətlərdən maliyyə hesabatlarındakı qudvilin dəyərini ildə ən azı bir dəfə qiymətləndirməli və dəyərsizləşmələri qeyd etmələri tələb olunur (Shields, 2018).

Şirkətin qudvili qiymətləndirmə zamanı aşağıdakı səbəblərdən asılı olaraq formalaşa bilər:

1. Əmtəə və ya xidmətin yüksək keyfiyyəti;
2. Məkan baxımından uğurlu yerləşmə;
3. Uğurlu müqavilələrə sahib olma;
4. Yaxşı rəhbərlik və peşəkar işçi heyəti;
5. Yaxşı təcrübə;

Qudvilin özünü də iki növə bölmək olar:

1. Əldə edilən qudvil;
2. Müəssisəyə məxsus qudvil

Əldə edilən qudvil – bir müəssisənin başqa bir müəssisə tərəfindən satın alınması zamanı yaranan qudvildir. Bu qudvil uçot zamanı müəssisənin balans hesabına aktivin əldə etmə dəyəri – ilkin dəyərlə daxil ediləcək. Müəssisəyə məxsus qudvil – qudvilin aşkar edilməsinə ehtiyac yaranan hadisə baş verdikdə ekspertlər tərəfindən qiymətləndirmə zamanı müəyyən edilən dəyərdir. Əgər müəssisədə qudvilin aşkar edilməsinə zəmin yaradan heç bir iqtisadi hadisə baş verməyibsə, onu qiymətləndirib hesablarda qeyd etməyə ehtiyac yoxdur.

Qudvilin (goodwill) ingilis dilində mənası- “xoş məram” deməkdir. Mühasibat uçotu üzrə ədəbiyyatlarda onun müxtəlif adına rast gəlmək olur: firmanın qiyməti, firmanın şöhrəti, firmanın yaxşı adı, firmanın işgüzar əlaqəsi və s.

Qudvil əldə edilmiş firma üçün ödənilmiş alış qiymətinin onun ayrıca müəyyənləşdirilə bilən xalis aktivlərinin ədalətli dəyərindən artıq olmasıdır.

Qudvil, ümumiyyətlə birləşmə və satınalmalar ilə əlaqələndirilir. Bir şirkət başqa bir şirkət tərəfindən satın alındıqda, alıcının hədəf biznesin müəyyən edilə bilən aktiv və öhdəliklərini bazar dəyərindən çox ödəməsi adi haldır. Bazar dəyərindən artıq ödənilən məbləğ qudvil kimi tanınır. Onları asanlıqla hesablamaq mümkün olmasa da, bu qeyri-maddi aktivlər bir şirkətin uğuruna və dəyərinə əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verir. Bir iş əldə edilərkən, alış-verişin ədalətli qiymətlə həyata keçirilməsini təmin etmək üçün marka şəxsiyyəti, müştəri münasibətləri, müştəri sadıqlığı və işçi məmnuniyyəti kimi amilləri nəzərə almaq vacibdir. Möhkəm bir müştəri bazasının yaratdığı dəyər, markanın tanınması və ya idarəetmənin mükəmməlliyi kimi qeyri-fiziki aktivləri təmsil edir. Müvəffəqiyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə töhfə versə də, bir iş üçün qudvilin dəyərini müəyyən etmək çətin ola bilər. Çünki bu, biznes üçün heç bir pul axını yaratmır.

Maliyyə məsləhətçiləri qudvilin qiymətləndirilməsində qalıcı analizdən istifadə edirlər. Bu halda qudvil, işgüzar müəssisədə istifadə olunan bütün maddi aktivlərin və müəyyən edilə bilən qeyri-maddi aktivlərin ümumi dəyərini çıxmaqla, ümumi iş dəyərini qalığını təmsil edir.

Başqa bir işi 3 milyon dollara satın alırıq. Alınan işin 2 milyon dollarlıq müəyyənləşdirilmiş aktivləri və 600.000 dollarlıq öhdəlikləri var. Xalis eyniləşdirilə bilən aktivlər 1.4 milyon dollara (2 milyon dollar mənfə 600.000 dollar) bərabərdir. Yaxşı niyyət = 1,6 milyon dollar (3 milyon dollar - 1.4 milyon dollar).



Əgər bir müəssisə digər müəssisənin 100%-lik səhmlərini satın alarsa, bu zaman Qudvil aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$\text{Qudvil} = \text{əd} - \text{xa}$$

ƏD – Satınalma tarixinə ödənişin ədalətli dəyəridir.

XA – Xalis Aktivlərin (kapital) satınalma tarixinə müəyyənləşdirilən dəyəridir.

**Nümunə 1.**

Fərz edək ki, müəssisənin xalis aktivlərinin satış anına ədalətli dəyəri 400.000 manatdır. Yəni, müəssisə balansı aşağıdakı kimidir:

<b>Aktivlər =</b>	<b>Öhdəliklər +</b>	<b>Xüsusi kapital</b>
<b>600.000</b>	<b>200.000</b>	<b>400.000</b>

Alıcı müəssisənin aktivlərinə 500.000 manat ödəniş edir. Alıcı müəssisənin aktivlərində yer alan qudvilin hesablanması tələb olunur.

O zaman Qudvil aşağıdakı kimi hesablanacaqdır:

$$\text{Qudvil} = 500.000 - 400.000 = 100.000$$

Qeyd edim ki, aktivlərin ədalətli dəyəri ilə balans dəyəri fərqli məbləğlərdir. Bu dəyər məbləğini müəyyən etmək üçün həmin dövrdə bazarda onların satış qiymətini bilmək lazımdır.

Bu qiyməti ekspertlər müəyyən edirlər. Misal üçün aşağıda verilən müəssisənin balans və ədalətli dəyər məbləğlərinə baxaq:

	<b>Balans dəyəri</b>	<b>Ədalətli dəyər</b>
<b>Aktiv</b>	<b>60</b>	<b>70</b>
<b>Öhdəlik</b>	<b>30</b>	<b>35</b>
<b>Kapital</b>	<b>20</b>	<b>25</b>

Satınalma tarixinə ödənişin ədalətli dəyəri dedikdə, alıcının pulu ödəməyə razı olduğu tarixə diskontlaşdırılmış dəyər başa düşülür. Tutaq ki, alıcı müəssisəyə ödəyəcəyi pulu 3 ildən sonra verəcəkdir. Bu zaman biz onun 3 il sonra verəcəyi pulu bu günə olan ədalətli dəyərini hesablamaalıyıq. Yəni, 3 ildən sonra olan 1 dolların həqiqi dəyəri bu gün nə qədərdir. Diskontlaşdırılmış dəyəri hesablamaq üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$\text{Diskontlaşdırılmış dəyər} = \text{Gələcək dəyər} / (1+r)^n$$

Burada: “Gələcək dəyər” – alıcının gələcəkdə ödəməyə razı olduğu məbləğdir.

R - Ölkədə mövcud olan orta depozit faizidir. (10-15%)

N – illərin sayıdır.

**Misal:**

Fərz edək ki, alıcı aktivlərin ədalətli dəyəri 80 dollar olan müəssisəyə 2 ildən sonra 121 dollar ödəməyə hazırdır. Yəni,

<b>2 ildən sonra</b>	<b>Faktiki hesablama (ədalətli dəyərlə)</b>
<b>Ödəniş</b> <b>121</b>	<b>?</b>
<b>-Xalis aktivlər</b>	<b>?</b>
<b>Qudvil</b>	<b>?</b>

Bu zaman Qudvilin nə qədər olacağını hesablayaq:

I addım: İki ildən sonra 121 dollar ödənişin bu günə olan diskontlaşdırılmış dəyəri:

$$\text{Diskontlaşdırılmış dəyər} = 121/(1+0.1)^2 = 100$$

Deməli, 2 ildən sonra ödənişin Ədalətli dəyəri 100 dollar təşkil edəcəkdir.

II addım: Xalis aktivlərin dəyəri aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$XA = A - \ddot{O} = 80 - 45 = 35$$

<b>Ödəniş</b>	<b>100</b>
<b>-Xalis aktivlər</b>	<b>35</b>
<b>Qudvil</b>	<b>65</b>

Deməli, Qudvil 65 dollara bərabər olacaq.

**Qudvilə müxabirləşmə verilməsi:**

Fərz edək ki, aktivlərin dəyəri aşağıdakı kimi verilmişdir:

	<b>Ədalətli dəyər</b>
<b>Aktiv</b>	<b>80</b>
<b>Öhdəlik</b>	<b>45</b>
<b>Kapital</b>	<b>35</b>

Tutaq ki, alıcı iki ildən sonra müəssisə aktivlərinə 44 dollar ödəməyə razılaşıb. Bu zaman biz ilk olaraq 44 dolların diskontlaşdırılmış dəyərini tapırıq ki, bu da 36 dollar təşkil edir.

$$\text{Diskontlaşdırılmış dəyər} = 44/1.21 = 36$$

Deməli, qudvil:

<b>Ödəniş</b>	<b>36</b>
<b>-Xalis aktivlər</b>	<b>35</b>
<b>Qudvil</b>	<b>1</b>

Müxabirləşmə aşağıdakı kimi olacaq:

<b>DT</b>	<b>KT</b>
<b>Aktivlər 80</b>	
<b>Öhdəliklər</b>	<b>45</b>
<b>Kreditor borcu</b>	<b>36</b>
<b>Qudvil 1</b>	

Məlumdur ki, iki ildən sonar müəssisəni alan faktiki olaraq 36 dollar əvəzinə 44 dollar ödəyəcək. Bu zaman əlavə ödənilən 8 dolları aşağıdakı kimi uçota almalı olacağıq:

	<b>DT</b>	<b>KT</b>
<b>I il</b>	<b>Faiz xərci 4</b>	
	<b>Kreditor borcu</b>	<b>4</b>
<b>II il</b>	<b>Faiz xərci 4</b>	
	<b>Kreditor borcu</b>	<b>4</b>
<b>sonda</b>	<b>Kreditor borcu 44</b>	
	<b>Pul vəsaiti</b>	<b>44</b>

**“Mənfi qudvil” və ya “Ölverişli alışdan qazanc”**

Əgər aktivə ödənilmiş ədalətli qiymət müəssisənin xalis aktivlərindən az olarsa, yaranan fərqə “mənfi qudvil” deyilir (müəssisənin imici düşmüş olarsa).

**Misal:**

	<b>Ədalətli dəyər</b>
<b>Aktiv</b>	<b>80</b>
<b>Öhdəlik</b>	<b>45</b>
<b>Kapital</b>	<b>35</b>
<b>Ödəniş</b>	<b>32</b>
<b>-Xalis Aktivlər</b>	<b>35</b>
<b>=Qudvil</b>	<b>(3)</b>

Həmin qudvil uçotda aşağıdakı kimi əks etdiriləcək:

<b>DT</b>	<b>KT</b>
<b>Aktiv 80</b>	
<b>Öhdəlik</b>	<b>45</b>
<b>Pul vəsaitləri</b>	<b>32</b>
<b>Mənfi qudvil (gəlir)</b>	<b>3</b>

Qeyd edək ki, “mənfi” qudvil hesabatlarda “Əlverişli alışdan qazanc” kimi qeyd olunur.

Nəticələrə görə, qudvil əldə edilmiş firma üçün ödənilmiş alış qiymətinin onun ayrıca müəyyənləşdirilə bilən xalis aktivlərinin ədalətli dəyərindən artıq olmasıdır. Mühasibat uçotunda qudvil qeyri-maddi aktivdir. Başqa bir şirkət əldə etmək istəyən bir şirkət, şirkətin xalis aktivlərini ədalətli bazar dəyərindən xeyli yüksək qiymət ödəməyə hazır olduqda qudvil anlayışı qüvvəyə minir. Qudvilin qeyri-maddi aktivini təşkil edən elementlər və ya amillər şirkətin yaxşı nüfuzu, möhkəm müştəri və ya müştəri bazası, marka kimliyi və tanınması, xüsusilə istedadlı işçi qüvvəsi və mülkiyyət texnologiyası kimi şeylərdən ibarətdir. Bunlar əslində bir şirkətin dəyərli varlıqlarıdır, lakin maddi (fiziki) aktivlər deyildir və dəyərlərini də dəqiq ölçmək olmur. ABŞ-ın GAAP və MHBS standartlarına əsasən qudvil müddətsiz ömrü olan qeyri-maddi aktivdir və buna görə amortizasiya edilməsinə ehtiyac yoxdur. Bununla birlikdə, hər il dəyərsizləşmə üçün qiymətləndirilməlidir və bir çox şirkət 10 il müddətində yaxşı niyyət amortizasiya etməyi seçir. Qudvil bəzən mühasibatlıqda iqtisadi və ya işgüzar, yaxşı niyyət və qudvil kimi ayrıca təsnif edilir, lakin bu iki ayrı şey kimi danışmaq süni və yanlış bir quruluşdur. “Mühasibat qudvili” - şirkətin “iqtisadi xoşməramlılığı”nın uçotundakı tanınmasıdır. Mühasibat uçotu qudvili bəzən bir şirkət başqa şirkətin hədəf şirkətin xalis aktivlərini bazar dəyərindən yüksək qiymətə aldığı zaman yaranan qeyri-maddi aktiv kimi müəyyən edilir. Lakin qeyri-maddi aktivin “yaradıldığı” kimi istinad edilməsi yanlışdır - mühasibat uçotu jurnalı yaradılır, lakin qeyri-maddi aktiv artıq mövcuddur. Bir şirkətin maliyyə hesabatına “qudvil”-in daxil edilməsi, şirkətin balans hesabatındakı aktivlərin siyahısında görünür. Bu, həqiqətən aktivin yaradılması deyil, sadəcə mövcudluğunun tanınmasıdır. İqtisadi və ya işgüzar, yaxşı niyyət əvvəlcədən qeyd olunduğu kimi müəyyən edilir: qeyri-maddi aktiv-məsələn, güclü marka kimliyi və ya üstün müştəri münasibətləri bazarda rəqabət üstünlükləri ilə bir şirkəti təmin edir. Həm bu qeyri-maddi aktivin mövcudluğu, həm də onun dəyərini göstəricisi və ya qiymətləndirməsi bir qayda olaraq, şirkətin aktivlərinin gəlirliyini yoxlamaqdan alınır. Müəssisələr məntiqi olaraq, xalis maddi aktivlərdən daha dəyərlidir, belə olduqda bu cür aktivlərdən gələn qazancın bazar gəlirlilik dərəcəsiindən xeyli çox olacağı gözlənilir. Bu artıq gəlirin kapitallaşdırılmış dəyəri-iqtisadi qudvildir.

### **Ədəbiyyat**

1. R.Fətullayev. Beynəlxalq mühasibatlığa giriş (İFRS əsasında). Dərslik. Bakı, Nurlar, 2016
2. Kommersiya təşkilatları üçün Milli Mühasibat uçotu standartlarının Konseptual əsasları. Bakı, 2010
3. D.Aleksandr, A.Britton, A.Yorissen. Maliyyə hesabatının beynəlxalq standartları: nəzəriyyədən praktikaya / Rus dilindən tərcümə. Bakı, "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, 2010
4. Clyde P. Stickney, Roman L.Weil, Katherine Schipper, Jennifer Francis. Financial Accounting. Mason, OH: Cengage Learning/Southwestern, 2009
5. Greg Shields. Accounting Principles. CreateSpace Independent Publishing Platfo, 2018

## **GOODWILL AS A SPECIAL FORM OF INTANGIBLE ASSETS AND ITS ANALYSIS**

**A.İ.Musayeva**

### **SUMMARY**

This article gives a general definition of intangible assets and discusses one of their special forms - goodwill. Shortcomings in goodwill accounting are analyzed and recommendations for solutions are given.

## **ГУДВИЛЛ КАК ОСОБАЯ ФОРМА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ И ЕГО АНАЛИЗ**

**А.И.Мусаева**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье дается общее определение нематериальных активов и рассматривается их особая форма - гудвилл. Проанализированы недостатки в бухгалтерском учете гудвилла и сделаны рекомендации по их решению.

*Məqalə redaksiyaya 21 may 2020 tarixində daxil olmuş, 25 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

**MÜASİR DÖVRDƏ BEYNƏLXALQ QİYMƏTLİ  
KAĞIZLAR BAZARININ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ**

**E.İ.Əhmədov**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, Abbas Səhhət küçəsi 45 a  
e-mail: elgun.ahmadov97@mail.ru

*Açar sözlər:* dünya fond birjası, qiymətli kağızlar, investisiya

*Keywords:* world stock exchange, securities, investments

*Ключевые слова:* мировая фондовая биржа, ценные бумаги, инвестиции

Azərbaycan qiymətli kağızlar bazarı hazırda ölkənin maliyyə bazarının inkişaf edən bir sektorudur. Bu gün bazarın bu hissəsi qanunvericilik, vergi və quruluş baxımından hələ tam formalaşmayıb.

Azərbaycan iqtisadiyyatını yüzlərlə fərqli səbəbə görə başqa bir ölkənin iqtisadiyyatı ilə müqayisə etmək çətindir. Son on ildə qiymətli kağızlar bazarı və mübadilə işi həm peşəkar bazar iştirakçıları, həm də biznes qurumları (müəssisələr) və vətəndaşlar tərəfindən böyük diqqət cəlb etmişdir. Birjanın inkişafı sosial sistemdə görünməmiş bir dəyişikliyin əsası oldu. İlk qiymətli kağızlar bazarında torpaq sürüşməsi, müəssisələrin özəlləşdirilməsi və səhmdarlaşması mövcud idi. Özəlləşdirmə nəticəsində cəmiyyət praktiki olaraq müxtəlif qruplara - həqiqi və formal, təsirli və təsirsiz, böyük, orta və kiçik sahibkarlara və yoxsullara bölündü. Təkrar qiymətli kağızlar bazarının inkişafı təsərrüfat subyektlərinin qiymətli kağızlarını əldə etmək yolu ilə hər hansı bir fərdi və ya hüquqi şəxsin sahibi olmaq imkanı yaradır. Birjada əmlakın bölüşdürülməsi və yenidən bölüşdürülməsi mövcuddur (1).

Qiymətli kağızlar bazarının problemləri və bazar iqtisadiyyatı şəraitində inkişafı bu gün çox aktual mövzudur. Bu həm tarixə, həm də bütövlükdə ölkənin mövcud vəziyyətinə bağlıdır. Qiymətli kağızlar bazarının əsas çətinliyi uzun müddət fəaliyyət göstərməməsidir və indi ölkəmizin iqtisadiyyatının formalaşması ilə əlaqədar olaraq bir çox problemləri yəni, bazarın mənfəət tərəflərini görmək olar (2).

Bazar iqtisadiyyatı və keçid iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadiyyatın üzləşdiyi əsas problemlərdən biri də şirkətlər arasında olduğu kimi qarşılıqlı borc problemini həll etməkdir. Çünki qarşılıqlı borc probleminin olması, bununla yanaşı yeni problemlər yaradır (3). Müəssisə vergi ödəyə bilmir, çünki alıcılar mallarına görə borclarını ödəmirlər (4).

Maliyyə resurslarının ölkə iqtisadiyyatına cəlb edilməsi bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə vacib əhəmiyyət daşıyır. Belə ki, müasir şəraitdə həm makroiqtisadi səviyyədə, həm də dövlət səviyəsində maliyyə bazarları mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, resurslarla təmin edilmədə əhəmiyyətli rol oynayırlar. Deməli, bazar iqtisadiyyatının tərəqqisi maliyyə bazarı olmadan mümkün deyil. Maliyyə bazarı pul vəsaitinin hərəkətinin təşkil edilməsinin xüsusi forma və sferası olub, maliyyə münasibətləri sferasında alqı-satqı

münasibətlərinin məcmusudur.

Maliyyə bazarının müvəffəqiyyətlə formalaşması isə yalnız iqtisadi və hüquqi islahatların aparılması yolu ilə səlis qaydalar, onlara riayət olunmasını təmin edən nəzarət mexanizmlərinin, sərbəst seçim imkanının mövcudluğunu nəzərdə tutan bazis infrastrukturun əsasında zəruri mühitin yaradılması ilə mümkündür.

Məlumdur ki, qiymətli kağızlar bazarı maliyyə bazarının seqmentlərindən biridir. Qiymətli kağızlar bazarı pul vəsaitlərinə olan tələblə onun təklifinin qarşılıqlı əlaqədə olduğu münasibətlərdən ibarətdir. Qiymətli kağızlar bazarı kapitalın effektiv sahələrə axınıni təmin edir, iqtisadiyyata çeviklik verir ki, bu da pul ehtiyatlarının bir sahədən digər sahəyə keçməsinə təmin edir və son nəticədə iqtisadi inkişafın tempini artırır. Qiymətli kağızlar vasitəsilə pul vəsaitlərinin pula ehtiyacı olanlara verilməsi prosesi baş verir. Həm də bu proses inzibati amirlik metodları deyil, maddi maraq və könüllülük prinsipi əsasında həyata keçirilir. Dövlət qiymətli kağızları isə dövlət xərclərinin maliyyələşməsinə, bank sisteminin likvidliyini təmin etməyə, cəmiyyətdə sosial-iqtisadi inkişafa və digər problemlərin həllinə müsbət təsir edir.

Qiymətli kağızlar bazarının inkişafı bir çox dövlət qurumlarının işindən, qanunvericilik bazasından, fiziki şəxslərin fəallığından və bir sıra amillərdən asılıdır. Bu gün bazarın inkişafının əsasını təşkil edən mühüm işlər görülmüşdür. Daha dəqiq desək, dünya standartlarına uyğun olan bazar infrastrukturunu və beynəlxalq maliyyə qurumlarının mütəxəssislərinin də yüksək qiymətləndirdiyi normativ-hüquqi baza yaradılıb. Azərbaycan Respublikasında qiymətli kağızlar bazarının fəaliyyət göstərməsi ölkə iqtisadiyyatının inkişafının əsas amillərindən biridir. Bu istiqamətdə son illər görülmən işlər inflyasiyanın azaldılması, ÜDM-in göstəricilərinin artması, valyutanın stabilliyinin qorunması, xarici investisiyanın cəlb olunması, milli bank sisteminin yaradılması və s. kimi mühüm nəticələrin əldə olunmasına səbəb olmuşdur.

## METOD

Tədqiqat prosesində Bakı Fond Birjasının, AR Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsinin analitik materialları və illik hesabatları, qiymətli kağızlar bazarındakı yerli və xarici tədqiqatçıların məqalələri və monoqrafiyaları geniş istifadə olunmuşdur.

Tədqiqat işinin daha dolğun olması üçün ətraflı informasiya əldə edərək, uyğun dövlət orqanlarının veb sahifələrindən, habelə, Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsinin statistik məcmuələrindən, Maliyyə Nazirliyinin və Vergilər Nazirliyinin hesabatlarından, eləcə də Mərkəzi Bankın, QKDK, Bakı Fond Birjasının rəsmi statistik materiallarından istifadə edilmişdir. Tədqiqat zamanı müqayisəli texniki təhlil, riyazi-statistik, həmçinin analitik hesablama metodlarından da geniş şəkildə istifadə edilmişdir (5, 6).

## ANALİZ

Azərbaycanda qiymətli kağızlar bazarının formalaşması və inkişafı prosesinin hərtərəfli öyrənilməsi aparılmış və onun təkmilləşdirilməsi üçün bir sıra təkliflər irəli sürülmüşdür (10).

Tədqiqatın nəticələrindən daxili fond bazarının daha da inkişaf etdirilməsi üçün strategiya planının hazırlanmasında, “Dünya birjası” və “qiymətli kağızlar bazarı” fənlərinin tədrisi zamanı istifadə edilə bilər (11).

## NƏTİCƏ

Ölkəmizdə qiymətli kağızlar bazarının inkişafına və mövcud çatışmazlıqların aradan qaldırılmasına kömək edə bilər:

1. Müvafiq qurumlarla, dünya təcrübəsində və vergi güzəştlərinin investisiya artımı üçün əlverişli mühitin yaradılması ilə qiymətli kağızlar bazarında vergitutma məsələlərinin təkmilləşdirilməsi;

2. Xarici kapitalların respublikamıza cəlb edilməsi, neftin inkişafı və qeyri-neft sektoru, dövlət əhəmiyyətli irimiqyaslı layihələrin maliyyələşdirilməsi üçün avro istiqrazlarının buraxılması, dünyanın ən inkişaf etmiş fond bazarlarına dövlət və qeyri-dövlət qiymətli kağızlarının verilməsi;

3. Pensiya sistemindəki islahatlar, daha çox institusional investorların diqqətini cəlb etmək üçün tədbirlər görmək və s.;

4. Korporativ idarəetmədə xarici təcrübədən daha geniş istifadə;

5. Qiymətli kağızlar bazarının inkişafı iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin inkişafı və beynəlxalq aləmdə fond bazarının inkişafı ilə sıx bağlıdır. Bununla əlaqədar görülən tədbirlər respublikanın beynəlxalq maliyyə bazarı bazar sistemində inteqrasiya olunmalıdır.

Beləliklə, ölkəmizdə formalaşan birja bölgədəki ən böyük və inkişaf etmiş birjaya çevrilə bilər. Bu səbəbdən ölkəmizin geniş iqtisadi potensialı və qeyri-neft təbii sərvətləri, turizm, kənd təsərrüfatı və aqrar sənaye və s. perspektivli və yüksək gəlirli investisiyalar üçün müxtəlif sahələr mövcuddur.

Qiymətli kağızlar bazarında aparılan təhlillərə əsasən belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, müasir şəraitdə qiymətli kağızlar bazarı maliyyə bazarının tərkib hissəsi kimi çıxış etmək, maliyyə mənbələrinin hərəkətini təşkil etmək, onların düzgün istiqamətləndirilməsini təmin etmək, fəaliyyət göstərmək dövlətin maliyyə və pul siyasətinin əsas vasitəsi kimi iqtisadiyyatın inkişafında mühüm rol oynayır. Xüsusilə bazar yönümlü ölkələr üçün bu bazar inkişafı müstəsna əhəmiyyətə malikdir.

Hazırda dünya iqtisadiyyatında məhsul və xidmətlərin yarından çoxu böyük korporasiyalar (səhmdar cəmiyyətlər) tərəfindən istehsal olunur. Bu korporasiyaların əksəriyyəti həm açıq, həm də qapalı birjalar şəklində qurulur. Səhmdar cəmiyyətlər öz fəaliyyətlərini səhmlərin satışından yaranan kapital əsasında həyata keçirirlər. Bu o deməkdir ki, səhm bazarı səhmlərin realizəsi üçün qiymətli kağızlar bazarı mövcud olmalıdır. Bu bazarda təsisçilər nizamnamə kapitalını formalaşdırır və bu bazarda səhmlərin satışından əldə olunan gəlirlə fəaliyyətə başlayırlar. Belə bir nəticəyə gələ bilərik ki:

1. Bu gün səhmlər, istiqrazlar, veksellər, depozit sertifikatları, dövlət öhdəlikləri və s. kimi bir çox növ qiymətli kağızları ayırd etmək olar;

2. Qiymətli kağızlar bazarı kapital və pul bazarları arasında aralıq yer tutur, kapital qazanmaq və ona investisiya qoymaq mümkündür;

3. Qiymətli kağızlar bazarı bir sıra funksiyaları yerinə yetirir, bunlardan ən vacibləri kapitalın yenidən bölüşdürülməsi və kapital qoyuluşu riskinin sığortalanmasıdır;

4. Qiymətli kağızlar bazarında iqtisadi qanunlar tətbiq olunur. Məsələn, təklif və tələb qanunu, pul dövriyyəsi qanunu və rəqabət qanunu, bəzi xüsusiyyətlərinə baxmayaraq öz funksiyalarını yerinə yetirir.

5. Qiymətli kağızlar bazarı həm dövlət tərəfindən, həm də qiymətli kağızlar bazarının peşəkar iştirakçılarının müstəqil təşkilatları tərəfindən tənzimlənir.

Qiymətli kağızlar bazarının inkişafı digər kapital bazarlarının yox olmasına səbəb

olmur, onların qarşılıqlı əlaqəsi, qarşılıqlı stimullaşdırılması prosesi mövcuddur. Bir tərəfdən bazar özünə kapital cəlb edir, digər tərəfdən bu kapitalları qiymətli kağızlar mexanizmi vasitəsi ilə digər bazarlara keçirir və bununla da onların inkişafına töhfə verir.

Qiymətli kağızlar bazarının genişlənməsi və inkişafı ölkədə əlverişli investisiya mühitinə və yuxarıda göstərilənlərin daha real olmasına səbəb olur.

2008-ci ildən başlayaraq maliyyə-iqtisadi böhranı ilə qlobal maliyyə landşaftında, o cümlədən kapital bazarlarına münasibətdə yeni gündəlik formalaşdı. Azərbaycan iqtisadiyyatının, o cümlədən maliyyə sektorunun bu böhrana qarşı yüksək dayanıqlıq nümayiş etdirməsinə və böhranın təsir kanallarının minimallaşdırılmasına baxmayaraq, maliyyə bazarlarının iqtisadi proseslərdəki rolu və mövqeyinə dair yeni yanaşmaların tətbiqi ölkədə qiymətli kağızlar bazarı sistemində islahat tədbirlərini gündəliyə daxil etdi. Bununla əlaqədar, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2011-ci il 16 may tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş «2011-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında qiymətli kağızlar bazarının inkişafı» Dövlət Proqramının qəbul olunması və qeyd olunmuş məqsəd və vəzifələrin həyata keçirilməsi qiymətli kağızlar bazarının inkişafına səbəb olmuş və onun gələcəkdə daha da inkişaf etməsi Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatasının əsas məqsədidir. Beləliklə, bütün bu faktlar onu göstərir ki, qiymətli kağızlar bazarı ölkə iqtisadiyyatının inkişafında nə dərəcə mühüm, aparıcı, əhəmiyyətli rola malikdir.

Digər tərəfdən, qiymətli kağızlar bazarı bərc və ödəmə problemlərini həll etməklə istehsalın və digər iqtisadi əlaqələrin davamlılığının təmin edilməsində mühüm rol oynayır. Bu sahədə əsas vasitələr qiymətli kağızlar bazarının bir hissəsi olan veksəl və veksellərlə əməliyyatlardır. Müəyyən bir təsərrüfat subyektinin müəyyən ehtiyaclarını ödəmək üçün maliyyə mənbələrinə ehtiyac olarsa, qiymətli kağızlar bazarı, bunun üçün ödəmə və müəssisənin veksəl və ya istiqraz buraxmaqla, cari öhdəliklərini yerinə yetirməklə davamlı fəaliyyətini təmin etməyi təmin edir.

### Ədəbiyyat

1. Алёхин Б.И. Рынок ценных бумаг. Москва / Россия. 2004:1-320
2. Басов А.Д., Галинов В.А. Рынок ценных бумаг. Москва / Финансы и статистика. 2002:1- 290
3. Гачабеков В.А. Государственное регулирование рынка ценных бумаг Азербайджана. Материалы международной научно-практической конференции. Новополоцк/ Республика Беларусь, 2014, Октября 23–24, 45-57
4. Мамедов О.Ю. Современная экономика. Москва / Россия , 2001:1-453
5. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Monitorinqi Xidməti rəsmi saytı (<http://www.fiu.az>-)
6. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi ([www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az))
7. Maliyyə Nazirliyi rəsmi saytı ( [www.maliyye.gov.az](http://www.maliyye.gov.az))
8. Bakı Fond birjası rəsmi saytı ([www.bse.az](http://www.bse.az) )
9. Azərbaycan Dövlət İqtisadiyyat Universiteti rəsmi saytı (<http://unec.edu.az>)
10. Azərbaycan Respublikasının Auditorlar Palatası rəsmi saytı (<http://www.audit.gov.az> )
11. Florida Beynəlxalq Universiteti Biznes Kolleci rəsmi saytı ([www.business.fiu.edu/cml](http://www.business.fiu.edu/cml))



**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF  
INTERNATIONAL SECURITIES MARKET AT PRESENT STAGE**

**E.I.Ahmadov**

**SUMMARY**

This article discusses the nature and the structure of the international securities market. It is noted that the main purpose of the international securities market is to convert free cash into investments and so to solve domestic problems.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ЦЕННЫХ  
БУМАГ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**Э.И.Ахмедов**

**РЕЗЮМЕ**

В статье рассматриваются сущность и структура международного рынка ценных бумаг. Отмечается, что основной целью международного рынка ценных бумаг является преобразование свободных денежных средств в инвестиции и решение внутренних проблем.

*Məqalə redaksiyaya 19 may 2020 tarixində daxil olmuş, 27 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 379.85

## AZƏRBAYCANDA BEYNƏLXALQ TURİZMİN VƏZİYYƏTİ

**H.M.Qüdrətli**

Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti  
Bakı AZ1065, İnşaatçılar prospekti 39  
e-mail: habil-qudretli@live.com

*Açar sözlər:* turizm, iqtisadiyyat, turistlər

*Keywords:* tourism, economy, tourists

*Ключевые слова:* туризм, экономика, туристы

Hazırda turizm həyatımızın ayrılmaz hissəsidir. Təəssüf ki, turizm sahəsi ölkəmizdə qeyri-bərabər şəkildə inkişaf edir və onun fəaliyyətinin tənzimlənməsi yalnız son vaxtlarda qanunvericilik yolu ilə təsbit edilmişdir. Bu sahə də etibarlı hüquqi tənzimləmə tələb edir. Turizm ictimai münasibətlərin müxtəlif tərəflərini və təsərrüfatın bir çox sahələrini əhatə edir.

Ölkəmiz müasir dünya təsərrüfatının bərabərhüquqlu subyekti kimi beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə iştirak edir ki, bu da iqtisadi sistemdə ölkəmizin iqtisadi münasibətlərdə yerinin müəyyənləşdirilməsində, azad rəqabətlə dünya bazarında müəyyən səviyyəyə çatmasında mühüm rol oynayır. Ölkənin rəqabət qabiliyyətinin artırılması, əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsi sayəsində sosial-iqtisadi inkişafın bütün prosesləri sürətlənəcək və ölkənin xalq təsərrüfatı sistemini modernləşdirməklə, beynəlxalq turizm sahəsində milli iqtisadiyyatda artım əldə etmək mümkün olacaq.

Hal-hazırda ölkəmizdə daxili turizm ilə beynəlxalq turizm statistikasını bir-birindən kəskin fərqlənir və daxili turizm əhatə baxımından beynəlxalq turizm üzərində üstünlük təşkil edir. Turizm sənayesi çox mürəkkəb bir sistemdir və inkişaf səviyyəsi bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının inkişaf səviyyəsindən asılıdır. Dövlətin maliyyə dəstəyinin ehtiyacı bu sahədə kəskin şəkildə ortaya çıxır. Turizmə maliyyə investisiyalarının əvəzinə ölkəmizdə xammal xərcləri olmadan milli gəlirin, məşğulluğun və valyuta mənfəətinin artması halları müşahidə olunur. Xarici turistlərin beynəlxalq turizmdən əldə etdiyi gəlirlər xarici turistlərin ölkədə qaldıqları dövrdə istehsal etdiyi əmtəə və xidmətlərin qiyməti hesab olunur. Bununla yanaşı, əlavə işlərdən və beynəlxalq nəqliyyatdan alınan gəlirlər də mövcuddur.

Ölkəmizin əlverişli coğrafi şəraiti, iqlimi, tarixi-mədəni obyektlərin mövcudluğu, respublikamızın bir sıra beynəlxalq qurumlara üzv olması və s. kimi mühüm nüanslar beynəlxalq turizmin çiçəklənməsinə rəvac vermişdir. Beynəlxalq Turizm Sərgisinin (AITF) 2002-ci ildən başlayaraq paytaxtımızda təşkil olunması beynəlxalq turizmə müsbət təsir göstərmişdir.

Turizm investisiyalarının artması və turist axını bölgə xalqına iqtisadi fayda təmin edir. Bu üstünlüklər milli iqtisadiyyatın digər hissələrinə yayılır. Xarici ölkələrdən alınan turizm gəlirləri çox vacibdir. Bu, siyasi və iqtisadi məhdudiyyətlərdən uzaqdır və təzyiqliq vasitəsi kimi istifadə edilə bilməz. Digər tərəfdən, turizm sənayesi kənd təsərrüfatı məhsullarının və xammalın ixracından üstündür. Birincisi, turizm mallarının və xidmətlərinin

qiymətləri inkişaf etməkdə olan ölkənin ənənəvi ixrac məhsullarından özünü daha çox idarə edir. Bununla yanaşı, inkişaf etməkdə olan ölkənin ixrac potensialı üçün diversifikasiyalı fürsət yaradır və xarici valyuta gəlirlərində böyük dəyişiklikləri aradan qaldırır. Ümumiyyətlə, turizm xarici valyuta axını tələb edir. Buna görə turizm valyutalarının daha böyük hissəsi emal sənayesinin inkişafında və ya xarici borcların bağlanması istifadə edilə bilər.

Turizm xərclərinin iqtisadiyyata ilk təsirləri birbaşa xərc kimi qiymətləndirilir. Birinci mərhələdə turistlərin xərcləri, yaşayış yerləri, mağazalar, nəqliyyat müəssisələri və s. təşkilatlar üçün birbaşa gəlir effekti yaradır. Fərdi gəlirlərin artmasına paralel olaraq, istehlak xərclərinin artması iqtisadiyyatda stimullaşdırılan təsirlərin yaranması ilə canlanmağa səbəb olur.

Ölkəmizə gələn turistlərə bəzi əmtəə və xidmətlərin satılması, əmtəə ixracında olduğu kimi valyuta axını, ölkə vətəndaşlarının getdikləri ölkələrdə əmtəə və xidmətlərə maddi vəsait xərcləmələri beynəlxalq turizmə iqtisadi töhfə verir. Su, enerji, yerli nəqliyyat şəbəkəsi, kanalizasiya sistemi və nəqliyyat vasitəsi ilə bağlı infrastruktur qurğuları və xidmətləri, dayanacaqlar, idman qurğuları, toplantı və konqres obyektləri, kommunikasiya sistemləri və s. turizm sənayesinin yaradılması üçün lazım olan infraqurucudur. Turizm təchizatı fiziki infraqurucudan asılıdır. Bu, nəqliyyat infraqurucununun bir hissəsidir, digəri isə turizm bölgəsinin infraqurucudur. Turist inkişafı infraqurucunun inkişafına sürətləndirici təsir göstərir. Turizm üçün dövlət idarələrinin bütün fəaliyyətləri, istehsal etdikləri mallar və xidmətlər, istehsal artımını təmin edən nəqliyyat vasitələri və qurğular turizmin institusional infraqurucunu təşkil edir.

Turizm sektoru dünyada olduğu kimi ölkəmizdə də sürətlə inkişaf edən, məşğulluq və valyuta gəliri etibarilə ölkə iqtisadiyyatının inkişafını təmin edən qabaqcıl sektor xüsusiyyətinə malikdir. Ölkəmizin iqtisadi gəlirləri içərisində əhəmiyyətli yer tutan turizm mədəniyyətimizin təbliği baxımından da xüsusi aktualıq kəsb edir. Dünyada baş verən iqtisadi və mədəni inkişafa paralel olaraq, ölkəmizdə də edilən marketinq fəaliyyətlərinin təsiriylə turizm sahəsində inkişaf baş vermişdir. Sektorda təsis sayı, turistik xidmətlərin keyfiyyəti və müxtəlifliyi artmış, təmin edilən valyuta gəlirləri digər sektorlarda da bir canlanmaya səbəb olmuşdur.

Ölkəmizdə beynəlxalq turizmin inkişafı bölgələrimizdə turistik axın və investisiyaların artması, xidmət sektorunun əhəmiyyət qazanması və inkişafı ilə həmahəngdir. Turizm inkişafının əlavə xərcləri hesab olunan inflyasiya təzyiqləri sektor tərəfindən istifadə edilən əmtəə və xidmətlərin qiymətlərinin artmasına gətirib çıxardı. Bu qiymət artımı turizm tələbatına təsir edən iqtisadi amillərdən biridir.

Hazırkı mühitdə turizm sənayesinin iqtisadi inkişafı və düzgün idarə edilməsi ölkəmizin regionlarının sosial-iqtisadi problemlərinin həlli üçün vacibdir. Turizm ölkəmizdə iqtisadiyyatın inkişafında əhəmiyyətli rol oynayır. Dünya turizm sektorunda nəzərə alınan artım ölkəmizin inkişafına təsir edən öncül sektorlardan biri halına gəlib. Qarabağ müharibəsi turizm sektoruna mənfi təsir göstərdi və ölkəmizə gələn turist sayı azaldı.

Turizm milli gəlirə verdiyi töhfə ilə yanaşı, valyuta gəlirləri, məşğulluğun artırılması və xalqın rifahının artırılmasında da əhəmiyyətli rol oynayır. Bir sözlə, ölkəmizdə turizm sektoru iqtisadiyyatın demək olar ki, hər bir sahəsinə təsir göstərir. Dünyada beynəlxalq turizmin əhəmiyyəti getdikcə artır və ayrı-ayrı ölkələr beynəlxalq turizmə öz töhfələrini

verirlər. Ölkəmizin də bu səpkidə özünəməxsus fəaliyyəti vardır. Ölkəmizin beynəlxalq turizm tələblərinə dair araşdırmaları təhlil olunduqda tələbatın ən əhəmiyyətli göstəriciləri turizm qiyməti, nəqliyyat xərcləri və məzənnədir. Bundan əlavə, bu tələbatın turistlərin sayı və ya turizm xərcləri ilə ölçülməsi mümkündür. Ölkəmizdə yaşayış həyatının əski tarixlərə qədər uzanması və müxtəlif sivilizasiyaların bərqərar olması tarixi-mədəni turizm sahəsinə də təsir göstərmişdir.

Hazırkı şəraitdə ölkəmizin regionlarında sosial-iqtisadi problemlərin həlli üçün turizmin təşkili və onun iqtisadi idarə edilməsi vacibdir. Azərbaycan hökuməti iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunda prioritet amil kimi milli turizm sektorunun inkişafını elan edib. Son illərdə görülən işlər, dövlət proqramlarının qəbul edilməsi və turizmin inkişafı üçün tənzimləyici çərçivənin təkmilləşdirilməsi bunu bir daha təsdiqləyir. Dövlət və regional səviyyədə həyata keçirilən sosial siyasətdə turizm əhəmiyyətli strateji mövqe tutur.

Beynəlxalq turizm ölkəmiz üçün sosial-iqtisadi əhəmiyyətə malikdir, turizm sektoru işlə təmin edir, maddi ehtiyatları təmin edir, müvafiq fondları təşkil edir. Faizlər nəticəsində gəlir əldə edilir. Sosial əhəmiyyət isə iş yerlərinin açılması, turizm bölgələrində sahibkarlıq və ev təsərrüfatlarının inkişafı, əhalinin ehtiyaclarına uyğun olaraq xidmət sektorunun yaradılmasıdır.

1975-ci ildə ölkəmizdə beynəlxalq turizmin inkişafında yeni bir mərhələ meydana gəldi və məhz bu tarixdən etibarən ölkəmizdə turizm sferası beynəlxalq arenada özünə yer tapmağa başladı. 1991-ci ildə ölkəmiz müstəqillik əldə etdikdən sonra beynəlxalq turizm sahəsində yeni bir inkişaf mərhələsi meydana gəldi. Respublikamızın Ümumdünya Turizm Təşkilatına üzv olması da beynəlxalq turizmin inkişafında mühüm rol oynayır. Ölkəmizdə beynəlxalq turizmin inkişafında ümummilli lider Heydər Əliyevin oynadığı misilsiz rolu qeyd etmək yerinə düşərdi. 2001-ci ildə Respublikamızın Ümumdünya Turizm Təşkilatına bərabərhüquqlu üzv olması, turizmin inkişafı sahəsində aparılan uğurlu siyasət də ulu öndər Heydər Əliyevin bu sahədə apardığı fəaliyyətin nəticəsidir. Ölkəmizin Ümumdünya Turizm Təşkilatına üzv olduğu 27 sentyabr tarixi artıq hər il Ümumdünya Turizm Günü kimi xatırlanır. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ümumdünya Turizm Təşkilatı səyahət və turizm sahəsində fəaliyyət göstərən beynəlxalq təşkilatdır. Ümumdünya Turizm Təşkilatı beynəlxalq anlaşma, sülh, rifah və universal dəyərlər və insan hüquqlarına hörmət, xüsusilə də üzv dövlətlərin iqtisadi inkişafına dəstək vermək prinsiplərinə uyğun olaraq, dünya turizminə yardım edir. Turizmin inkişaf strategiyasının yaradılması və həyata keçirilməsi ilə bağlı qlobal məsələlərdən başqa, təşkilat eyni zamanda bu sahədə statistik məlumatları tərtib edən məlumat bürosudur. Ölkəmizin Ümumdünya Turizm Təşkilatına üzv olmasını beynəlxalq turizmin inkişafı sahəsində önəmli bir addım kimi dəyərləndirmək olar.

Ölkəmizdə turizmin inkişafının əsas xüsusiyyətlərindən biri respublikamızın müxtəlif bölgələrində turist axınlarının qeyri-bərabər paylanmasıdır. Turist axınları respublikamızın bir sıra bölgələrində cəmləşir və onların hərəkəti əsasən bölgələrarasıdır. Bölgələrarası turizmle yanaşı, beynəlxalq turizmin də ölkəmizdə inkişaf etdirilməsi müxtəlif aspektlər baxımından aktualıq kəsb edir. Turist xidmətləri əhalinin istehlak etdiyi xidmətlərin əhəmiyyətli bir hissəsini təşkil edir və xüsusi xarakter daşıyır. Ümumiyyətlə, beynəlxalq turizm ölkələrarası iqtisadi, sosial, humanitar, təhsil və estetik faktorları özündə birləşdirir.

Ölkəmizdə turizm bölgələrinin rəqabət qabiliyyətini keyfiyyətli məhsul istehsal et-

mək, yerli əhalinin davamlı rifahına dəstək vermək və beynəlxalq turizm bazarında öz təsir dairəsini genişləndirməklə yüksəltmək mümkündür. Ölkənin cəlbediciliyi birbaşa turist potensialından, yerli hakimiyyət orqanlarının və fərdi sahibkarların potensial müştərilərin istəklərini formalaşdırmaq qabiliyyətindən və onların qavrayışlarına təsir göstərməsindən birbaşa asılıdır. Turist bazarını inkişaf etdirmək üçün ölkəmizdə turizm siyasəti turistlərin mövcud turizm potensialından səmərəli istifadəsi və turizmin davamlı inkişafının təmin edilməsi ilə bağlı tələbatın ödənilməsinə yönəlib.

Turizm siyasətinin düzgün tənzimlənməsi nəticəsində ölkədaxili turizmlə yanaşı, beynəlxalq turizm də hər il artan xətt üzrə inkişaf edir. Ölkəmizin turizm obyektləri içərisində aşağıdakı məkanların adını çəkmək olar:

➤ İçərişəhər – 22 hektarlıq bir ərazidə yerləşən bu tarixi-memarlıq qoruğu V əsrdən bizə yadigardır;

➤ Şirvanşahlar Saray Kompleksi – XIII-XVI yüzillikdə inşa edilmişdir. Bu saray hazırda muzey kimi fəaliyyət göstərir, yerli və əcnəbi turistləri qəbul edir;

➤ Qız qalası – XII yüzillikdə inşa edilən bu tarixi-memarlıq abidəsi 2000-ci ildə YUNESKO-nun Ümumdünya İrsi siyahısına daxil edilmişdir;

➤ Dənizkənarı Milli Park – qeyri-rəsmi olaraq, Bakı bulvarı kimi də tanınan və 1909-cu ildə əsası qoyulan bulvar 1998-ci ildə Dənizkənarı Milli Park adını almışdır.

➤ Atəşgah məbədi – III əsrdə inşa edilən bu zərdüştlük məbədi 1998-ci ildə YUNESKO-nun Ümumdünya İrsi siyahısına daxil edilmişdir. Atəşgah məbədi zərdüştlərlə yanaşı hinduistlər və siqxlər tərəfindən də müqəddəs sayılır;

➤ Yanardağ – bu təbiət abidəsinin ərazisi 64,55 hektardan ibarətdir. Yanardağ 2007-ci ildən tarix-mədəniyyət və təbiət qoruğu kimi fəaliyyət göstərir;

➤ Şəki Xan Sarayı – 300 kvadratmetr əraziyə sahib olan bu ikimərtəbəli saray unikal abidə olması ilə diqqət çəkir. 1761-1762-ci illərdə inşa edilən Şəki xan sarayı hazırda muzey kimi fəaliyyət göstərir;

➤ Şəki karvansarayı – Şəkidə turistlərin diqqətini özünə cəlb edən iki karvansaray var: Aşağı karvansaray və Yuxarı karvansaray. Aşağı karvansaray XVI-XVIII əsrlərdə, Yuxarı karvansaray isə XVIII-XIX əsrlərdə inşa edilmişdir;

➤ Naxçıvan Xan Sarayı – Əcəmi seyrangahında yerləşən Naxçıvan Xan Sarayı XVIII əsrdə inşa edilmişdir. Hazırda Naxçıvan Xalça Muzeyi kimi fəaliyyət göstərən Naxçıvan Xan Sarayının ərazisi 382 kvadratmetrdir;

➤ Gəncə – qədimliyi və müasirliyi özündə ehtiva edən bu şəhər turistlərin diqqətini daim cəlb etmişdir;

➤ Quba – coğrafiyası və iqlimi ilə diqqət çəkən Quba həm yerli, həm də əcnəbi turistlərin sevimli məkanlarından biridir;

➤ Qəbələ – “Tufandağ Qış-Yay Turizm İstirahət Kompleksi” 2014-cü il yanvarın 3-dən bu rayonda fəaliyyət göstərir;

➤ Qusar – bu rayonda inşa edilən “Şahdağ Qış-Yay Turizm Kompleksi” 5 min nəfər turisti qəbul etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur;

➤ Naftalan – bu şəhərdə yaradılan sanatoriya və kurort poliklinikaları səbəbindən turistlər müalicə məqsədilə bura axın edir.

Beynəlxalq turizm ölkələrarası siyasi və iqtisadi vəziyyətdən asılıdır və o, insanların ehtiyaclarını və maraqlarını, əhval-ruhiyyəsini, tələbatını müəyyənləşdirir. Xidmətlərin tədarükü (əsasən turist qəbul edən ölkələrin sayı), turist səfərlərinə tələbat (turist təmin edən ölkələrin sayı) əhəmiyyətli dərəcədə çoxdur, buna görə də beynəlxalq turizm bazarı alıcı-

ların diqqət mərkəzindədir. Turizmin bütün sahələrində həm dövlət strukturları səviyyəsində, həm də inkişaf etməkdə olan turizm biznesində yeni iş forması axtarılır, təchizatı sahəsini genişləndirir və ixtisaslaşmasını dərinləşdirir.

Azərbaycan turizm potensialı yüksək olan bir ölkədir. Turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatında əhəmiyyəti beynəlxalq turizm sahəsinə diqqət ayrılmasını tələb edir. Turizm ölkənin uzunmüddətli inkişafı üçün potensial bir sektor olaraq dəyərləndirilməlidir. Alternativ turizm növlərinə diqqətin yönəlməsi, marketing problemlərinin həll edilməsi sayəsində ölkəmizin turizm potensialından daha çox istifadə edilə bilər.

Turizm sənayesindən büdcə gəlirləri əldə etmək üçün hər hansı bir mədəni dövlət turizm potensialını və səmərəli turizmin inkişafını müəyyənləşdirmək məqsədilə öz ərazilərinin öyrənilməsinə sərmayə qoymalı, turizm biznesinin inkişafı məqsədilə, turist mərkəzlərinin və kurort bölgələrinin infrastruktur layihələrini hazırlamalı, informasiya dəstəyi verməli və reklama nəzarət etməlidir. Bundan əlavə, dövlət maliyyə resursları ilə turizmə dəstək verməklə yanaşı, inkişaf etmiş turizm qanunvericiliyini də tətbiq etməlidir.

### **Ədəbiyyat**

1. Ağayev R. Azərbaycanın beynəlxalq mədəni əlaqələri. Bakı, Mars-Print, 2003
2. «Azərbaycan regionlarının sosial-iqtisadi inkişafının Dövlət Proqramı (2004-2008-ci illər)» - Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı. B., 11 fevral 2004
3. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı. Bakı, 6 dekabr 2016
4. Azərbaycan Respublikasının turizm haqqında Qanunu. B., Qanun, 2000
5. Bilalov B.Ə. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı, Mütərcim, 2006
6. Əlirzayev Ə.T., Aslanova S.İ. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri. B., 2006
7. Turizm sahəsində normativ-hüquqi sənədlər. Azərbaycan Respublikası Gənclər İdman və Turizm nazirliyi. Bakı, 1999
8. Zeynallı Y.Q. Azərbaycanda turizm sistemi fəaliyyətinin və idarə olunmasının iqtisadi-coğrafi problemləri. Bakı, 1999
9. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>
10. World Tourism Organization (2019). <http://www.unwto.org>
11. World Tourism Organization (2001), Tourism Highlights. Tourism 2020 Vision

## **THE SITUATION WITH INTERNATIONAL TOURISM IN AZERBAIJAN**

**H.M.Gudratli**

### **SUMMARY**

This article is focused on the impact of tourism on national economy, its socio-cultural significance and the opportunities it presents. The origins of international tourism in Azerbaijan which date back to the late 20<sup>th</sup> and the early 21<sup>st</sup> Centuries, the situation with modern tourism and the prospects for its development are also discussed.

## **СИТУАЦИЯ С МЕЖДУНАРОДНЫМ ТУРИЗМОМ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**Г.М. Гудратли**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье отражено влияние туризма на национальную экономику, его социально-культурное значение и обилие возможностей. Затронута тема возникновения международного туризма в Азербайджане в конце XX и начале XXI веков, состояние современного туризма и перспективы его развития.

*Məqalə redaksiyaya 17 may 2020 tarixində daxil olmuş, 27 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 336.71

**AZƏRBAYCAN BANKLARININ BAZEL STANDARTLARINA UYĞUN  
OLARAQ DÜNYA İQTİSADİYYATINA İNTEQRASIYASI YOLLARI**

**Y.T.Hüseynzadə**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, Abbas Səhhət küçəsi, 45 a  
e-mail: yusif.huseynzada89@gmail.com

*Açar sözlər:* bank, Bazel standartları, risk

*Keywords:* bank, Basel standards, risk

*Ключевые слова:* банк, Базельские стандарты, риск

Qlobal maliyyə sistemində mövcud olan banklar və bank nəzarətçiləri risklərin idarə edilməsi üzrə qazanılmış təcrübələrin yalnız ayrı-ayrı bankların uğuru üçün deyil, eyni zamanda dünyada fəaliyyət göstərən bütün bankların tərəqqisi üçün mühüm bir amil kimi qəbul etdiklərindən, risklərin idarə olunmasının əhəmiyyəti getdikcə yüksəlməkdədir. Bank sistemində risklərin idarə olunmasında ən azı aşağıdakı fəaliyyət istiqamətləri nəzərə alınmalıdır: kredit riski, faiz dərəcəsi riski, likvidlik riski, hüquqi risklər, xarici valyuta riski, əməliyyat riski, kapital riski.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”nin “Banklarda daha sağlam risk idarəetməsinin təmin edilməsi” sərəlvhəli 4.1 nömrəli strateji prioritetinə əsasən, 2020-ci ilədək Azərbaycanın maliyyə sektorunun inkişafı üzrə strateji prioritet bütün növ şoklara qarşı dayanıqlı, risk idarəetməsi mexanizmlərinə dərinlən istiqamətlənmiş, effektiv tənzimləmə və güclü infrastruktur elementləri ilə əhatə olunmuş, inkişaf potensialı maliyyə sistemi formalaşdırmaqdır. Bu bir daha sübut edir ki, ölkənin bank sistemi beynəlxalq risk idarəetməsi standartlarına uyğun dayanıqlı nəzarət çərçivəsi qurmalı və stabilliyini daim təmin etməlidir. Riskəsaslı nəzarət mexanizminə keçidin əldə edilməsi üçün bütün müvafiq tənzimləmə prosedurları tətbiq edilməlidir. Belə ki, ölkənin bank sistemi 2020-ci ilədək “Bazel-II” və 2025-ci ilədək isə “Bazel-III” standartlarının tələblərinə tam uyğunlaşdırılmalıdır.

“Bazel-II” standartı banklarda kapital adekvatlığının qiymətləndirilməsi ilə əlaqədar “Basel Committee on Banking Supervision” tərəfindən hazırlanan və dünyanın yetkin ölkələrində istifadə olunan metodiki tövsiyələr toplusudur. Bu standartların köməyiylə banklar mütəmadi olaraq öz requlyativ tənzimləmə çərçivələrini zamanın tələbinə uyğunlaşdırırlar.

Düşünürük ki, son illərdə maliyyə sektorunda olan qarışıqlıqların artması (əsasən də derivativlərlə olan əməliyyatlarla) və bu sferanın idarə edilməsində yaranan çətinliklər zəminində “Bazel-II” standartı bu fəaliyyətlərlə bağlı olaraq risklərin idarə edilməsini daha səmərəli formada həyata keçirməyə imkan verir. Məhz “Bazel-II” standartı meydana gəldikdən sonra banklar risklərin idarə edilməsi ilə bağlı narahatlıqlarını gizlədə bilmədilər. Bunun nəticəsi bank bazarında hiss olunmaqdadır.



Cədvəl. “Bazel-I” və “Bazel-II” standartları arasındakı əsas fərqlər

Bazel-I	Bazel-II
İƏİT üzvü olan ölkələr 0 faiz, digər ölkələr isə 100 faizli risk qrupuna daxildir	Bu yanaşma tam olaraq aradan qaldırılıb. Burada qeyri-müəyyən və potensial risklər üçün minimum kapital müəyyənəndirilir. Fəaliyyət əsasən, bank nəzarəti istiqaməti üzrə gücləndirilir. Həmçinin, bazar intizami və risk idarəetməsini daha da effektivləşdirmək əsas hədəflərdən biridir
Kredit riskləri həm də borcalanın reytinginə əsasən müəyyənəndirilir	“Bazel-II” standartında daha detallı üsullardan istifadə edilir. Həmçinin, nəzarət orqanının icazəsi əsasında daxili reyting-qiymətləndirmə sistemi də yaradıla bilər
“Bazel-I”-də Kapital adekvatlığının ölçülməsi kredit və sonradan da bazar riskləri üzrə aparılır	“Bazel-II” standartında əməliyyat riski də bu hesablanmaya əlavə olunmuşdur. “Bazel-II” standartında əməliyyat risklərini doğuran faktorlar da kapital tələbinin tərkibinə daxil edilmişdir (daxili proseslər, insan, sistem, kənar hadisələr)
Bazel-I”-də maliyyə sektoruna bank nəzarəti orqanlarının müdaxiləsi nəzərdə tutulmamışdır	“Bazel- II” standartında isə tam əksinə, bu nəzarətin gücləndirilməsi tələbi var idi
“Bazel-I”-də məlumatların ictimaiyyətə açıqlanması (bazar intizami) nəzərdə tutulmayıb	“Bazel- II” standartında isə əksinə, bazar intizami tələbi var

**Mənbə:** müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (Ferreira C., Jenkinson N., and Wilson C., 2019, IMF, “From Basel I to Basel III: Sequencing Implementation in Developing Economies”)

Göründüyü kimi, “Bazel-II”-nin əhatə və tənzimləmə imkanları “Bazel-I”-dən daha geniş və məntiqlidir. “Bazel-II”-də həm risklərin ölçülməsi, həm də risklərin idarə edilməsinə böyük əhəmiyyət verilir. Demək olar ki, “Bazel-II” standartı bank fəaliyyətinin tənzimlənməsi və onların fəaliyyətinə nəzarətində yeni mexanizmlər gətirən bankçılıq, maliyyə və risk fenomenidir. İnformasiyanın açıqlanmasında hər bir ölkə müstəqil olaraq qaydalar sistemi qurmuş və banklar haqqında ətraflı və çeşidli cari informasiyanı özlərinin müəyyənəndirdiyi qaydalar uyğun ictimaiyyətə təqdim olunmasını təmin edir. Bu standart banklarda risklərin idarə edilməsinə inamı daha da artırmış və nəticədə xarici investorlar tərəfindən maliyyələşmə imkanlarını genişləndirmişdir.

“Bazel-II” standartında bank nəzarəti orqanına tələblərin olmasına baxmayaraq, bəzi ölkələrdə bu tənzimləmələr tam şəkildə həyata keçirilməyərək, maliyyə sektorunun bəzi iştirakçılara fəaliyyətlərində azadlıq verilir (məsələn, ABŞ ipoteka və direktivlər bazarı). Əsasən ABŞ bazarlarından qaynaqlanan 2008-ci il maliyyə böhranının baş verməsindən sonra risklərin idarə olunmasında daha tələbkar və effektiv mexanizmlərə ehtiyacın duyulduğu üzə çıxdı. Məhz bu böhrandan sonra Bazel Komitəsi yeni bir standartın- “Bazel-III” tövsiyələr paketinin formalaşdırılmasını vacib hesab etdi.

“Bazel-III” standartı üzrə tövsiyələr paketi aşağıda qeyd olunmuş nüanslar üzrə tamamlanır:

- əmələgəlmə formasından asılı olmayaraq maliyyə-iqtisadi risklərə münasibətdə bank sektorunun dözümlülüyünün yüksəldilməsi;

- korporativ idarəçilik standartları və risklərin idarəetməsi üzrə tədbirlərin təkmilləşdirilməsi;
- bankların ictimaiyyətə açıqlanan məlumatlar kontekstində şəffaflığının artırılması;
- mikroprudensial tənzimləmə zamanı bankların daha da dözümlü olmasına istiqamətlənən mexanizmlərin tətbiqi;
- makroprudensial tənzimlənmə tədbirləri zamanı maliyyə sisteminin risklərə münasibətdə davamlılığının artırılması.

Əsasən likvidlik, kapital və makroprudensial tənzimləməyə istiqamətlənən nəzarət mexanizmləri üzrə “Bazel-III” standartına əsasən yeni davamlılıq normativlərinin tətbiq edilməsi maliyyə sferasına tövsiyə edilmişdir.

Azərbaycan yüksək iqtisadi artıma və inkişaf tendensiyasına müstəqillik əldə etdikdən sonra qısa bir müddət ərzində nail ola bilmişdir. Əlbəttə ki, bu inkişafda bank sferasının rolu əvəzəedilməzdir. Çünki, maliyyə sektoru ölkənin beynəlxalq arenaya çıxışında əsas həlqələrdən biridir. Son illərdə ölkədə aparılan iqtisadi islahatlar maliyyə sektoru və xüsusilə də, bank sferasından da yan keçməmişdir. Bu islahatlarda həmçinin, banklarda risklərin idarə edilməsi üzrə bir çox qabaqcıl ölkələrin təcrübələrinin tətbiq edilməsi məsələsi də yer almışdır.

Son zamanlar bank sistemində baş vermiş köklü dəyişiklikləri aşağıdakı şəkildə qruplaşdırmaq mümkündür:

- ölkə iqtisadiyyatında aparılmış islahatlar bank sisteminin məsuliyyətini daha da dərinləşdirmişdir;
- bankçılıq funksiyalarının təkmilləşdirilməsi xarici ölkə bankları ilə rəqabətə girə biləcək bir maliyyə sisteminin formalaşdırılmasını təmin etmişdir;
- AMB pul-kredit tənzimlənməsini sərbəst şəkildə aparması hüququnu əldə etmişdir;
- Bankçılıq funksiyaları genişləndirilərək, qiymətli kağızlarla əməliyyatlar, faktoring, lizing və s. tipli əməliyyatlar aparmaq hüququ təkmilləşdirilmişdir.

2011-ci ildə ölkə iqtisadiyyatı dünyada baş verən gərgin proseslər zəminində bank sektoru effektiv dayanıqlıq göstərmiş, milli iqtisadiyyatda inkişaf və irəliləyiş prosesləri daha da genişlənməmişdir. AMB uçot faiz dərəcəsini dəyişərək 5.25 faiz etmişdir. 2011-ci ildə bank sektorunda kredit yatırımları 7.5 faiz, aktivlər 10.7 faiz, əmanətlər 26.4 faiz artmışdır. 2012-ci ildə məcmu kapitalın həcmi 30 faiz, aktivlər 20.6 faiz, kredit qoyuluşları isə 20.9 faiz artmışdır. Əmanətlər 15.6 faiz artaraq 4.8 mlrd manat olmuşdur. 2013-cü ildə pul kütləsi cari ilin 11 ayında 9 faiz artmış, aktivlər 22 faiz, kredit qoyuluşları 25 faiz artmışdır. 2014-cü ildə ölkənin iqtisadi inkişafında bank sferasının rolunun yüksəlməsi nəzərə çarpmışdır. Əhalinin əmanətləri üzrə orta faiz dərəcəsi 14.3 faiz, kreditlər üzrə 10.8 faiz təşkil edirdi. 2015-ci ildə AMB məcburi ehtiyat normasını 0.5 faizə, uçot faiz dərəcəsini isə 3 faizə salmışdır. 2015-ci ildə bank aktivləri 27.8 mlrd manat, aktiv kredit yatırımlarının həcmi isə 18.7 mlrd manat olmuşdur.

Yuxarıda sadalanan dövrlər məhz devalvasiyaya qədərki aktivliyi əks etdirir. Devalvasiyadan sonra ölkə iqtisadiyyatında durğunluq yaranmış, sənaye və kənd təsərrüfatının bir çox sahələri, tikinti və eləcə də, maliyyə sektoru tənəzzülə uğramışdır. Həm dövlət və həm də özəl sektorda olan ixtisarlar nəticəsində böyük işsizlik ordusu yaranmışdır. Təbii ki, bunların təsiri sırf bazar riskləri üzərindən ölçülməlidir. Ölkə bank sektorunda xarici valyuta risklərinin idarə edilməsi məhz bu hadisədən sonra gündəmdə yer aldı. Bu risklərin idarə edilməsi ilə bağlı modellər, stress-testlər, valyutada likvidlik analizləri daha geniş aparılmağa başlandı. Açıq valyuta mövqeyi olan banklar bu mövqe-

yi yaradılmış ehtiyatlarla “kompensasiya” edə bilmələrini təmin edirdilər.

Zaman keçdikcə banklar öz əvvəlki durumlarını bərpa edə bildilər. Təbii ki, burada risklərin idarə edilməsi mövzusu daha da aktuallaşdı.

2018-cu ilin sonunda bankların məcmu kapitalı 4044.5 mln manat, 2019-cu ilin sonunda 4498.7 mln manat olmaqla 11.2% artmış, 2018-cu ilin sonunda bankların depozit portfeli 18703.7 mln manat, 2019-cu ilin sonunda 21353.6 mln manat olmaqla 14.2% artmış, 2018-cu ilin sonunda kredit portfeli 12149.1 mln manat, 2019-cu ilin sonunda 14421.9 mln manat olmaqla 18.71% artmış, 2018-cu ilin sonunda bank aktivləri 29465.0 mln manat, 2019-cu ilin sonunda 32304.2 mln manat olmaqla 9.64% artmışdır.

Buna baxmayaraq, ölkədə müəyyən vaxtlarda davamlı kapital çatışmazlığından əziyyət çəkən banklar mövcud olmuşdur. Onların da əsas problemi kredit riskləri üzərindən ölçülür. Çünki, hal-hazırda ölkədə kapitala təzyiq əsasən kredit riskləri üzrə tətbiq edilir.

Yuxarıdakı cədvələ əsasən, aktivlər, kredit və depozit portfeli, kapital artımının xarakteri onu göstərir ki, banklar əmanət və depozitlər cəlb edərək kredit portfeli və bununla da, aktivlərini artırmışlar. Yəni, kredit portfeli kapital hesabına artmamışdır. Məhz bu tendensiyanın bu gedişlə davam etməsi bankların fəaliyyətində bir çox risklərə yol açə bilər. Buradan faiz, xarici valyuta, kapital, kredit və s. risklərin biri-biri ilə necə sıx bağlı olduğu aydın görünür. Bu tip vəziyyət banklarda risklərin idarə edilməsini vacib bir nöqtəyə çatdırmış və doğrudan da, devalvasiyadan sonra Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatasının yaranması bu işin başlanğıcı oldu.

Bankların əldə etdikləri xalis mənfəətin həcminə diqqət edərək görürük ki, 2018-ci illə müqayisədə 2019-cu ildə 2 dəfə (313 mln manat) artmışdır (mənbə: Azərbaycan Banklar Assosiasiyası, 2020). Burada əsas mübahisə mövzusu bu mənfəətin hansı hissəsinin ehtiyatlardan qayıdılmalarla əldə olunmasıdır. Yəni, əməliyyat mənfəəti hansı yeri tutur? Bu sualla bağlı bildirək ki, bəli, ehtiyatdan qayıtmalar bu rəqəmlərdə əsaslı rol oynayır. Bildiyimiz kimi, 28 fevral 2019-cu ildə respublika prezidenti tərəfindən “Azərbaycan Respublikasında fiziki şəxslərin problemlə kreditlərinin həlli ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı” imzalanmışdır (mənbə: <http://e-qanun.az/framework/41571>). Bu fərmanın təsiri altında düşən müştəri kateqoriyaları üzrə kompensasiya ödənişləri nəzərdə tutulmuşdur ki, ümumilikdə ölkə banklarında problemlə kreditlərin 645 milyon manat hissəsi tam ödənilmiş, vaxtı keçmiş kreditlərin illik bir faizlə, beş illik müddətə yenidən uzadılmasına 269 mln azn vəsait ayrılmışdır. Proses hələ də davam etməkdədir. Məhz bu kompensasiyalar nəticəsində ehtiyatlardan geri qayıtmalar bankların xalis mənfəətinin artmasına ciddi təsir göstərmişdir. Bu məsələ bankları daha da ruhlandırılmış, dirçəltmiş, daha müasir fəaliyyət çərçivəsi cizmağa həvəsləndirmiş, real sektorun maliyyələşdirilməsində rolunun artmasına təkan vermişdir. Bu fəaliyyətə paralel olaraq ortaya çıxacaq risklərin idarə edilməsi də onların özlərində qalmaqdadır.

2019-cu il ərzində 2018-ci il ilə müqayisədə banklarda 180 milyon manatdan çox ehtiyat qayıtmışdır (mənbə: Azərbaycan Banklar Assosiasiyası, 2020). Deməli, 313 milyon manat xalis mənfəətin 180 milyon manatı (57,5%) ehtiyat hesabına formalaşmışdır.

Bu əslində bankların problemlə kreditlərlə bağlı fəaliyyətinin həmin dövrdə qənaət-bəxş olmasından xəbər verir. Bu hal bütün zamanlar üçün vacib faktordur. Xalis mənfəəti aşağı olan banklar üçün isə mövcudluqlarını qoruyub saxlamaları üçün əsas faktordur.

Çünki, ehtiyatlar vasitəsilə kapitalla təzyiq müəyyən qədər azalmış olur. Lakin, bank öz fəaliyyətində hər zaman bu kimi hallara hazır olmalıdır.

Bildiyimiz kimi, Azərbaycanın bank sektoru risklərin idarə edilməsində əsasən “Bazel-I” standartlarının müddəalarına uyğun olaraq fəaliyyət göstərir. Lakin, yeni standartlara aid bəzi alətlərin də tətbiqi artıq reallaşdırılmışdır. Bundan əlavə, ölkənin bir çox banklarında qeyri-rəsmi formada müasir risk modellərinin tətbiqi həyata keçirilir. Əminliklə deyə bilərik ki, ölkədəki bankların əksəriyyəti ətraflı məlumatları özündə əks etdirən stress test modelini qura bilmişdir. Lakin, müəyyən banklarda makroiqtisadi göstəricilərin bu modelə əlavə edilməsi məsələsi hələ də öz əksini tapmamışdır.

Son zamanlar dünya iqtisadiyyatında baş verən hadisələr göstərir ki, banklar daha dayanıqlı inkişaf və fəaliyyət konsepsiyası qurmaqdan ötəri aşağıda sadalanan müəyyən proseslərin tətbiqi və ya inkişaf etdirilməsinə nail olmalıdırlar:

- İnformasiya texnologiyaları infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi;
- İT təhlükəsizlik modullarının daha geniş tətbiqi və kənar hadisələrin əməliyyat risklərindən qorunmaq üçün əsasən lisenziyalaşdırılmış proqramlardan istifadə;
- Korporativ idarəetmə standartlarının tam tətbiqi;
- Bank-müştəri münasibətlərinin daim diqqətdə saxlanması;
- Əməliyyatların aparılmasında online platformanın genişləndirilməsi;
- Əməkdaşların peşəkarlıq qabiliyyətinin daim artırılması;
- Əhəlinin maliyyə savadlılığı istiqamətində səylərin göstərilməsi;
- Kredit portfelinin idarə edilməsində qabaqcıl risk faktorlarının nəzərə alınması;
- Təminatlı kredit portfeli üzrə borcalanların izafi yüklənməsindən çəkinmək;
- Təminatlı istehlak kreditləşməsinə mükəmməl formada hazırlanmış skoring modelindən istifadə;
- Biznes kreditləşməsinə anderrayting işinin səmərəli təşkili;
- Kreditlərin əsasən real sektorun maliyyələşməsinə axınını təmin etmək;
- İqtisadiyyatın maliyyələşdirilməsi üzrə dövlət fondunun vəsaitlərindən istifadənin genişləndirilməsi (Azərbaycan Kənd Təsərrüfatı İnkişafı Agentliyi, Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu, Azərbaycan Kənd Təsərrüfatı İnkişafı Agentliyi- Dünya Bankının xətti ilə və s.);
- Kredit risklərinə görə məqsədli ehtiyatların proqnozunun aparılması və onların kapitalla təzyiqinin azaldılması üçün qabaqlayıcı tədbirlərin görülməsi;
- Banklarda ani vəsait çatışmazlığının baş verməməsi üçün likvidlik dəhlizlərinin formalaşdırılması;
- Likvidlik risklərinin idarə edilməsində ən pis ssenari yanaşmasına üstünlük verilməsi;
- Xarici valyuta risklərinin idarə edilməsinin ən son standartların tələbinə uyğunlaşdırılması, valyutada olan kredit portfelinə görə yaradılmış ehtiyatların məbləğinin açıq valyuta mövqeyi məbləği ilə örtülməsi;
- 2020-ci ilin sonunadək qısa valyuta mövqeyinin olmamasının daim nəzarətdə saxlanması, 2020-ci ildən sonra isə bu qısa mövqenin valyuta alışları ilə aylıq sıfırlanması və ya uzun mövqenin əldə olunması;
- Faiz dərəcəsi riskinin qarşısının alınması məqsədi ilə, banklarda FTP (Fond Transfer Pricing - transfer qiymətlərinin müəyyənləşdirilməsi metodologiyası) modelinin tətbiqi nəticəsində resursların real maya dəyərinin ən azı rüblük hesablanması;

- Faiz hesablanmayan kredit portfeli həcmının nəzarətdə saxlanması;
- Bankların hər bir risk növünə uyğun stress test analizinin ayda bir dəfədən az olmayaraq aparılması;
- Risklərin idarə edilməsi üzrə Bazel Komitəsinin tövsiyə etdiyi mexanizmlərin banklar tərəfindən müstəqil şəkildə sadə variantda tətbiqinin həyata keçirilməsi;
- Azərbaycan banklarının Bazel standartlarının yeni tələblərini tətbiq etməklə ölkənin maliyyə sabitliyinin qorunması və dünya miqyasında etimadının artırılması üçün bank nəzarəti üzrə dövlət orqanının işinin funksionallığının artırılması.

Göründüyü kimi, yeni standartlara keçid ilə bağlı ən çətin və ən vacib məqamlardan biri kapitallaşmanın artırılmasıdır. Məhz yeni standartlardakı normativ tələblər əsasən kapital üzərindən hesablandığı üçün ölkəmizin ilk görməli olduğu iş məhz budur.

Xarici ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, risklərin idarə edilməsi üzrə Bazel Komitəsinin müəyyən etdiyi tələblərin həyata keçirilməsi ölkənin maliyyə dayanıqlılığını və stabil inkişafını artıracaq, dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyada bankların səmərəliliyinin və ölkənin maliyyə sisteminə olan etimadın qorunub saxlanılmasına xidmət edəcəkdir.

#### **Ədəbiyyat**

1. Ferreira C., Jenkinson N., and Wilson C. 2019, IMF, “From Basel I to Basel III: Sequencing Implementation in Developing Economies”
2. Azərbaycan Banklar Assosiasiyası. 2020. <https://aba.az/banklar/renkinql%e9%99r/>
3. <http://e-qanun.az/framework/41571>
4. [https://azertag.az/store/files/Strateji\\_yol\\_xeritesi/strateji\\_yol\\_xeritesi\\_maliyye\\_xidmetlerinin\\_inkishafi\\_15122016.pdf](https://azertag.az/store/files/Strateji_yol_xeritesi/strateji_yol_xeritesi_maliyye_xidmetlerinin_inkishafi_15122016.pdf)

### **WAYS TO INTEGRATE AZERI BANKS INTO THE WORLD ECONOMY IN LINE WITH THE BASEL STANDARDS**

**Y.T.Huseynzadeh**

#### **SUMMARY**

The main purpose of this research is to examine the results of the application of regulatory mechanisms provided by the new Basel standards in Azeri banks.

### **ПУТИ ИНТЕГРАЦИИ БАНКОВ АЗЕРБАЙДЖАНА В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ В СООТВЕТСТВИИ С БАЗЕЛЬСКИМИ СТАНДАРТАМИ**

**Ю.Т.Гусейнзаде**

#### **РЕЗЮМЕ**

Основной целью данного исследования является изучение результатов, которые будут получены в результате применения в банках Азербайджана механизмов регулирования, предусмотренных в новых Базельских стандартах.

*Məqalə redaksiyaya 19 may 2020 tarixində daxil olmuş, 28 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 657.1

## MALİYYƏ RİSKLƏRİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ METODİKASININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

**Ə.D.Əsgərzadə**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-mail: esgerkerimli97@gmail.com

*Açar sözlər:* maliyyə riskləri, qeyri-müəyyənlik, qiymətləndirmə

*Keywords:* financial risks, uncertainty, assessment

*Ключевые слова:* финансовые риски, неопределенность, оценка

Hər bir sahibkarlıq subyekti müəyyən risklərlə üzləşdiyindən, risk zonalarının müəyyən edilməsi, risklərin turizm təşkilatlarının maliyyə vəziyyətinə və fəaliyyətinin maliyyə nəticələrinə təsirini qiymətləndirmək, risklərin arzuolunmaz nəticələrinin azaldılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Maliyyə risklərinin qiymətləndirilməsi probleminin praktiki həll edilməsinin zəruriliyi və bazarın qeyri-müəyyənliyi şəraitində turist təşkilatlarının davranışı sözügedən məsələ üzrə kompleks tədqiqatların aparılmaması ilə izah olunmalıdır. Müasir dövrdə qanunvericilik bazasının kifayət dərəcədə olmaması səbəbindən iqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu kimi, turizm müəssisələrində də risk-menecmentin mexanizmlərindən və vasitələrindən kifayət qədər istifadə olunmur. Bütün bunlar nəzəri-metodiki cəhətdən maliyyə riskinin qiymətləndirilməsinin və idarə olunmasının vacibliyini, mövzunun aktuallığını səciyyələndirir.

### Metod

Xidmət sektoru təşkilatlarında risklərin idarə olunması və qiymətləndirilməsi üzrə müxtəlif ölkələrin iqtisadçı alimlərinin elmi-metodiki tədris materialları mövzunun öyrənilməsinin nəzəri-metodoloji əsasını təşkil edir. İnformasiya bazası qismində isə Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin və digər dövlət orqanlarının normativ-hüquqi və təlimat xarakterli sənədlərindən (təlimat, əsasnamə, əmr və qanunlar), mühasibat uçotu və hesabatının məlumatlarından istifadə olunmuşdur. Eyni zamanda sosial-iqtisadi hadisələrin dərk olunmasında dünya elmi tərəfindən istifadə olunan dialektik, statistik, müqayisə, induktiv, deduktiv, müşahidə, dinamika və s. üsullardan istifadə edilmişdir.

### Analiz

#### Risklərin mahiyyəti və təsnifatı

7 saylı “Maliyyə alətləri: Məlumatların açıqlanması” MHBS-da (Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartları) risk səbəbindən maliyyə aktivlərinin və maliyyə öhdəliklərinin, dəyişikliklərin, eləcə də kredit riskində mühüm artımların qiymətləndirilməsi məsələlərinə baxılmışdır. Bu MHBS-nin məqsədi maliyyə hesabatlarının istifadəçilərinə qiymətləndirmə aparan zaman yardım edə biləcək açıqlamaların verilməsini müəssisələrdən tələb

etməkdir. Sözügedən standart hesabat dövrü ərzində və hesabat dövrünün sonunda müəssisənin məruz qaldığı maliyyə alətləri ilə əlaqədar yaranan risklərin xarakterini, dərəcəsinə və müəssisənin həmin riskləri necə idarə etməsinə tənzimləyir. Vurğulamaq lazımdır ki, bu Standartda göstərilən prinsiplər “Maliyyə alətləri: Təqdimat” adlı MUBS 32 və “Maliyyə alətləri” adlı MHBS-da göstərilən maliyyə aktivlərinin və maliyyə öhdəliklərinin tanınması, qiymətləndirilməsi və təqdimatı üzrə prinsipləri tamamlayır ([www.maliyye.gov.az](http://www.maliyye.gov.az)).

Risk təkrar istehsal kateqoriyası olmaqla, onun bütün fazalarını əhatə edir. Məhz bu baxımdan sahibkarlıq riski gəlir əldə etmək məqsədi ilə sahibkarın təkrar istehsal prosesində qeyri-müəyyənlik elementlərindən yaradıcı istifadə etmək bacarığının həyata keçirilməsi üzrə iqtisadi münasibətlər sistemini səciyyələndirir. Qeyd etmək lazımdır ki, əgər riskin idarə edilməsi qeyri-müəyyənlik şəraitində mülkiyyətin itirilməsi təhlükəsini aradan qaldırmaqdırsa, bu halda risk– baş verə biləcək və ya baş verməyəcək gözlənilməz şərait, itkinin yaranmasının mümkünüyü, mənfi nəticələrə səbəb ola biləcək hadisə, fəaliyyət növlərinin xüsusiyyətlərindən irəli gələn mümkün itki, ziyan, zərər təhlükəsi, proqnozlaşdırılan variantla müqayisədə zərərin yaranması və ya gəlirin azalması ehtimalı kimi səciyyələndirilə bilər (Kazımlı X. və İbrahimov İ., 2011; Найт Ф., 2003; Холмс Э., 2007).

Risk konsepsiyası mümkünlük kimi risk və gəlirlik arasında qarşılıqlı əlaqəyə əsaslanır. Təsadüfi deyildir ki, riski uğur əldə etmək məqsədi ilə atılmış addım kimi də səciyyələndirirlər. Risk yüksək olduqca potensial gəlir də yüksək olur. Riskin belə konsepsiyası şans anlayışına daha yaxındır. Risk– menecment itkilərin məhdudlaşdırılması ilə eyni vaxtda gəlirin maksimallaşdırılması texnikasından istifadəni ifadə edir. O, maliyyə və iqtisadi risklərin idarə edilməsi zamanı istifadə olunur. Risk- məqsədə çatmaq yolunda mümkün itki ilə bağlı mövcud olan qeyri-müəyyənlikdir (Kazımlı X. və İbrahimov İ., 2011; Бартоп Т., Шенкир У., Уокер П., 2008; Томас Л. и др., 2003).

Xüsusi ədəbiyyatların tədqiqi onu göstərir ki, risk cəmiyyətin iqtisadi, siyasi və sosial həyatının ayrılmaz elementi kimi bazar şəraitində fəaliyyət göstərən istənilən təşkilatın fəaliyyətinin bütün istiqamətlərini və sahələrini müşayiət edir. Unutmamaq lazımdır ki, risk etmək sahibkarın uğurlu fəaliyyətinin mühüm şərtlərindən biridir. Əgər qərar tam informasiyanın mövcud olmaması və iqtisadiyyatın inkişaf qanununa uyğunluğunun nəzərə alınmaması şəraitində qəbul edilərsə, o zaman risk subyektivizmə səbəb ola bilər. Bu halda risk sözsüz ki, qeyri-konstruktiv amil kimi çıxış edəcəkdir.

Maliyyə risklərinin idarə olunmasının əsas məsələlərindən biri onların elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsnifatının formalaşdırılmasıdır. Sözügedən risklərin təsnifatı özündə bazar, kredit və likvidlik risklərini birləşdirir (Томас Л. и др., 2003; Холмс Э., 2007, Шапкин А.С., 2005). Bazar riskləri bazar parametrlərinin, qiymətlərin və qiymət indekslərinin (mallar, iş, xidmətlər, qiymətli kağızlar, qiymətli metallar üzrə) dəyişməsilə əlaqədar aktivlərin, öhdəliklərin və pul axınlarının ədalətli dəyərinin, faiz dərəcələrinin, xarici valyuta kurslarının mümkün tərəddüdləri ilə əlaqədardır.

Kredit riski (borcalana kreditin verilməsindən sonra müəyyən nəticənin əldə edilməsi ehtimalı) kommertiya bankları, kredit təşkilatları, investisiya institutları və bu tip digər təşkilatların vəsaitin cəlb edilməsi üzrə ödədiyi faiz dərəcələrinin onlar tərəfindən verilən kreditlərə görə alınan faiz dərəcələrindən yüksək olması səbəbindən itki təhlükəsini səciyyələndirir. Səhmlər üzrə dividendlərin, istiqraz, sertifikat və digər qiymətli kağızlar bazasında faiz dərəcələrinin dəyişməsi də kredit riskinə aid edilir. Bazar faiz dərəcəsinin artma-

sı qiymətli kağızların, xüsusilə təsbit edilmiş faiz üzrə istiqrazların kurs dəyərinin azalmasına gətirib çıxarır. Faiz dərəcəsinin artması zamanı aşağı faiz dərəcələri ilə təsbit edilmiş və müqavilə şərtinə görə emitent tərəfindən təcili geri alınan qiymətli kağızların kütləvi dövriyyəyə atılması da baş verə bilər.

Likvidlik riskləri qiymətli kağızların və ya digər əmtəələrin onların keyfiyyət qiymətinin və istehlak dəyərinin dəyişməsi səbəbindən satış zamanı itkilərin mümkünlüyü ilə əlaqədardır.

Risqlərin təsnifatından bəhs edərkən qeyd olunmalıdır ki, iqtisadi ədəbiyyatlarda maliyyə riskinin iki növü fərqləndirilir:

1. pulun alıcılıq qabiliyyəti ilə əlaqədar risk;
2. kapital qoyuluşu ilə əlaqədar risk (investisiya riski).

Pulun alıcılıq qabiliyyəti ilə əlaqədar risklərə inflyasiya riskini (inflyasiya nəticəsində alıcılıq qabiliyyəti nöqtəyi-nəzərdən əldə edilən gəlirin sürətlə dəyərdən düşməsi) və valyuta riskini (xarici valyuta kursunun dəyişməsi ilə şərtlənən risk) aid etmək olar. Valyuta riski (bura valyuta faiz riski və portfel riski daxildir) daha mühümdür və valyuta ilə ixrac-idخال əməliyyatlarının həyata keçirilməsi zamanı qiymətləndirilir.

### **Risqlərin təhlili və qiymətləndirilməsi metodları**

Adətən risklərin qiymətləndirilməsinə sahibkarlıq fəaliyyətinin riskli situasiyaların optimallaşdırılmasına yönəldilmiş hərəkəti kimi baxılır. Belə hərəkətləri yalnız qiymətləndirmə ilə bağlamaq olmaz. Məsələyə bu aspektdən yanaşaraq qeyd etmək olar ki, riskli situasiyaların optimallaşdırılması risklərin qiymətləndirilməsi ilə bilavasitə bağlı kompleks tədbirlər sistemidir. Riskli situasiyaların optimallaşdırılmasının əsas məqsədi risklərin yaranması ehtimalının azaldılması və risk şəraitində fəaliyyətin həyata keçirilməsi prosesində təşkilatın itkilərinin minimuma endirilməsidir.

Risqlərin idarə olunmasına yanaşmalar müxtəlifdir: aktiv idarəetmə (risklərin minimuma çatdırılması üçün mövcud informasiya və vəsaitlərdən istifadə), adaptiv yanaşma (“zərərin daha az olanını seçməli”), konservativ yanaşma (risklərin idarə edilməsinə konservativ və ya passiv yanaşma) (Найт Ф., 2003; Томас Л. и др., 2003; Холмс Э., 2007). Bununla əlaqədar, risklərin qiymətləndirilməsinin müxtəlif metodlarından istifadə olunur. Sığorta haqlarının ödənilməsi xərcləri artırırsa, gələcək qeyri-müəyyənliyi azaldır. Əgər sığorta şirkəti sığorta halının həyata keçirilməsi zamanı itkini tam örtürsə, gələcək qeyri-müəyyənlik tam aradan qalxır (Бартоп Т., Шенкир У., Уокер П., 2008; Холмс Э., 2007).

Təsərrüfat əməliyyatlarının diversifikasiyası zamanı əldə edilmiş fayda o halda baş verir ki, vəsait tək-cə faydalı (və yüksək riskli) layihələrə deyil, digər layihələrə də yönəldilir. Əgər arzuolunmaz imkanlar mövcuddursa, “ən faydalı” layihə zərər gətirir, digər layihələr təşkilatın fəaliyyət göstərməsinə imkan yaradır.

Riskin kəmiyyət təhlili ayrı-ayrı risklərin və layihənin bütövlükdə risk ölçülərinin miqdarca müəyyən edilməsidir. Kəmiyyət təhlilinin əsas məqsədi layihənin meyarlarının, məsələn, amillərin seçilmiş göstəricilərinin dəyişməsindən xalis cari dəyər dəyişməsinin öyrənilməsi və hesablanmasıdır. Xarici ölkələrdə risklərin təhlilinin geniş yayılmış metodlarından həssaslığın təhlilini, ssenarilərin təhlilini və Monte-Karlo metodu üzrə risklərin modelləşdirilməsini misal göstərmək olar. Qeyd etmək lazımdır ki, riskin təhlili zamanı statistik, xərclərin məqsədəuyğunluğunun təhlili, ekspert qiymətləndirmə və analogiya me-



todlarından geniş istifadə olunur (Kazımlı X. və İbrahimov İ., 2011; Müslümov S.Y. və Kazımov R.N., 2011; Чемов В.А., 2002; Шапкин А.С. (2005)). İqtisadi-statistik metod maliyyə riskləri səviyyəsinin qiymətləndirilməsinin əsasını təşkil edir. Hesablama zamanı istifadə olunan əmsallardan biri olan maliyyə riski səviyyəsi aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$S^R = E^R \times M^i$$

Burada  $S^R$  – risk səviyyəsi,  $E^R$  – risk hadisəsinin baş verməsi ehtimalı,  $M^i$  – həmin riskin baş verməsi zamanı mümkün maliyyə itkilərini göstərir.

Qeyd olunan alqoritm üzrə maliyyə riskinin səviyyəsinin hesablanması mütləq göstərici ilə əks etdiriləcək ki, bu da digər alternativ variantların nəzərdən keçirilməsi zamanı onun müqayisə bazasını nəzərə çarpacaq dərəcədə azaldır.

Dispersiya – maliyyə əməliyyatlarının həyata keçirilməsindən gözlənilən gəlirlərin onun orta kəmiyyətinə münasibətdə bölüşdürülməsi dərəcəsini xarakterizə edir. Dispersiya aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$\sigma^2 = \sum_{i=0}^n (G_i - G_{or})^2 \times E_i.$$

Burada  $\sigma^2$  – dispersiya,  $n$  – mühitin vəziyyətinin miqdarı,  $E_i$  – mühitin  $i$  vəziyyətinin ehtimalı,  $G_i$  – mühitin  $i$  vəziyyəti zamanı əməliyyatlardan gəliri,  $G_{or}$  – əməliyyat üzrə orta gəliri göstərir:

$$G_{or} = \sum_{i=0}^n G_i \times E_i$$

Orta kvadratik (standart) kənarlaşma. Bu göstərici ( $\sigma$ ) fərdi maliyyə riskinin səviyyəsinin qiymətləndirilməsi prosesində ən geniş yayılmış göstəricidir. Sözügedən göstərici variasiya dərəcəsini müəyyən edir və dispersiya əsasında qurulur. Onun kəmiyyəti aşağıdakı düstur vasitəsi ilə hesablanır:

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2} = \sqrt{\sum_{i=0}^n (G_i - G_{or})^2 \times E_i}$$

Bu düsturdan istifadənin üstünlüyü onunla izah olunur ki, giriş göstəricisi kimi, bizim situasiyada əməliyyatlardan əldə edilən gəlir eyni ölçü vahidində əks etdirilir. Orta kvadratik kənarlaşmanın kəmiyyəti nə qədər az olarsa, həmin layihənin riskliyi də bir o qədər az olacaqdır.

Əgər maliyyə əməliyyatlarının həyata keçirilməsindən gözlənilən orta gəlir göstəricisi bir-birindən fərqlənsə, variasiya əmsalı risk səviyyəsini müəyyən etməyə imkan verir. Variasiya əmsalı aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$\Theta^v = \sigma / G^{or}$$

Burada  $\Theta^v$  – variasiya əmsalı,  $\sigma$  – orta kvadratik kənarlaşma,  $G^{or}$  – nəzərdən keçirilən əməliyyat üzrə orta gözlənilən gəlirdir.

Variasiya əmsalı nə qədər az olarsa, layihə bir o qədər az risklidir.

Beta əmsalı maliyyə riskinin onun orta bazar səviyyəsi ilə müqayisədə fərdi və ya portfel sisteməlik maliyyə riskini qiymətləndirməyə imkan verir. Bu metoddan əsasən ayrı-ayrı qiymətli kağızlara kapitalın investisiyası riskini qiymətləndirmək üçün istifadə olunur. Beta əmsalı aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$\beta = \frac{\Theta \times \sigma}{\sigma_p}$$

Burada  $\beta$  – beta əmsalı,  $\Theta$  – nəzərdən keçirilən qiymətli kağız növü və bazar üzrə orta gəlirlik arasında korrelyasiya əmsalı,  $\sigma$  – nəzərdən keçirilən qiymətli kağız növü üzrə orta kvadratik kənarlaşma,  $\sigma_p$  – orta hesabla qiymətli kağızlar bazarı üzrə gəlirliyin orta kvadratik kənarlaşmasını göstərir.

Maliyyə riski səviyyəsinin ekspert qiymətləndirmə metodu o halda tətbiq edilir ki, hesablamaları iqtisadi-statistik metodlarla aparmaq üçün müəssisədə zəruri informasiyalar mövcud deyildir. Bu metodlar ixtisaslı mütəxəssislərin (sığorta, maliyyə, ixtisaslaşmış təşkilatların investisiya menecerlərinin) sorğusuna əsaslanır, sonradan sorğunun nəticələri riyazi işləmələrlə sona çatdırılır.

Riskə görə, mükafat məbləğini aşağıdakı düsturla hesablamaq olar:

$$MM^r = P^{ma} \times M^r$$

Burada  $MM^r$  – riskə görə mükafat məbləği,  $P^{ma}$  – maliyyə alətinin kotirovka qiyməti,  $M^r$  – maliyyə aləti üzrə riskə görə mükafatdır.

1. Risk nəzərə alınmaqla, maliyyə əməliyyatlarının gəlirliyinin ümumi səviyyəsini qiymətləndirmək üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$GS^r = N^{gr} + M^r$$

Burada  $GS^r$  – risk nəzərə alınmaqla gəlirlik səviyyəsi,  $N^{gr}$  – risksiz gəlirlik norması,  $M^r$  – riskə görə mükafatı göstərir.

Risk amili nəzərə alınmaqla pul vəsaitlərinin gələcək dəyərinin müəyyən edilməsi üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$D^{pvg} = PV_0 \times [(1+G^r) \times (1+M^r)]^n$$

Burada  $D^{pvg}$  – risk nəzərə alınmaqla pul vəsaitlərinin gələcək dəyəri,  $PV_0$  – payın ilkin məbləği,  $G^r$  – onda bir dəqiqliklə gəlirliyin risksiz norması,  $M^r$  – onda bir dəqiqliklə riskə görə mükafatın həcmi,  $n$  – ümumi vaxt ərzində köçürmələrin sayını göstərir.

Həssaslığın təhlili onun müəyyən edilməsində iştirak edən göstəricilərin kəmiyyətin variyasiyasından asılılığının tədqiqini əks etdirir. Daha doğrusu, belə bir sualın cavablandırılmasını zəruri edir ki, əgər bəzi giriş kəmiyyətləri dəyişərsə, nəticənin kəmiyyəti necə dəyişəcəkdir?

“Amal Co” şirkətinin 2019-cu il məlumatlarına görə, məzənnələrdəki mümkün dəyişikliklərə qarşı həssaslığı təhlil edək (Cədvəl 1).

**Cədvəl 1. “Amal Co” şirkətinin ABŞ dolları, JPY, TL, GEL və CHF üzrə məzənnələrdəki mümkün dəyişikliklərə qarşı həssaslığın qiymətləndirilməsi (2019-cu il)**

Valyutanın adı	Məzənnənin dəyişməsi (+/)	Vergidən sonrakı mənfəətə təsir
ABŞ dolları/AZN	20.00%/20.00%	(438)/438
JPY/AZN	2.60%/2,60	(4)/4
Avro/AZN	20.00%/20.00%	(117)/117
TL/AZN	13.00%/29.00%	(11)/24
GEL/AZN	2.80%/1.40%	(1)/1
ABŞ dolları/TL	10.00%/10.00%	(182)/182
Avro/TL	10.00%/10.00%	(8)/8
ABŞ dolları/GEL	14.00%/7.00%	(42)/21
Avro/ ABŞ dolları	10.00%/10.00%	4/(4)
ABŞ dolları/CHF	8.00%/8.00%	(27)/27

*Cədvəl “Amal Co” şirkətinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.*

Şirkətin bütün valyutalar üzrə məzənnə dəyişikliklərinə məruz qalması riski əhəmiyyətli deyil.

Məlumatlarından istifadə etdiyimiz şirkət üzrə kreditlər və borc öhdəlikləri üzrə ödəniləcək və alınacaq faiz dərəcələrindəki mümkün dəyişikliklərə qarşı həssaslıq təhlili aşağıdakı cədvəldə əks etdirilmişdir:

Kreditlər və borc öhdəlikləri, kreditlər üzrə alınacaq məbləğlər çıxılmaqla	Baza dərəcələrində artım/azalma	Vergidən sonra mənfəətə təsiri
2018	+50/12	(12.6)/2.8
2019	+60/8	0.9/0.2

Kredit riski qarşı tərəfin müqavilə üzrə öhdəliklərini yerinə yetirə bilmədiyi təqdirdə şirkətə dəyə biləcək potensial maliyyə zərəridir. Fəaliyyətini təhlil etdiyimiz şirkətin məruz qaldığı kredit riskinin maksimum dərəcəsi maliyyə aktivlərinin balans dəyəri üzrə əks etdirilir və aşağıdakı cədvəldə aktivlərin kateqoriyalarına görə təsnifləşdirilir (Cədvəl 2):

**Cədvəl 2. “Amal Co” şirkəti üzrə kredit riskinin qiymətləndirilməsi (mln.man)**

Göstərici	2018	2019
Kassada pullar istisna olmaqla pul vəsaitləri və pul vəsaitlərinin ekvivalentləri	4,872	4,128
Məhdudiyət qoyulmuş pul vəsaitləri (zəmanət və akkreditiv üçün girov hesabı)	203	121
Depozitlər	143	1,039
Ticarət və digər debitor borcları	4,622	7,398
Satış üçün mövcud olan investisiyalar	77	82

Cari maliyyə aktivləri (üçüncü tərəflərdən alınacaq kreditlər, marja depozitləri və QKN ticarəti üzrə qalıq)	611	1,564
Uzunmüddətli maliyyə aktivləri	502	578
Verilmiş maliyyə zəmanətləri	354	604
Cəmi maksimal kredit riski	11,384	15,534
Maliyyə zəmanətləri (tərəflərin borcları üçün alınmış zəmanətlər)	(628)	(580)
Alınmış zəmanətləri çıxmaqla cəmi kredit riski	10,756	14,954

*Cədvəl “Amal Co” şirkətinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.*

Likvidlik riski məlumatlarından istifadə etdiyimiz qrupun ödəmə vaxtı çatmış maliyyə öhdəliklərini yerinə yetirə bilməyəcəyi riskdir. Onun idarə olunması üçün kifayət qədər pul ehtiyatları və borc öhdəlikləri saxlayır, proqnozlaşdırılmış və faktiki pul vəsaitlərinin hərəkətinə nəzarət edir (Cədvəl 3).

**Cədvəl 3. “Amal Co” şirkətinin 31 dekabr 2019-cu il tarixinə maliyyə öhdəliklərinin ödəmə müddətlərinə görə təhlili (mln. man.)**

Göstərici	3 aydan az	312 ay	15 il	5 ildən çox	Cəmi
Ticarət və digər kreditor borcları	9,288	–	–	–	9,288
Təxirə salınmış alış üçün ödəniləcək məbləğ	–	153	–	–	153
Cari maliyyə öhdəlikləri		1,052			1,052
Faiz hesablanan borc öhdəlikləri	5,351	1,566	4,330	5,671	16,918
Uzunmüddətli öhdəliklər	–	–	397	–	397
Satış opsiyonu öhdəlikləri	–	–	3,469	–	3,469
Verilmiş maliyyə zəmanətləri	–	–	604	–	604
Cəmi diskont edilməmiş maliyyə öhdəlikləri	14,637	2,771	8,800	5,671	31,879

*Cədvəl “Amal Co” şirkətinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.*

Qeyd etmək lazımdır ki, hər bir müəssisə öz fəaliyyətində borc vəsaitlərindən istifadə edir. Borc vəsaitini dövrüyyəyə buraxmaqla o, mənfəət əldə edir ki, onun məbləği kreditə görə ödəmə məbləğindən çox və ya az ola bilər. Borc vəsaitindən istifadə etməklə mənfəətin artırılması imkanı maliyyə aləti və ya maliyyə levirici adlanır.

**Nəticə**

İqtisadi ədəbiyyatlarda nəzərdən keçirilən problem üzrə konsepsiyaların və yanaşmaların təhlili əsasında aşağıdakı nəticələri qeyd etmək olar:

- riskin daxili və xarici amillərin təsiri altında gözlənilən nəticələrdən potensial mümkün kənarlaşma ehtimalı kimi təqdim edilməsi onun mahiyyətini, idarəetmə sisteminə yerini və rolunu səciyyələndirir. Təsərrüfat subyektinə xas olan maliyyə risklərinin təh-

lil edilməsi və düzgün qiymətləndirilməsi məqsədi ilə onların düzgün təsnifatı işlənməli, bu sahədə vahid elmi konsepsiya və yanaşma hazırlanmalı, həmin problemin həlli üçün elmi cəhətdən əsaslandırılmış metodika tərtib olunmalıdır;

- praktiki fəaliyyətdə maliyyə sabitliyi anlayışına maliyyə risklərinin mənfi təsirinin neytrallaşdırılması yolu ilə müəssisənin maliyyə göstəricilərinin saxlanması və yaxşılaşdırılması imkanlarının qiymətləndirilməsi kimi yanaşılmalıdır. Müəssisənin maliyyə fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilərin təhlili göstərir ki, onlardan istifadə maliyyə risklərinin dərəcələrinin qiymətləndirilməsi ilə uzlaşdırılmalıdır;

- risklərin təsirinin müxtəlif göstəricilərdə əks etdirilməsi həmin göstəricilərin konkret səviyyəsindən asılı olaraq ciddi fərqlənə bilər. Bu baxımdan, ümumi maliyyə sabitliyinin qiymətləndirilməsi iki mərhələdə aparılmalıdır: müəssisənin maliyyə vəziyyətinin ümumi (kompleks) keyfiyyət xarakteristikası (reytinq təsnifləşdirmə) və kəmiyyət qiymətləndirmə (risklərin neqativ təsirinin neytrallaşdırılması imkanlarının qiymətləndirilməsi);

- maliyyə risklərinin qiymətləndirilməsi zamanı kompleks göstəricilərdən istifadə olunması məqsədəuyğundur. Eyni zamanda daha çox ehtimal olunan mənfi kənarlaşmaların səbəblərinin müəyyən edilməsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir;

- müəssisənin maliyyə menecmenti elə təşkil edilməlidir ki, o, maliyyə risklərinin səmərəli idarə edilməsini, mövcud qeyri-müəyyənlik nəzərə alınmaqla, müəssisənin stabil maliyyə vəziyyətini təmin etsin.

Beləliklə, müəssisənin gəlirliyinə təsiri baxımından risklərin qiymətləndirilməsi əsasında onun aşağı salınması üçün marketinq tədqiqatı aparılmalı, istehlakçıların tələbi müəyyən edilməli, işçilərin səyi birləşdirilməli, xarici müəssisələrlə əməkdaşlıq edilməli, məhsulların modifikasiyası aparılmalıdır.

Risklərin və risk şəraitinin qiymətləndirilməsi prosesinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi məqsədi ilə arzuolunan nəticə yalnız risklərin kombinə edilmiş qiymətləndirmə metodlarının tətbiqi nəticəsində əldə oluna bilər. Xüsusi ilə qeyd etmək lazımdır ki, kombinə edilmiş metodlar kəmiyyət qiymətləndirilməsi prosesində yalnız risk ehtimalının deyil, eləcə də mümkün itkilərin (gəlirin), riski yaradan amillərin təsirinin kəmiyyətə müəyyən edilməsi, eləcə də risk şəraitində optimal hərəkət planının müəyyənləşdirilməsi üçün effektiv hesab oluna bilər. Daha doğrusu, metodların kombinə edilməsi sahibkarlıq risklərinin qiymətləndirilməsi və risk şəraitlərinin optimallaşdırılması sahəsində qarşıya qoyulmuş vəzifələrin həll edilməsinə imkan verə bilər. Bu baxımdan ekspert, analogiya, iqtisadi-riyazi və statistik metodların kombinəsi daha səmərəlidir. Sözsüz ki, maliyyə əmsallarının təhlilinə əsaslanan metodlara xüsusi yer ayrılmalıdır. Belə yanaşma konkret müəssisə çərçivəsində daha dolğun təhlilin aparılmasını və optimallaşdırmanı təmin edə bilər.

### Ədəbiyyat

1. “Maliyyə Hesabatlarının Beynəlxalq Standartlarına əsasən mühasibat uçotunun aparılması Qaydaları”. Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyinin Q01 sayılı 30.01.2017-ci il tarixli qərarı
2. Kazımlı X., İbrahimov İ. (2011). İqtisadi risklərin qiymətləndirilməsi və idarə edilməsi. Dərs vəsaiti. Bakı, İqtisad Universiteti. – 186 s.
3. Müslümov S.Y., Kazımov R.N. (2011). Maliyyə təhlili. Dərslük. Bakı. CBS, – 312 s.

4. Бартон Т., Шенкир У., Уокер П. (2008). Рискменеджмент. Практика ведущих компаний – М.: Вильямс, 208 с.
5. Найт Ф. (2003). Риск, неопределенность и прибыль. М.: – 360 с.
6. Томас Л.Бартон, Уильям Г.Шенкир, Пол Л. Уокер. (2003). Комплексный подход к риск – менеджменту: стоит ли этим заниматься? – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс». – 208 с.
7. Чемов В.А. (2002). Анализ коммерческого риска. М.: Финстатинформ. – 350 с.
8. Холмс Э. (2007). Риск-менеджмент. – М.: Эксмо. – 304 с.
9. Шапкин А.С. (2005). Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций. – 3–е изд. – М.: Дашков и К°. – 880 с.
10. [www.maliyye.gov.az](http://www.maliyye.gov.az) – Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin saytı
11. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az) – Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin saytı

## **WAYS TO IMPROVE THE METHODOLOGY OF FINANCIAL RISK ASSESSMENT**

**A.D.Askerzadeh**

### **SUMMARY**

This study focuses on the problems of occurrence of financial risk and its consequences. Possible ways to reduce financial risks are discussed.

## **НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ**

**А.Д.Аскерзаде**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье рассматриваются вопросы возникновения финансового риска и его последствий. Исследованы возможные способы снижения финансовых рисков.

*Məqalə redaksiyaya 22 may 2020 tarixində daxil olmuş, 30 may 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## İCBARİ TİBBİ SİĞORTANIN ƏHALİNİN SOSIAL MÜDAFİƏSİNƏ TƏSİRİ

**M.Y.Məmmədli**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-mail: mehemmedmemmedli7@gmail.com

**Açar sözlər:** icbari tibbi sığorta, səhiyyə, sosial müdafiə, İnsan İnkişafı İndeksi

**Keywords:** compulsory health insurance, health, social protection, Human Development Index

**Ключевые слова:** обязательное медицинское страхование, здравоохранение, социальная защита, индекс развития человеческого потенциала

Tibbi sığorta sağlamlığın qorunması sahəsində əhalinin sosial müdafiəsi forması olmaqla, əhalinin tibbi və dərman yardımını almasına təminat verir. Tibbi sığorta icbari və könüllü formada həyata keçirilir.

İcbari tibbi sığorta dövlət sosial sığortasının tərkib hissəsi olmaqla, əhalinin tibbi və dərman yardımını almasını təmin edir.

Müflişmənin qarşısının alınması və müalicə xərclərinin tənzimlənməsi üçün tibbi sığorta sistemindən istifadə edilir. Dünyada istehsal edilən məhsulların 10%-ə qədəri insan səhhəti və sağlamlığı üçündür. Bu fakt bir sıra məsələləri də ortaya çıxardır:

a) Cəmiyyətin sahib olduğu resurslar onların ehtiyaclarına görə necə bölüşdürülüb? Burada araşdırılacaq əsas məsələ ondan ibarətdir ki, səhiyyə xidmətlərinə digər məhsullar və xidmətlərlə müqayisədə nə qədər yer ayrılıb.

b) Xəstəliklərin müalicəsi daha optimal xərclərlə və keyfiyyətli formada həyata keçirilirmi? Məhdud sayda resurslar qurumlar tərəfindən səmərəli istifadə edilirmi?

c) Səhiyyə xidmətləri əhalinin müxtəlif təbəqələri arasında necə bölüşdürülüb? Hər bir şəxs yaşından, cinsindən və gəlir səviyyəsindən asılı olmayaraq, səhiyyə xidməti ilə eyni qaydada təchiz olunubmu?

d) Səhiyyə sektorunun bir iqtisadi amil kimi səhiyyə sektorunda çalışan və məşğul əhali üçün gəlir mənbəyi kimi hansı əhəmiyyəti var?

İcbari tibbi sığortanın tətbiqi yuxarıda qeyd edilən məsələlərin həll olunmasında dövlətin istifadə etdiyi maliyyələşmə mənbələrindən biridir. İcbari tibbi sığorta insanların əmək haqları və ya öz sahibkarlıq fəaliyyəti gəlirlərinin bir qismi əsasında toplanan sığorta haqları əsasında formalaşan fond vasitəsilə xəstəliklərin sağaldılması üçün tətbiq edilir.

İcbari tibbi sığortanın tətbiqinin iki əsas məqsədi vardır:

a) Əhaliyə keyfiyyətli tibbi xidmətin göstərilməsi;

b) Səhiyyə sisteminin alternativ maliyyələşdirilməsi.

Fondun maliyyələşməsi iki əsas mənbə vasitəsilə həyata keçirilir:

1) İcbari tibbi sığorta haqları;

2) Dövlət büdcəsindən ayrımlar.

Dövlətin sosial müdafiə mexanizminin tətbiqinə görə, sığorta haqları və büdcədən daxilolma mexanizmləri arasında seçim yaranır. Ümumiyyətlə, icbari tibbi sığortanın tətbiqi sosial layihə olduğu üçün, aşağı gəlirli insanlar, yaşlılar, uşaqlar, əlillər və s. ondan

istifadə edə bilər. Əhali icbari tibbi sığortanın aşağıdakı xidmətlərindən yararlanma bilər:

- təcili və təxirəsalınmaz tibbi yardım (o cümlədən, ambulans xidməti);
- ilkin səhiyyə (ailə həkimi) xidməti;
- ambulator şəraitdə müayinə və müalicə;
- stasionar müalicə;
- funksional-diaqnostik müayinələr (USM, KT, MRT və s.). (İcbari Tibbi Sığorta üzrə Dövlət Agentliyi).

Bu xidmətlərin təşkili olduqca mürəkkəb məsələdir. Çünki ilk növbədə İcbari Tibbi Sığorta üzrə Dövlət Agentliyi publik hüquqi şəxs olduğuna görə, xərclərini və gəlirlərini optimallaşdıraraq, əhaliyə sosial tibbi xidməti yüksək səviyyədə göstərməyə nail olmalıdır. Bu mürəkkəb prosesin təşkili zamanı sığorta haqlarından, dövlət büdcəsindən daxilolmaların nisbətindən, xəstəxanaların şəraitindən, həkimlərin maaşından və s. asılı olaraq, müxtəlif problemlər yarana bilər. Əhaliyə keyfiyyətli və effektiv sosial tibbi xidmətin göstərilməsi üçün bütün məsələlər ən yaxşı şəkildə optimallaşdırılmalıdır. İcbari tibbi sığorta sisteminin təşkili uğurlu olduğu təqdirdə əhəlinin sosial tibbi xidmətlərdən istifadəsi daha əlçatan olmaqla yanaşı, səhiyyə iqtisadiyyatının inkişafına da müsbət təsir edir.

İcbari tibbi sığortanın tətbiqi zamanı bir sıra ölkələrdə müxtəlif yanaşmalardan istifadə edilir. Tibbi sığorta sistemini 4 meyarə görə təsnifləşdirmək olar:

- 1) mülkiyyət formasına görə;
- 2) maliyyələşmə formasına görə;
- 3) hesablaşma formasına görə;
- 4) qoşulma şərtlərinə görə.

Mülkiyyət formasına görə - bu zaman nəzarət dövlət qurumu və ya dövlətin təyin etdiyi özəl təşkilat tərəfindən həyata keçilir.

Maliyyələşmə mənbəsi dövlət büdcəsindən və ya toplanılan sığorta haqlarından ibarət olur.

Hesablaşma formasında isə iki üsul tətbiq edilə bilər. Sığorta haqqı sığorta olunmaq üçün müraciət edən şəxsin xəstəlik riskindən asılı olaraq dəyişə bilər (məsələn, qandakı maddələrin nisbətinə görə şəkərin olma ehtimalı və s.). Digər metod isə heç bir risk nəzərə alınmadan hər kəs üçün standart eyni qiymətin tətbiq olunmasıdır.

Qoşulma şərtlərinə görə isə, istənilən həcmdə maliyyə şəraiti olmasına baxmayaraq, hər kəsin qoşulmasını tələb etmək və ya müqaviləyə uyğun müraciət edənlərdən sadəcə kifayət qədər maliyyə riskinə sahib olanların proqramına qoşulmasına şərait yaratmaqdır. İnkişaf etmiş ölkələrdə icbari tibbi sığortanın tətbiqi zamanı bəzi tələblər nəzə alınır. Bu tələblərin qoyulmasındakı əsas məqsəd əhaliyə göstərilən tibbi xidmətlərin keyfiyyətinin artırılması ilə effektiv sosial müdafiə mexanizminin yaradılmasıdır. Aşağıda 4 tələb göstərilmişdir:

Qanunvericilik şərtləri - Sığorta nəzarəti sistemi sığorta sisteminin fəaliyyəti üçün mühüm olan sığorta haqlarının ödənilməsi ilə bağlı maneə yaradan halların qarşısını almalı, qanunvericiliyə müvafiq şəkildə korporativ idarəetmə təminatı verməlidir.

Təminat dərəcəsi - Tibbi sığorta sisteminin sosial müdafiə mexanizmi o vaxt uğurlu olur ki, əhəlinin sosial müdafiəyə ehtiyacı olan bütün təbəqələrini əhatə etsin. Faktiki olaraq, məşğul əhəlinin sığortada iştirak edən hissəsinin müntəzəm sığorta haqqı ödəyicisi kimi cəlb olunması üçün innovativ yanaşmaların olması çox vacibdir. Bu, həm sığorta haqlarının baza hissəsinin genişlənməsinə, həm də daha çox insana çatmasına köməklik edir.



### **Xidmətlərin həcmi**

İnkişaf etmiş ölkələrdə xəstəliklər üzrə sığorta xidmətlərinin mövcud olmasına baxmayaraq, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə bunun tam şəkildə maliyyələşməsində ciddi problemlər var. Çünki inkişaf etmiş ölkələrdə risklərin sığortalanması üçün lazımi məbləğ sığorta haqları ilə toplana bildiyi halda, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə sığorta fondunun sığorta haqları ilə formalaşmasında çətinliklər yaranır. Bunun əsas səbəblərindən biri sığorta haqlarının yoxsul təbəqənin ödəyə biləcəyi səviyyədən yuxarı olmasıdır. Sığorta haqqı yüksək olduğu təqdirdə əhalinin sosial müdafiəyə ehtiyacı olan təbəqəsinin tibbi sığorta xidmətlərindən istifadəsində çətinliklər yaranır. Bu səbəblərə görə sığorta paketinin baza hissəsi optimal səviyyədə olmalı və əhəmiyyətli olan tibbi xidmətləri özündə birləşdirməlidir. Digər paketlər könüllü şəkildə təqdim edilə bilər.

### **İdarəetmə xərcləri**

İcbari sığortanın tətbiqi zamanı idarəetmə xərclərinin idarə olunması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İnkişaf etmiş ölkələrdə idarəetmə xərcləri təxminən 5% olduğu halda, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə 25%-dən çox ola bilər. İdarəetmə xərclərinin yüksək olması sistemin səmərəsizliyini artıran məsələlərdən biridir. İdarəetmə xərclərinin yüksək olmasının qarşısının alınması üçün ciddi müşahidə-nəzarət sisteminin tətbiq edilməsi lazımdır.

### **Aşağı gəlirli daxil ola bilmə və qoşulma imkanının olması**

Aşağı gəlirli, sosial müdafiəyə ehtiyacı olan əhalinin keyfiyyətli məhsullar istehlak edə bilmədiyini üçün bir çox xəstəliklərə tutulma riski digər vətəndaşlara nisbətən yüksək olur. Digər tərəfdən isə maddi vəziyyətinin aşağı olması səbəbindən onlar mütəmadi olaraq təyin olunmuş sığorta haqqını vaxtında ödəyə bilmirlər. Buna görə də sığorta haqqı müəyyənləşdirilərkən əhalinin sosial müdafiəyə olan ehtiyacı da nəzərə alınmalıdır. (Forderung von Krankenversicherungssystem, Mogliche FZ-Finanzierungsansätze, Ktw).

İcbari tibbi sığortanın tətbiqi ölkədə bütün şəhərlərdə, hətta rayonlarda, kəndlərdə belə xəstəliklərin qarşısının alınmasında, intensivsizliyin aradan qaldırılmasında mühüm rol oynayır. Əhali hər hansı bir xəstəliklə üzləşdikdə tibbi sığorta müəssisəsinə müraciət etməklə, xidmətlərdən yararlanmağa bilər və bu da yoluxucu xəstəliklərin əhali arasında sürətlə yayılmasının qarşısını alır. Hansı regionda hansı xəstəliyin daha geniş yayılması, azalıb-artma tempi, digər xəstəliklərin inkişaf dinamikasının analizi məlumat bazalarının çox və şəffaf olması ilə daha tez aşkarlanmasına və dövlət tərəfindən daha tez müdaxilə edilməsinə şərait yaradır. Bu da aşağı gəlirli insanların ölümcül xəstəliyə tutulduğu təqdirdə dövlətin profilaktik tədbirlərindən daha sürətli istifadə etmələrinə imkan yaradır. Bütün bunlar ölkə rəhbərliyinə, aidiyyəti qurumlara ölkə əhalisinin tibbi xidmətlərlə bağlı ehtiyaclarına nəzarət etməyə şərait yaradır.

Qeyd edək ki, ölkədə istehsal olunan əmtəə və məhsulların insanların sağlamlığına olan təsirini daha çevik bir şəkildə statistik məlumatlar əsasında öyrənmək mümkündür. Regionlarda icbari tibbi sığorta üzrə qurumun filiallarının açılması əhalinin məşğulluğunun artmasına, eləcə də regionlardakı sosial müdafiəyə ehtiyacı olan şəxslərin daha sürətli icbari tibbi xidmətlərdən istifadə etmələrinə imkan yaradır. Tibbi sığortanın tətbiq edilməsi kəndlərdə, qəsəbələrdə xəstəxanaların şəraitinin yaxşılaşdırılmasına təkan verməklə bərabər, səhiyyə xidmətlərinin keyfiyyətinin və intensivliyinin artmasına gətirib

çıxaracaq ki, bu da ilk növbədə əhalinin orta ömür müddətinin artmasına səbəb olacaq. Tibbi sığortanın icbari növünün tətbiqinin başlanması ölkə əhalisinin, xüsusilə də aşağı gəlirli və sosial müdafiəyə ehtiyacı olan əhalinin tibbi xidmətlərlə təchiz olunmasına, ölkə əhalisinin ortalama tibbi xidmətlərindən istifadəsində artıma kömək edəcək. Dövlətin icbari tibbi sığortanı tətbiq etməsi dövlətin vətəndaşları qarşısındakı sosial öhdəliklərini yerinə yetirməsinə dəstək olacaq və dövlətin öz vətəndaşlarına göstərdiyi sosial müdafiə dəstəyini artıracaq.

### **İcbari tibbi sığorta sisteminin idarə olunması üzrə dünya təcrübəsi**

Müxtəlif ölkələrin icbari tibbi sığorta sistemlərinin sosial müdafiə ilə bağlı mexanizmlərinin tətbiqinə baxıldıqda, ölkələrin icbari tibbi sığorta üzrə özünəməxsus müxtəlif maliyyələşmə və xidmət mexanizmlərinin olduğu görünür.

Almaniyada icbari tibbi sığorta xidməti “Krankenkasse” (tibbi sığorta kassaları) tərəfindən təklif olunur. Almaniyada icbari tibbi sığortaya müəyyən edilmiş gəlir səviyyəsini keçməyən bütün işçilərin, aşağı gəlirli əhalinin üzvlərinin tibbi sığortaya qoşulması icbaridir. Almaniyada 2018-ci il üzrə illik gəliri 52200 Eurodan artıq olan əhali isə icbari və ya könüllü sığorta əldə etmək barədə qərar verməkdə müstəqildir. Yüksək gəlirli əhali istədiyi halda, icbari tibbi sığorta kassasında qalmaqda davam edə və ya könüllü tibbi sığorta kassasına keçə bilər. Kassalar tərəfindən göstərilən xidmətlərin hər biri 95% bir-birilə bərabərdir, bu da icbari tibbi sığortadan istifadə edəcək hər bir kəsin eyni şərtə xidmətdən faydalanmasına şərait yaradır. 5% isə özündə əlavə tibbi xidmətlər təşkil edə bilərlər. Bu da aşağı gəlirli əhalinin tibbi xidmətlərdən rahat şəkildə istifadə edərək, sosial rifahın qorunmasını təmin edir. Məsələn, bu xidmətlərə misal olaraq aşağıdakılar qeyd edilmişdir:

1. Şəxs stomatoloqa diş qulluğu ilə bağlı müntəzəm olaraq müraciət edirsə, bu halda ola bilər ki, tibbi sığorta şəxsin xərclərinin 70%-ni yox, 90%-ni qarşılıyır. Bəzi hallarda tibbi sığorta 6 ayda ən az bir dəfə diş həkiminə müraciət etməyən şəxslərin diş qulluğu ilə bağlı xərclərini ödəməkdən imtina edə bilər;

2. Praktikada görülən başqa üsullardan biri tibbi sığorta ilə bağlı təkliflərdə şəxsin siqaret çəkmə vərdişini tərgitdiyi halda, əlavə fitness klubu ilə bağlı güzəştlər edilməsidir. Əlbəttə ki, siqaret çəkməyin şəxsdə yaratdığı sonrakı tibbi xərclər nəzərə alındıqda, fitness klublarında iştirak şəxs üçün həm sağlamlığının qorunmasına, həm də rifahın yüksəldilməsinə köməklik edir.

Almaniyada icbari tibbi sığortaya qoşulan şəxsdən əlavə ödənişlər (dərman preparatları və s.) tələb edilə bilər. Həmçinin şəxs aşağı gəlir kateqoriyasına daxildirsə, bu xərclər dövlət tərəfindən qarşılır. Almaniyada əhalinin sosial müdafiəyə ehtiyacı olan təbəqələrinin qorunması ilə bağlı xüsusi bir maliyyə mexanizmi tətbiq edilir. Bütün icbari sığorta haqları ümumi bir fondə toplanır. Daha sonra hər bir icbari tibbi sığorta kassası maliyyəsinə uyğun öhdəliklərinə əsasən, müvafiq həcmdə məbləği fondan alır.

Ümumi fonda toplanan sığorta haqlarının məbləği, tibbi sığorta kassalarına ayrılan vəsaitlərin həcmi və digər məsələlərlə bağlı mütəmadi statistik hesablamalar aparılaraq, gələcək illər üçün proqnozlar da verilir. Almaniyada aylıq sığorta haqqı 14.6% təşkil edir və bunun yarısı işçinin öhdəliyindədir (Sozialversicherungsbeiträge 2019).

İngiltərədə tətbiq olunan “Beveridge” modelində tibbi xidmətlər əhalinin hər bir fərdinə pulsuz və bərabər şəkildə tətbiq edilir. Tibbi xidmətlər vahid mərkəzdə toplanır və bu mərkəzin maliyyələşməsi büdcə gəlirləri hesabına edilir. İngiltərə tibbi sığorta siste-

minin fərqliliklərindən birini qeyd edək. Şəxs xəstəliyi səbəbi ilə iş qabiliyyətini itirdiyi halda (məsələn, ağır vərəm xəstəliyinə tutulduğu halda), bir müddət iş qabiliyyətini tam effektiv yerinə yetirə bilmir. Bu vaxt dövlət tərəfindən xəstəliyinin ilk 3 günündən 28 həftəlik ödəniş alırlar. Bu ödənişin miqdarı işçinin aldığı maaşa və ailə “öhdəliklərinə” görə dəyişir. Məsələn, şəxsin ailəsində ondan başqa heç kim işləmir və övladları da varsa, həmin ailə üzvləri də dövlət tərəfindən ödənişlə təmin edilir. 28 həftə bitdikdən sonra yenidən iş mühitinə qayıda bilmədikdə ödəniş müddəti 1 ilə qədər uzanır. Əgər şəxs əlillik səbəbi ilə iş görə bilmirsə, uzun müddətli əlillik gəliri alır və ödəniş müddəti təqaüd vaxtına çatana qədər davam edir. Şəxsin ailə üzvlərinin də ödənişləri dövlət tərəfindən təmin edilir.

Fransanın icbari tibbi sığorta sisteminə nəzərə saldıqda, dövlət sosial müdafiə sisteminin idarə edilməsində icbari tibbi sığortanın özündə pensiya, işsizlik sığortası və ailə yardımı sığortasını ehtiva etdiyini görürük. Fransada icbari tibbi sığorta xərclərinin heç də hamısı ödənmir, xərclərin bir hissəsi dövlət, digər hissəsi isə sığorta olunanlar tərəfindən ödənilir. Bundan əlavə, Fransada əhalinin icbari sığortaya tam arxalanmasının qarşısının alınması, öz qayğısına qalmasının nəzarət edilməsi məqsədi ilə azadolma məbləği də tətbiq edilir. Lakin uşaqlar, qadınlar, xroniki xəstələr bu məbləğdən azaddır. Fransada sosial müdafiəyə ehtiyacı olan şəxslər icbari tibbi sığortadan istifadə etdikdə, müəyyən xidmətlərdən istifadə etmələri üçün icbari sığorta haqları dövlət tərəfindən qarşılır (Caisse nationale de l'assurance maladie).

Türkiyənin icbari tibbi sığorta sistemi “Genel Sağlık Sigortası” adı altında tətbiq edilir. Bu sistem vasitəsilə xüsusi sosial müdafiəyə ehtiyacı olan əhaliyə icbari tibbi sığorta ilə köməklik edilməsi əhalinin sosial təhlükəsizliyini artırır. Gəlir testi şəxsin gəlirinin olub-olmadığı, əgər varsa bunun nə qədər olduğunu müəyyənləşdirmək üçün tətbiq edilir. Bunun tətbiq edilməsinin məqsədi əhalinin sosial müdafiəyə ehtiyacı olan təbəqəsinin müəyyənləşdirilməsi, dövlət tərəfindən işsizlərə, uşaqlara, əlillərə, yoxsullara köməklik edilməsi, ən azından tibbi xərclərinin dövlət tərəfindən qarşılanaraq, müəyyən qədər rifahlarının artırılmasıdır. Türkiyə icbari tibbi sığorta üzrə elektron sistemin mövcudluğu və nəzarətin güclü olması əhalinin 95%-dən çoxunun bu proqrama qoşulmasına təsir göstərmişdir. Əlbəttə ki, sistemin əhalinin hər bir fərdi üçün uyğunluğu da qatılma nisbətini artırmışdır. Türkiyədə sığorta sahəsində pilləli sistem tətbiq edilir. Birinci pillədə ailə həkimlərinə, ümumi tibb mərkəzlərinə, tibbi məntəqələrə müraciət edilir. Pasiyent yəni, bağlı olduğu ailə həkiminə müraciət edən sığortalı şəxs ailə həkimindən müsbət cavab aldıqdan sonra, ikinci və üçüncü pillələrə ehtiyac olduğu halda, bu xərclər icbari tibbi sığorta təminatına daxil olduğu üçün dövlət tərəfindən qarşılır.

## Türkiyə üzrə gəlir kriteriyaları (2019-cu il üzrə)

Gəlir kriteriyası	Gəlir (TL – Manatla)	Aylıq sığorta haqqı
Minimum gəlirin 1/3 dən az olanlar	549 TL – 157 AZN	Dövlət tərəfindən qarşılır
Minimum gəlirin 1/3-dən minimum gəlirə qədər olanlar	549- 1.647 –( 157 – 471 ) AZN	65 TL – 18 AZN
Minimum gəlirdən minimum gəlirin iki qatı qədər	1647-3249 TL (471 – 929 ) AZN	197 TL – 56 AZN
Minimum gəlirin iki qatından artıq	3249 TL + (929+ AZN)	395 TL – 113 AZN

Mənbə: Türkiyə Cümhuriyyəti Ailə, Çalışma və Sosial Xidmətlər Nazirliyi yanında Sosial Müdafiə Qurumu

Əgər şəxs ailə həkiminə müraciət etmədən, birbaşa ikinci və üçüncü pilləli yerlərə müraciət edərsə, (özəl xəstəxanalar, ixtisas həkimləri, xüsusi ixtisaslaşmış xəstəxanalar və s.) xərc sığortalının özü tərəfindən qarşılır. Bu mexanizmin tətbiq edilməsinin məqsədi dövlətin icbari tibbi sığorta mexanizmində nəzarəti gücləndirməklə effektivliyi artırmaq, tibbi yardıma ehtiyacı olan əhaliyə daha yaxşı xidmət göstərməkdir. Türkiyədə gəlir testindən keçdikdən sonra müəyyənləşdirilən məbləğ əsasında cədvəldə göstərilən gəlir qrupu kriteriyalarına görə sığorta haqları tətbiq edilir (Sosial sığortalar və genel sağlq sığortası kanunu).

### İcbari tibbi sığortanın əhalinin sosial müdafiəsinə təsiri

Müxtəlif ölkələrin statistikalarına nəzər salsaq görərik ki, həmin ölkələrdə keyfiyyətli səhiyyə xidmətinin göstərilməsində əsas məsələ ölkədə effektiv maliyyə mexanizminin qurulmasıdır. Effektiv maliyyə mexanizminin qurulması üçün səhiyyə iqtisadiyyatının problemlərinin aradan qaldırılması lazımdır. Burada ortaya çıxan suallardan biri səhiyyə sistemindəki resursların səhiyyə iqtisadiyyatının tərkib hissələri arasında necə bölüşdürülməsidir. Nəzərə almaq lazımdır ki, səhiyyə iqtisadiyyatının əsas məqsədlərindən biri səhiyyə xidmətlərindən yaranan xərclər səbəbi ilə müflişməsinin qarşısının alınmasıdır.

İnsan İnkişafı İndeksi insanların həyat səviyyəsinin və sosial rifahının ölçülməsi məqsədi ilə Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramı tərəfindən 1990-cı ildən bəri tətbiq olunur. Bu indeks üç əsas göstərici əsasında hesablanır:

- 1) uzunömürlülük və doğulduqdan sonrakı gözlənilən yaşama müddəti;
- 2) təhsil səviyyəsi üzrə;
- 3) həyat standartlarına görə ölçmə (Birləşmiş Millətlər İnkişaf Proqramı).

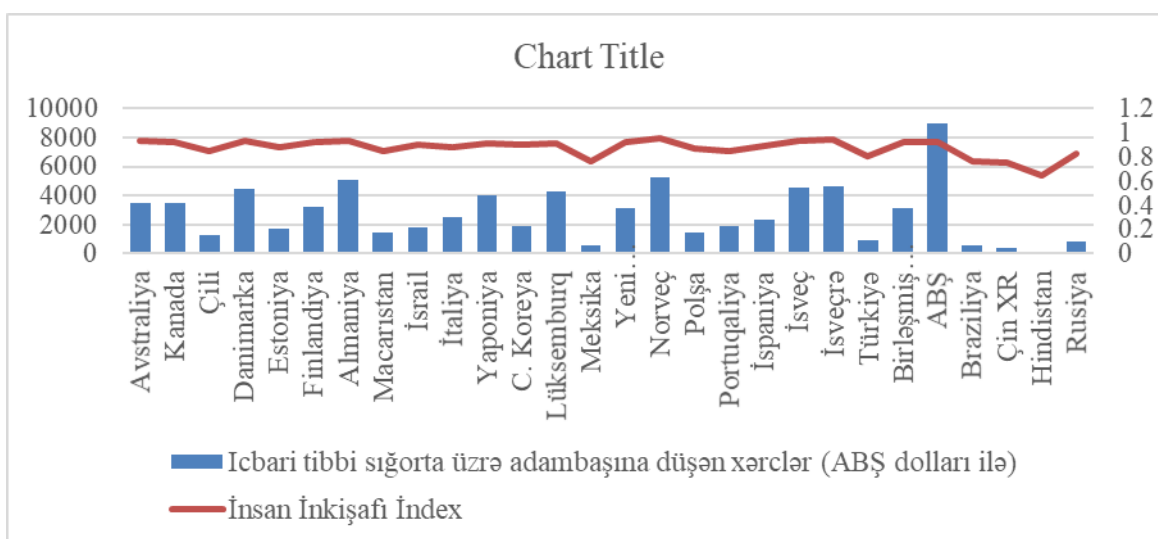
Resursların idarə olunması üzrə sığorta sisteminin tətbiq olunması səhiyyə fondunun maliyyələşmə mənbələrinin təmin olunmasına və şəxslərin ani sığorta riskləri qarşılığında səhiyyə xidmətlərindən istifadəsinə şərait yaradır. Tibbi Sığorta üzrə xərclərin dünya ölkələri arasında ən çox olduğu Amerika Birləşmiş Ştatlarında (ABŞ) əgər şəxsin tibbi sığortası yoxdursa, tibbi xidmətlərdən istifadəsi çox çətin olur. Çünki səhiyyə sahəsi üzrə

xidmətlərin qiyməti olduqca yüksək olur. Əhalinin çox olduğu ölkələrdə günlük qazanılan məbləğin kifayət qədər olmaması səbəbi ilə insanlar qazanclarını səhiyyə xidmətləri üzrə ayıra bilmirlər. Lakin sığorta xidmətlərinin qiymətinin də differensiallaşdırılması həmin ölkələrdə əhaliyə müəyyən qədər dəstək olur.

Aşağıdakı qrafikdə ətraflı şəkildə icbari tibbi sığorta sistemi ilə adambaşına edilən xərcləmələrin İnsan İnkişafı İndeksinə təsiri göstərilmişdir.

Qrafik 1

İcbari Tibbi sığorta üzrə xərcləmələrin İnsan İnkişafı İndeksinə təsiri (2018)



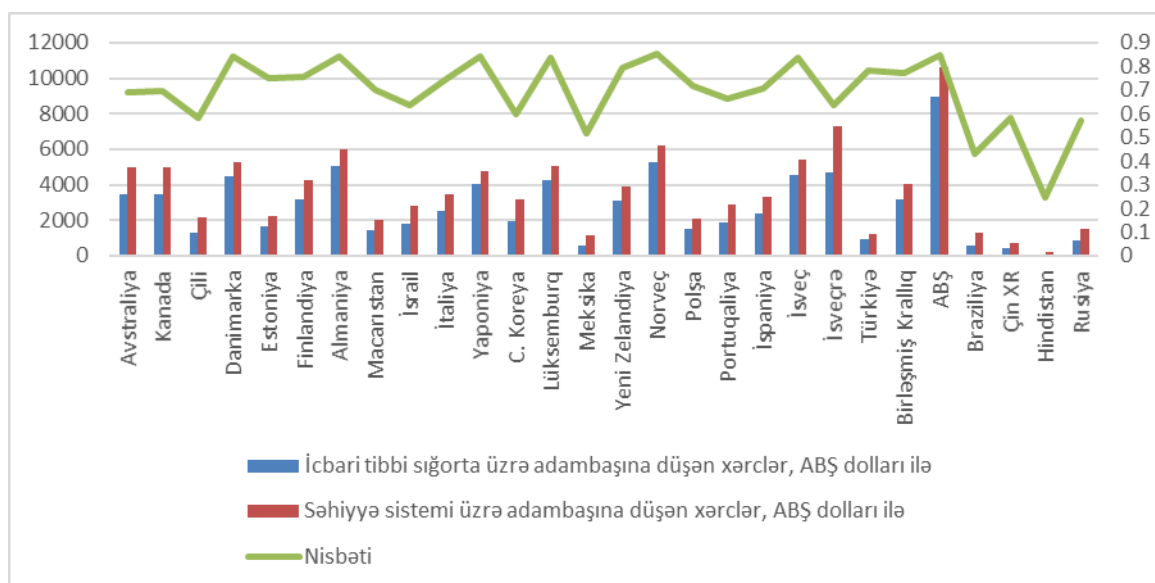
Mənbə: İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (OECD)

İcbari tibbi sığortanın inkişaf etməsi ilə ölkələrdə sığorta fondunun maliyyə imkanlarının artması ölkənin səhiyyə xərclərinin də idarə olunmasını şəffaflyq və effektivlik cəhətdən daha uğurlu edir. İcbari tibbi sığorta sistemi xəstəxanaların vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına, həkimlərin əmək haqqının artırılmasına, vətəndaşların xərclərinin daha səmərəli idarə olunmasına təsir göstərir. İcbari tibbi sığortanın tətbiqinin zəif olduğu ölkələrdə sosial münasibətlərin də idarə edilməsində çətinliklər yaranır. İcbari tibbi sığorta payının səhiyyə büdcəsində nisbətən az olduğu ölkələrdə həm effektiv maliyyə mexanizminin qurulması, həm də əhalinin səhiyyə xidmətləri ilə keyfiyyətli təmin edilməsində çətinliklərin olduğu görünür. Cədvələ nəzər saldıqda aydın olur ki, icbari tibbi sığorta üzrə əhaliyə göstərilən səhiyyə xidmətlərinin İnsan İnkişafı İndeksinə təsiri 54%-ə yaxındır.

İcbari tibbi sığorta üzrə maliyyələşdirmənin təşkil olunmasında əsas məsələlərdən biri sığorta haqlarının tənzimlənməsindən ibarətdir. Doğru tənzimlənməyən sığorta haqqı həddindən artıq aşağı olduqda sistemdə büdcə kəsrlərinin yaranmasına və əhaliyə göstərilən xidmətlərin aşağı olmasına səbəb ola bilər. Belə halda dövlət büdcədən transferlərlə bu halın qarşısını ala bilsə də, uzunmüddətli dövr üçün maliyyə mexanizminin effektivliyini itirməsinə təsir göstərə bilər. Sığorta haqlarının yüksək olması əhalinin bir qisminin bu sığortaya qoşulmasında çətinliklərin yaranması ilə nəticələnə bilər.

Qrafik 2

İcbari tibbi sığorta və səhiyyə sistemi üzrə xərcləmələrin qrafiki (ABŞ dolları ilə)



Mənbə: İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (OECD)

Nəzərə almaq lazımdır ki, icbari tibbi sığortanın tətbiq edilməsi mənfəətin əldə edilməsindən daha çox sosial xarakter daşıyır. Sığorta haqlarının yüksək olması sosial siyasətin pozulmasına və əhalinin bir qisminin sosial rifahının zəifləməsinə gətirib çıxarda bilər. Sığorta haqlarının optimal dərəcəsinin müəyyən edilməsi üzrə aktual hesablamaların aparılması, büdcənin maliyyələşməsində alternativ üsullardan istifadə və əhalinin sosial vəziyyətinə uyğun təşkil olunması baxımından olduqca vacibdir. Aşağıdakı cədvəldə icbari tibbi sığorta üzrə adambaşına düşən xərclərin ölkələrin İnsan İnkişafı İndeskinə necə təsir göstərdiyi əks olunmuşdur.

Cədvəl 2

İnsan İnkişaf İndeksində adambaşına düşən İcbari tibbi sığorta üzrə xərcləmələrin təsiri

Dependent Variable: HDI				
Method: Least Squares				
Date: 05/14/20 Time: 17:01				
Sample (adjusted): 1 28				
Included observations: 28 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.800498	0.016506	48.49717	0.0000
İCBARİ TİBBİ SİĞORTA	2.73E-05	4.90E-06	5.564835	0.0000
R-squared	0.543599	Mean dependent var		0.875857
Adjusted R-squared	0.526045	S.D. dependent var		0.072536
S.E. of regression	0.049937	Akaike info criterion		-3.087348
Sum squared resid	0.064837	Schwarz criterion		-2.992191
Log likelihood	45.22288	Hannan-Quinn criter.		-3.058258
F-statistic	30.96739	Durbin-Watson stat		1.460447
Prob(F-statistic)	0.000008			

Mənbə: Eviews proqram paketinə əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Xətti Reqressiya üzrə tənlik:

$$Y = C(1)*X1 + C$$

Hesablanmış Əmsallar:

$$Y = 0.800498 + 0.0000273*X$$

Sosial münasibətlərin zəifləməsi əhalinin sosial təminatının azalmasına, uşaq ölümlərinin artmasına, insanın ömür müddətinin qısalmasına, gəlir bərabərsizliyinin artmasına və əhalinin gəlirlərinin azalmasına birbaşa təsir göstərir. İnsan İnkişafı İndeksi əhalinin səhiyyə, təhsil və yaşayış standartları ilə təmin edilməsinə əsasən seçilir. Bu hesablama icbari tibbi sığorta üzrə xərclərin əhalinin sosial inkişafına müsbət təsir etdiyini göstərir.

### Nəticə və təkliflər

Azərbaycan dövlət siyasətinin əsas prioritetlərdən biri də səhiyyə xidmətlərinin artırılması ilə əhalinin sosial rifahının yüksəldilməsidir. Bu məqsədə çatmaq üçün yaradılan İcbari Tibbi Sığorta üzrə Dövlət Agentliyi vasitəsi ilə əhalinin tibbi xidmətlərdən istifadəsi üçün nəgd vəsait ödəməsinə ehtiyac qalmayacaq və tibbi xidmətlərə əlçatanlıq artaraq, keyfiyyət yaxşılacaq. Azərbaycan Respublikasının 2019-cu il və 2020-ci il üzrə dövlət büdcəsinə nəzər saldıqda, səhiyyə xidmətlərinin artımı müşahidə edilir. Belə ki, 2019-cu ilin Dövlət Büdcəsində icbari tibbi sığorta üzrə 89 576 198,0 manat olduğu halda, 2020-ci ilin Dövlət Büdcəsində 1 milyard manatdan artıq məbləğ icbari tibbi sığortanın tətbiqinə yönəldiləcək. İcbari tibbi sığortanın 2020-ci ildən başlayaraq tətbiqi ölkədə səhiyyə xidmətlərinin əsaslı dəyişməsinə, hər kəs üçün səhiyyə xidmətlərinin əlçatanlığının artmasına təsir göstərəcəkdir. İcbari tibbi sığortanın təşkilati mühüm məsələ olduğu üçün burada elə bir sistem qurulmalıdır ki, həm idarə xərclərinin optimallığı təmin olunsun, həm əhalinin bütün vətəndaşlarını əhatə etsin, həm də uyğun qiymət çərçivəsində olsun. Əlbəttə ki, hər bir mexanizmin tətbiqində müəyyən problemlər yarana bilər. İcbari tibbi sığorta sisteminin inkişaf etdirilməsi üçün aktual hesablamaların aparılması, sığorta haqlarının elmi əsaslandırılması vacibdir. İcbari tibbi sığorta ilə bağlı aşağıdakı təkliflər qeyd olunmuşdur:

1. Bütün növ müayinə, müalicə və əməliyyatların beynəlxalq praktikada qəbul edilmiş standartlar çərçivəsində kodlaşdırılmasının aparılması;

2. Xəstəxanaların yerləşdiyi ərazi üzrə çarpayı kateqoriyasının, pasiyentin intensivlik yükünün, eləcə də maliyyələşmənin beynəlxalq normalara uyğun olub-olmadığının araşdırılması;

3. İcbari tibbi sığorta fonduna daxil mədaxil və məxariclər üzrə maliyyə nəzarətinin gücləndirilməsi və icbari tibbi sığorta ilə bağlı istər hüquqi, istərsə də iqtisadi baxımdan əlaqəli təşkilatların işinin qaydalara uyğunluğunun yoxlanılması;

4. Türkiyə praktikasında tətbiq edilən gəlir testinin tətbiq edilməsi məqsədəuyğun hesab edilir. Çünki işsiz, evdar xanımlar, gəliri az olan müəyyən şəxslər üçün icbari tibbi sığorta haqqının ödənilməsində problemlər yarana bilər. Bu şəxslərin ödəmə qabiliyyəti ilə bağlı doğru analizlər edilərək, uyğun model yaradılmalıdır;

5. Xəstəxana fəsadlarının təmiri, xəstəxana ətrafının abadlaşdırılması və s. kimi ərazi vahidi üzrə xərclərin büdcədən ödənilməsi, işçilərin əmək haqqının, dərman və ləvazimatlarının, tibbi avadanlıqların alınması kimi xərclərin icbari sığorta fondu əsasında ödənilməsi.

### **Ədəbiyyat**

1. Tibbi Sığorta Haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu
2. Özer, M. (2018). Türkiye sağlık sisteminde stratejik yönetim. Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
3. Kırıcı Çevik, Onur Yüksel. (2018). Türkiye, Almanya Ve Hindistan Sağlık Sistemi Göstergeleri: Karşılaştırmalı Bir Analiz
4. Prasad Godbole. (2019). Models of Healthcare in Developed and Developing Countries
5. Alles, was Sie zum Thema Krankenversicherung wissen müssen. (2018). Ratgeber Krankenversicherung
6. European Commission. (2013). Your social security rights in France
7. World Health Organization. (2019). Economic and social impacts and benefits of health systems
8. International Labour Organization. (2020). Social Protection Report 2017-2019
9. OECD. (2019). Implementing social protection strategies

## **EFFECT OF COMPULSORY MEDICAL INSURANCE ON SOCIAL PROTECTION OF POPULATION**

**M.Y.Mammadli**

### **SUMMARY**

This article examines the impact of compulsory health insurance on the system of social protection of population. Recommendations are made to further develop the compulsory health insurance mechanism.

## **ВЛИЯНИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ НА СОЦИАЛЬНУЮ ЗАЩИТУ НАСЕЛЕНИЯ**

**М.Я.Маммадли**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье рассматривается влияние обязательного медицинского страхования на систему социальной защиты населения. Представлены рекомендации по дальнейшему развитию механизма обязательного медицинского страхования.

*Məqalə redaksiyaya 15 may 2020 tarixində daxil olmuş, 1 iyun 2020 tarixində işə çapa qəbul olunmuşdur.*



UOT № 60

**AZƏRBAYCANDA FƏALİYYƏT GÖSTƏRƏN SİĞORTA MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ  
MALİYYƏ RİSKLƏRİNİN VƏ CARİ VƏZİYYƏTİN TƏHLİLİ**

**Ə.F.Eyvazlı**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi, 6  
e-mail: ekber.basqalli@gmail.com

*Açar sözlər:* maliyyə riskləri, tarif dərəcələri, maliyyə risklərinin sığortalanması

*Keywords:* financial risks, tariff rates, financial risk insurance

*Ключевые слова:* финансовые риски, тарифные ставки, страхование финансовых рисков

Respublikamızdakı sığorta şirkətlərinin hər birinin müəyyən sığorta haqları və sığorta ödənişləri mövcuddur. Onların topladıqları sığorta haqlarını və ödədikləri sığorta ödənişlərini qruplaşdıraraq, iqtisadi vəziyyətlərini müəyyən dövr daxilində Cədvəl 1 vasitəsilə təhlil etmək olar (9).

**Cədvəl 1: Azərbaycandakı sığorta şirkətlərinin topladığı sığorta haqlarının və ödədiyi sığorta ödənişlərinin göstəriciləri (2018-2019)**

№	Sığortaçının adı	Sığorta Haqları (Manat)	Sığorta Ödənişləri (Manat)	Sığorta Haqları (Manat)	Sığorta Ödənişləri (Manat)
1	Dövlət Sığorta Şirkəti	43388919	14689252	39654527	9940317
2	PAŞA Həyat Sığorta	264988443	71045488	148624463	56896903
3	PAŞA Sığorta	128007036	49520255	104745690	33210036
4	Atəşgah Həyat Sığorta	60107412	14720319	25034061	8358670
5	Atəşgah Sığorta	36805802	20021927	25681912	13276478
6	Axa Mbask Sığorta	18600715	9562604	1001431	4670700
7	Az Sığorta	20029664	8095742	9796794	3108822

Mənbə: <https://insure.az/companies/statistics/company>

Cədvələ əsasən, 2018-ci ilin sığorta ödənişlərinin sığorta haqlarına olan orta faiz nisbəti 33.04%-dir. Lakin 2019-cu il göstəricilərinə nəzər saldıqda, bu rəqəmin 56.7% olduğunu görürük. Nisbətənin bu qədər yüksəlməsinin əsas səbəbi “Axa Mbask Sığorta” şirkətinin ödədiyi sığorta ödənişlərinin topladığı sığorta haqlarından 4.7 dəfə çox olub zi-

yan etməsidir. Sığorta haqları və ödənişlərində seçilən şirkətləri ayırısaq anlaşılar ki, ən çox sığorta ödənişi edən şirkət “Paşa Həyat Sığorta” şirkəti 56 896 903 manat olmuşdur. İkinci şirkət “Atəşgah” Sığorta 13276478 manat ödənişlə olmuşdur (9). “Paşa Sığorta”, “Paşa Həyat Sığorta”, Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Kammersiya Şirkəti, “Atəşgah” Sığorta Şirkəti ölkəmizin sığorta bazarında sığorta haqları yığımında yüksək verimliliyə malikdir. Sığorta innovasiyalarında da həmin şirkətlər çox seçilir.

Sığorta haqlarının ödənişi ləngiyərsə, yenidən bölgü zamanı problemlər ortaya çıxar. Sığorta haqları vaxtılı-vaxtında toplanılmazsa, sığorta şirkətinin planladığı risklər gerçəkləşdiyi təqdirdə şirkət dəymiş ziyanı şəxsi kapitalı hesabına ödəmək məcburiyyətində qalır ki, bu da öz növbəsində onun ziyana getməsinə, dəymiş ziyanın ölçüsündən asılı olaraq müflisləşməsinə gətirib çıxarır. Kommersiya fəaliyyətində sığorta fəaliyyəti təminatçının həm fond, həm də digər gəlirlərdən istifadə etməsi ilə dəymiş ziyanın gecikmə olmadan kompensasiya edilməsini təmin edir. Cədvələ ümumi olaraq nəzər salsaq, 2019-cu ildə 2018-ci ilə nisbətən sığorta haqlarının cəmində 35.5% azalma müşahidə olunur (9). Sığorta hadisəsi baş verən zaman maliyyə vəsaitinin təkrar bölgüsü situasiyasının yaranması ani iqtisadi dəyişikliklərlə əlaqədardır. Bu tipli hallar ölkə iqtisadiyyatına və fərdi sahibkarlara həm maddi, həm də mənəvi zərər dəyməsinə şərait yaradır. Risk gerçəkləşdiyi təqdirdə vəsaitin təkrar qruplaşdırılıb yönləndirilməsinə ehtiyac duyulması risklərin baş vermə ehtimalı ilə əlaqədardır. Bu tipli situasiyalar həm dövlət iqtisadiyyatına, həm də təminatçı şirkətin maliyyə vəziyyətinə qismən də sığortalıya zərərli (9).

Yerli sığorta bazarının beynəlxalq sığorta bazarına girişinin əsas tələbi yerli şirkətlərin beynəlxalq standartlara cavab verməsidir. Tanınmış Avropa və Türkiyə sığorta şirkətləri ilə qarşılıqlı biznes əlaqələrinin yaradılması, xarici sığorta modellərinin ölkəmizdə tətbiqi, güclü investor axınının formalaşdırılması və yerli sığorta bazarına yönləndirilməsi ilə ölkəmizdəki sığorta şirkətlərinin kapitallarının artırılması, həm də marketinq strategiyaları vasitəsi ilə sığorta satışının qaldırılması ən əhəmiyyətli şərtlərdir. Xarici investorlar daha əvvəllər də Azərbaycanda sığorta anlayışının təşəkkülündə böyük köməklik göstərmişdilər. Xarici sığorta bazarı ilə qarşılıqlı əlaqə siyasəti formalaşdırmaqla yerli sığorta bazarının inkişafının davamlılığını təmin etmək, sığorta bazarında maliyyə sabitliyini qorumaq mümkündür. Hal-hazırda dövlətimizin sığorta toplusunun ümumi sığorta toplusuyla münasibətləri artmaqda və innovativ modellərdən istifadə etməsi təmin olunur. Bu istiqamətdə Azərbaycan sərhədləri daxilindəki sığorta bazarının sərhədlərimizdən kənardakı sığorta bazarları ilə münasibəti yalnız şirkətlər arasındakı əlaqələr və dövlətin birbaşa dəstəyi ilə həyata keçirilə bilər.

Əhalinin Əmanətlərin Sığortalanması Fonduna olan etimadını təhlil etmək məqsədi ilə təşkil edilən anket sorğusunun nəticələrinə əsasən, sorğuda iştirak edən 34 nəfərin 82.4%-i 18-24 yaş, 11.8% 25-30 yaş, 5.8%-i 31 və daha çox yaş qrupuna mənsubdurlar. İştirakçıların 41.2%-i kişi, 58.8%-i qadındır. 64.7%-lik qisim aylıq 0-500 AZM aralığında gəlirə, 29.4%-lik qisim aylıq 501-1000 AZM aralığındakı gəlirə, 5.9% isə 1001 AZM-dən çox gəlirə malikdir. İştirakçıların 41.2%-i bank və bank xidmətlərindən tam, 17.6%-i qismən istifadə edir. Geridə qalan 41.2%-dən isə istifadə etmir. Aylıq gəlirin istifadəsində 67.6% iştirakçı hamısını xərcləyir, 20.6% iştirakçı evdə yığım edir, 8.8% isə bankda depozit kimi saxlayır. Depozitə üstünlük verən iştirakçılar adətən illik faiz dərəcələrinin nisbətən aşağı olmasına baxmayaraq dövlət tərəfindən dəstəklənən iri bankları seçirlər. 3%-lik hissə isə qazancının yığma ayırdığı hissəsini şəxsi biznesinə yönləndirir. 60% bankda pul

saxlamağın güvənli olduğunu, 40% isə banklara etibar etmədiyini bildirir (8).

Anket sorğusunun məlumatlarına əsasən anlaşılır ki, insanların 50%-ə qədəri banklara etimad etmir. Buna səbəb kimi, 2015-ci ildə baş vermiş devalvasiya nəticəsində bir çox bankın müflis olmasını göstərmək olar.

Məlum olduğu kimi son illərdə baş verən iqtisadi qeyri-stabillik Azərbaycana çox ciddi təsir etməsə də, Türkiyəyə əsaslı təsiri olmuşdur. Bu səbəbdəndir ki, Türk sığorta modeli daha çox təkamül prosesi yaşamışdır. Həm də İqtisadi və coğrafi baxımdan dövlətimizə ən uyğun ölkə məhz Türkiyədir.

Ticarət sığortası məhsulu biznes fəaliyyəti nəticəsində yaranmış debitor borclarının ödənilməsinə qarşı müəssisəni qoruyur. Yəni ki, başqa hüquqi və ya fiziki şəxslərin sizin şirkətinizə olan borcları sığorta şirkəti tərəfindən kompensasiya olunur və sizin həmin borcu tələb etmə hüququnuz sığorta şirkətinə dövr olunur.

Biznes fəaliyyətindən sui-istifadəyə qarşı sığorta formasında müəssisə işçilərinin, sığortalanan müəssisə ilə əlaqəli adamların, vəzifədən sui-istifadə, maliyyə xuliqanlılığı və s. hərəkətlərə qarşı müəssisənin mühafizəsi sığortasıdır. Bu sığorta növünü məsuliyyət sığortası ilə birləşdirmək də mümkündür.

Müəssisənin siyasi risklərə qarşı sığortalınması, beynəlxalq fəaliyyətdə olan müəssisələrin başqa dövlətlərdə olan filiallarının siyasi qeyri-sabitlik və ya maliyyə riskləri nəticəsində ziyan görməsi vəziyyətində həmin şirkətə ödənilən kompensasiya formasıdır.

### **Maliyyə risklərinin sığortalınması və tarif dərəcələrinin müəyyən olunması zamanı yaranan problemlər**

Maliyyə risklərinin sığortalınması üçün tarif dərəcəsi “aktuari” tərəfindən hesablamalara uyğun təyin olunmuş faiz nisbəti olub, sığorta haqlarına birbaşa təsir göstərir. 3 formada tarif mövcuddur. İlk forması nizamlanmış tariftir. Bu tarif hesablanarkən qiymətlər Dövlət Sığorta nəzarəti tərəfindən hesablanır və irəli sürülür. İkinci formada isə sığorta şirkətləri hazırladıqları tarifləri Dövlət Sığorta nəzarətində təsdiqləndirib istifadə üçün icazə qazanırlar. Üçüncü forma isə azad tarif olub, sığorta şirkətlərinin maliyyə vəziyyətlərinin gözdən keçirərək öz tariflərini müəyyən etməsidir. Dövlət azad tarif formasından istifadə edirsə, sığorta şirkətlərinin tariflərinə qarışa bilməz. Sığorta fondunun köməyindən istifadə edərək dəymiş ziyan kompensasiya olunarkən birgə ödənişin olması nəzərə çarpmalıdır. Yəni, sığorta şirkəti riskin qarşılınması haqqında sığortalıya məlumat verməlidir. Bu aspektdə dəqiq olaraq sığortaçı şirkətə sığortalıdan zamanında sığorta haqları köçürmələri olmalıdır. Sığortaçı şirkətin bu köçürmələri ləngitmək hüququ yoxdur. Kommersiya müəssisələrində maliyyə risklərinin sığortalınmasının əhəmiyyətli səbəbi maliyyə risklərinin minimumlaşdırılmasıdır. Çox rast gəlinən forması bank krediti və ipoteka sığortasıdır. Kredit öhdəliyi müştəri tərəfindən yerinə yetirilmədikdə və ya müştərinin başına bədbəxt hadisə gəldikdə kredit ödənişinin müəyyən bir qismini və ya hamısını sığorta şirkəti öz üzərinə götürür. Lakin müştərilərin böyük bir qismi sığorta haqqı məbləğindən narazı qalır. İnsanların kredit sığortası haqqında məlumatsız olması ciddi problemlərdən biridir (1, s.81-89).

Əhalinin “Əmanətlərin Sığortalınması Fondu” haqqında məlumatsız olması ölkə iqtisadiyyatında məhdudiyətlər yaradır. İqtisadi və ya sosial səbəblərdən irəli gələrək sığorta hadisəsi baş verən zaman Mərkəzi Bank iflas təhlükəsi yaşayan bankların fəaliyyə-

tinə məhdudiyət qoya və ya fəaliyyətini ləğv edə bilər. Belə bir hal baş verdikdə “Əmanətlərin Sığortalanması Fondu” avtomatik dövriyyəyə girir. Bankda əhalinin depozitləri bu fond tərəfindən sığortalandığı üçün vətəndaşa dəymiş zərər fond tərəfindən müqavilə şərtlərinə uyğun olaraq qismən və ya tam kompensasiya olunur. 2015-ci il devalvasiyasından sonra banklara inamin azalması nəticəsində insanlar vəsaitlərini şəxsi saxlanclarında saxlamağa başlayırdılar. Bu halın qarşısını alıb ölkə iqtisadiyyatını canlandırmaq məqsədi ilə Prezident İlham Əliyevin fərmanına əsasən 04.03.2016 tarixindən etibarən üç il müddətinə əmanətlər tam məbləğində sığortalanırdı. 04.03.2019 tarixində isə həmin qanun başa çatdı (4).

Nəticə etibarilə iqtisadiyyata dövlət dəstəyi daha da artdı. Bu cari vəziyyətə uyğun olaraq çox uğurlu addım idi. Hal-hazırda qanunun müddətinin bitmiş olması yenidən durğunluq yarada bilər. Qanunun müddətinin uzadılması həm əhali baxımından, həm də əmanətçi bankların mənafeyi baxımından olduqca məqsədəuyğundur.

Sığorta tariflərinin hesablanması və dəyərləndirilməsi üçün bəzi tələblər mövcuddur. İlk tələb tarif hesablanarkən təkmil prosesinə yol açan məlumatın gəldiyi yerin etibarlı qaynaq olmasıdır. İkinci tələb həmin qaynaq haqqında tam dolğun, ətraflı məlumatın olmasıdır. Seçilmiş hesablama metodu özündə sığorta tarifinin risklilik dərəcəsini, xalis tarif dərəcəsini və sığorta ilə yüklənmə əmsalını əlaqələndirməlidir.

### **Ədəbiyyat**

1. Əyyubova N.S. Azərbaycanda sığorta bazarı və onun tənzimlənməsində vergi sisteminin rolu. Bakı Universitetinin xəbərləri, 2014. №1, s.81-89
2. Sığorta fəaliyyəti haqqında AR 25 dekabr 2007 N 519-III Q sayılı Qanunu
3. “Sığorta”. Azərbaycan Respublikasının sığorta sahəsini tənzimləyən nomativ hüquqi aktlar Toplusu, Bakı, 2005
4. <http://m.apa.az>
5. <http://papers.ssrn.com>
6. <http://transparency.az>
7. <http://www.pasha-life.az/about?lang=az#reports>
8. <https://forms.gle/DQ3hJMFEmVGxZ236>
9. <https://insure.az/companies/statistics/company>

## **ANALYSIS OF FINANCIAL RISKS AND CURRENT SITUATION WITH INSURANCE COMPANIES IN AZERBAIJAN**

**A.F.Eyvazli**

### **SUMMARY**

This work deals with the problems related to the financial risks in insurance companies. It is shown that the legal regulation of insurance relations plays an important role in improving the efficiency of insurance companies.

**АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ И ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ  
СТРАХОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**А.Ф.Эйвазлы**

**РЕЗЮМЕ**

В статье исследуются проблемы, связанные с финансовыми рисками в страховых предприятиях. Установлено, что правовое регулирование страховых отношений играет важную роль в повышении эффективности деятельности страховых компаний.

*Məqalə redaksiyaya 25 may 2020 tarixində daxil olmuş, 5 iyun 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО РЫНКА

**Р.Н.Микаилова**

Азербайджанский Государственный Экономический Университет  
Баку, улица Истиглалийат 6  
e-mail: rana.mikayilova@unec.edu.az

*Açar sözlər:* əmtəə-pul münasibətləri, iqtisadi münasibətlər, əmtəə bazarı

*Key words:* commodity-money relations, economic relations, commodity market

*Ключевые слова:* товарно-денежные отношения, экономические отношения, товарный рынок

Любые теоретические исследования начинаются с изучения и выявления категориального аппарата в той или иной сфере. Не являются исключением теоретические исследования товарного рынка, где категориальный аппарат является наиболее обширным и сложным. Наиболее популярное определение рынка представляют как комплекс отношений между производителями и потребителями, в результате которого оформляются договора купли-продажи соответствующих товаров на основе спроса и предложения [1; 2].

Наиболее обобщенное определение рынку предлагает А.Железняк [3]: рынок – это система товарно-денежных отношений между хозяйственно-обособленными и конкурирующими производителями и потребителями, считая при этом, что товарно-денежные отношения приближают продавцов и покупателей, а конкуренция же их отделяет. Определяя категорию «рынок», А.В.Петрова [4] заменяет в тексте слово «товарно-денежные отношения» сочетанием другого подхода - «экономические отношения», при этом обращая внимание на то, что конкурентные рынки опираются на большее количество продавцов и покупателей.

В современных условиях давать однозначное определение категории рынка сложно. Поэтому предлагается определить рынок через так называемый «классификационный подход», которое может охватить все стороны исследуемого рынка. Ниже приводится наиболее типичный и традиционный классификационный подход к категориям рынка [5].

А. Наиболее типичным считается рынок совершенной конкуренции, который включает в себя такое содержание, что отдельные производители и потребители не могут влиять на цену, но определяют уровень состояния спроса и предложения. В данном случае производитель не может установить цену выше рыночной, так как потребители могут без ограничения купить соответствующий товар по действующей рыночной цене.

Основными компонентами совершенной конкуренции являются: многочисленное количество равноценных производителей и потребителей; однородность реализуемых товаров; свободный вход или выход с рынка; относительная гибкость факторов производства; свободный доступ всех игроков рынка к информации.

В. Другим типичным считается рынок несовершенной конкуренции, который включает такие виды, как монопольный; монополистической конкуренции; олигополистической; монополия; олигополия.

С. Монопольный рынок представляет собой систему одного производителя. В рыночной экономике монополизация производства и реализация продукции запрещена, в тоже время, в ряде рынков данный процесс неизбежен.

Д. Рынок монополистической конкуренции включает производителей, способных доставлять потребителю различные товары на рынке, где имеется возможность для появления новых производителей. Характерной чертой данного рынка являются: продукция отдельного предприятия, предоставленный на рынок, является несовершенным заменителем продукции, продаваемого другими предприятия; на рынке действуют значимое количество производителей, из которых удовлетворяет средний, но не малый удельный вес рыночного спроса на общий вид продукции, реализуемого предприятиями и ее конкурентами; производители на рынке не согласовывают свои действия с конкурентами; когда устанавливают цену на свою продукцию или когда устанавливают ограничения по объему годовой реализации.

Е. Олигополистический рынок является таким видом, при котором в каждом секторе функционирует не одно, а множество предприятий. Иначе, в олигополистической сфере продавцов больше, чем, например, в монополии, но ниже, чем в системе совершенной конкуренции.

Классификация рынков с позиции конкуренции представлены в Табл. 1.

К. В рамках монополии или олигополии рыночным приоритетом обладает потребитель.

Монополия – положение на рынке, когда один потребитель взаимодействует со многими производителями, ставя им условия на цену.

Таблица 1

### Классификация рынков в условиях конкуренции

Конкурентная стратегия	Число и объем предприятия	Содержание товара	Входные предпосылки	Типы эластичности спроса
А.	Количество малых предприятий	Однородный товар	Сложность отсутствует	Эластичность высока
С.	Одно предприятие	Марочный товар	Имеются сложности входа на рынок	Эластичность низка
Д.	Количество малых предприятий	Дифференцированный товар	Сложность отсутствует	Зависимая эластичность
Е.	Имеются крупные предприятия	Дифференцированный или однородный товар	Ряд ограничений	Сочетание высокой и низкой эластичности

Таблица составлена автором

Олигополия – положение на рынке, где функционирует малое количество покупателей и значительное количество производителей. В данном случае производители весьма гибкие к системе ценообразования и маркетинговым стратегиям.

Хорошо известно следующее выражение товарного рынка: это коммерческо-экономический механизм, который способствует купле-продаже продукции. В содержание данного подхода входят компоненты, направленные напрямую для установления договоров купли-продажи товаров, и дополнительные компоненты, которые определяют инфраструктуру товарного рынка. Коммерческие компоненты товарного рынка функционируют в ряде условий. Основным является коммерческая свобода. Следовательно, товарный рынок – это компонент, где на базе спроса и предложения товаропотребитель и товаропроизводитель согласовывают рыночную цену на ряд товаров и проводят сделки купли-продажи. Кроме того, товарный рынок нельзя путать с территорией, где протекают эти сделки. Рынок – категория более сложная, он соединяет ряд предприятий, где осуществляются прямые сделки купли-продажи, а также субъекты инфраструктуры. Коммерческие сделки осуществляют и сети торговых фирм, ярмарки, аукционы и другие коммерческие организации. В товарную инфраструктуру включают логистику, информационные услуги и т.д. вызывает также интерес определение товарного рынка следующим образом: под товарным рынком следует понимать область продажи товара или комплекс продукции, связанных между собой рядом признаками коммерческого или потребительского характера. Группировать товарные рынки можно по нескольким признакам:

А. По виду покупателей: рынок потребительских товаров; рынок товаров промышленного потребления.

В. По региональному признаку: районный; зональный; территориальный, республиканский; международный.

С. По отношению страны: отечественный; зарубежный, блочный.

Д. По характеру реализации: розничный; общественное питание; платные услуги.

Е. По сложности и размеру: емкость и объем рынка.

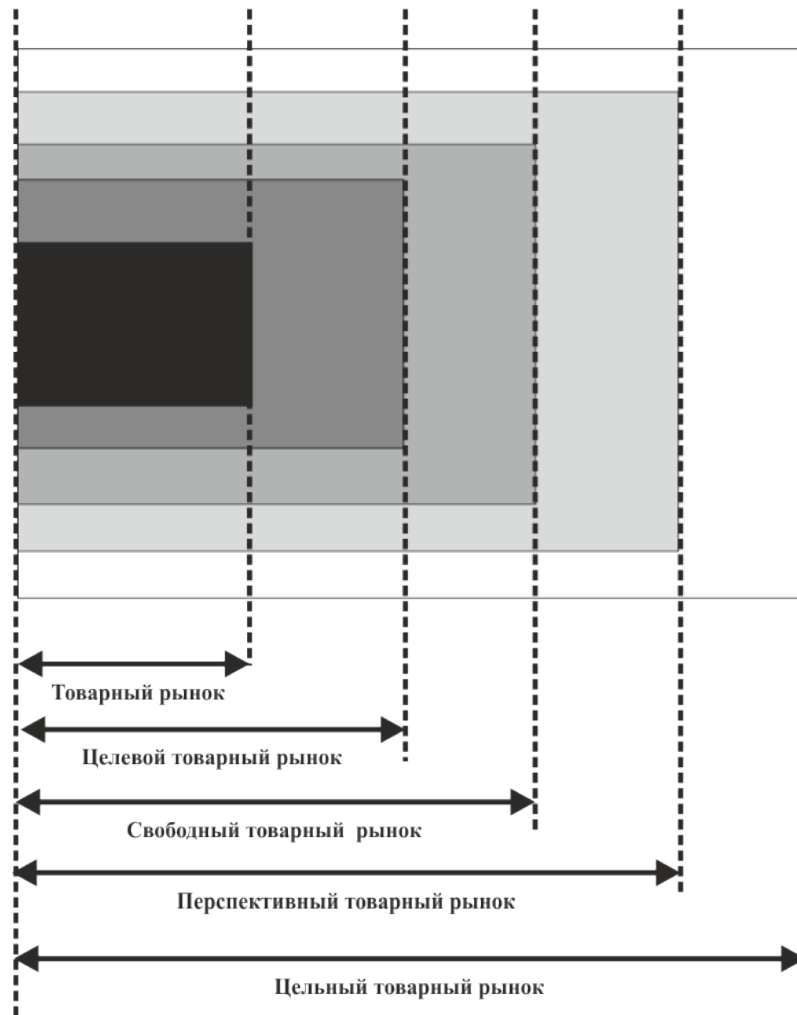
Следовательно, по своим масштабам цельный товарный рынок является самым объемным. К их числу можно отнести весь рынок, или же рынок одного определенного продукта. В данном случае имеется ввиду все средства, которые могут быть затрачены на данную продукцию.

Перспективный – имеет меньший размер, так как не все потребители станут перспективными клиентами. Например, под перспективными клиентами представляют те, которые в силу ряда обстоятельств могут приобрести продукцию.

Также можно выделить доступные рынки, целевые рынки, цельные рынки и др.

По нашему мнению, в современных условиях к категории товарного рынка нужен несколько иной подход (об этом подробно было отмечено во введении работы). В частности, товарный рынок необходимо рассматривать с позиции анализа институциональных элементов с учетом закономерностей формирования и трансформации рыночных институтов. Данный вывод вытекает из того, что современная рыночная экономика представляет собой систему взаимосвязанных товарных рынков с обособленными функциями и в тоже время носящий системный характер.





**Рис. 1. Классификация товарного рынка**

О.Покатева [6,7] считает, что в данном направлении можно отметить 4 главных основных элементов товарного рынка: экономико-организационный, состоит из биржи, ярмарок, выставок, коммерческих центров, объединений, логистики и т.д.; информационно-коммуникационные средства связи, включающий другие информационные и справочные системы; материально-техническую, складское и логистику, передвижные системы, центры послепродажных услуг; банковско-денежные, содержание которой составляют ряд банковских и страховых систем, индивидуальные банковские и кредитно-денежные организации, включая коммерческие банки.

Следует отметить основным условием институционализации компоненты товарных рынков является новая характеристика функции коммерческого товарного рынка, состоящие: новое состояние и соотношение взаимосвязей предложения и спроса; комплексная система логистических систем; уменьшение неопределенности за счет разных типов страхования и аудиторской деятельности; формирование информационной базы состояния рынка для принятия эффективных

коммерческих решений; использование современных ИКТ; формирование гибкой и устойчивой работы денежной системы; помощь фирмам за счет активного внедрения лизинга; применение маркетингового подхода по доставке продукции до клиентов.

Товарные рынки, как важный компонент рыночного механизма, тесно связана с развитием рыночной системы. Динамика структурных изменений в их элементах отражает процесс поэтапного развития товарного обмена от простых к более сложным иерархическим уровням обмена. Иерархичность товарного рынка способствует росту масштабности и совершенствует его функции.

В современных условиях в товарных рынках следует отметить три институциональных блока.

I – состоит из производителей и потребителей.

II – состоит из посредников производителей и потребителей.

III – относится инфраструктура товарного рынка, включающие характер и содержание процесса взаимодействия компонентов товарного рынка.

Таким образом, резюмируя имеющиеся подходы в структуре товарных рынков можно отметить те следующие компоненты:

А. Производственно-коммерческие компоненты: материально-сырьевые ресурсы, которые обеспечивают процесс производства; банковско-денежные ресурсы; информационно-коммуникационные технологии; персональное обеспечение; договорные отношения.

В. Торгово-посреднические компоненты, состоящие из оптовых и розничных ступеней торговли: торговые склады и их комплексы; мелкооптовые базы и системно-розничной сети.

С. Посреднические компоненты: товарные биржи; торговые дома, как в республике, так и за рубежом; ярмарки и выставки-продажи товаров.

Д. Компоненты услуг: услуги отраслевой направленности; производственные услуги; фирма из производства и ремонта тары; лизинговые услуги; логистические услуги.

Е. Рекламно-информационный и аналитический компоненты: районные информационные пункты; маркетинговые опытные комплексы; аудиторские центры и предприятия; рекламные предприятия.

К. Потребительские компоненты: товары и услуги; информационная связь; финансовое обеспечение.

Все компоненты рыночной инфраструктуры товарного рынка в настоящее время находятся на стадии развития. Именно рыночная инфраструктура собирает информации, которые идут от потребительского спроса, создает условия восприятия этих импульсов товаропроизводителями и соответствующие реакцию на них, объединяет продавцов и покупателей в единую коммерческую систему (коммерческий процесс) [8].

В настоящее время на товарном рынке появляются новые игроки, которые «практически заменяют» продавцов и покупателей. Речь идет об особенностях функционирования рынков виртуальной торговли товарами. В Таблице 2 представлены общее и особенное в функционирования рынков виртуальной и реальной торговли товарами. Как видно, традиционная и электронная торговля на товарном рынке резко отличается друг от друга. Это относится практически ко всем

сферам: обеспечение товарами и услугами; маркетинг; применение различных каналов снабжения; логистика; работа с отдельными системами оплаты; персонал; послепродажные услуги; введение аудиторской системы.

**Таблица 2**  
**Специфика и функционирование товарных рынков виртуальной и существующей торговли товарами**

Наименование	Общие черты	Отличительные черты	
		Традиционная торговля	Электронная торговля
1. Обеспечение товарами и услугами	Игроки товарных рынков занимаются коммерцией товарами и услугами	Преимущество материальных товаров и услуг	Преимущество нематериальной деятельности и товаров
2. Маркетинг	Применение маркетинговых коммуникаций	Направленность маркетинговых фирм на массовую аудиторию	Направление на применение механизмов
3. Применение различных каналов снабжения	Применение различных каналов	Активное применение каналов распределения, адаптированных под традиционную торговлю	Активное применение каналов распределения, адаптированных под виртуальную торговлю
4. Логистика	Логистические услуги	Активное применение служб собственной доставки	Основными способами доставки являются логистические фирмы, курьерские службы
5. Работа с отдельными системами оплаты	Применение доступных приемов оплаты	Преобладание наличного способа оплаты, в отдельных случаях безналичная оплата	Преобладание безналичного способа оплаты
6. Кадры	Кадры необходимы	Преимущественно применяется узкоспециализированный персонал	Кадры обладают большой сферой компетенций
7. Послепродажные услуги	В I и II случаях	Применение правового порядка	Большой % продажи товаров с возможностью самостоятельной сборки
8. Ведение аудиторской системы	В правовом порядке	Усиленная контрольная система	Значительная степень сокрытия доходов, чему способствуют: проблемы со стороны контролирующих органов

В Азербайджанской Республике принят закон «О электронной торговле» (от 10 мая 2005 г., № 908 ПҚ), где определены основные положения электронной торговли и выработаны перспективы ее развития. В настоящее время оборот электронной торговли республики превышает 50 млн. манат.

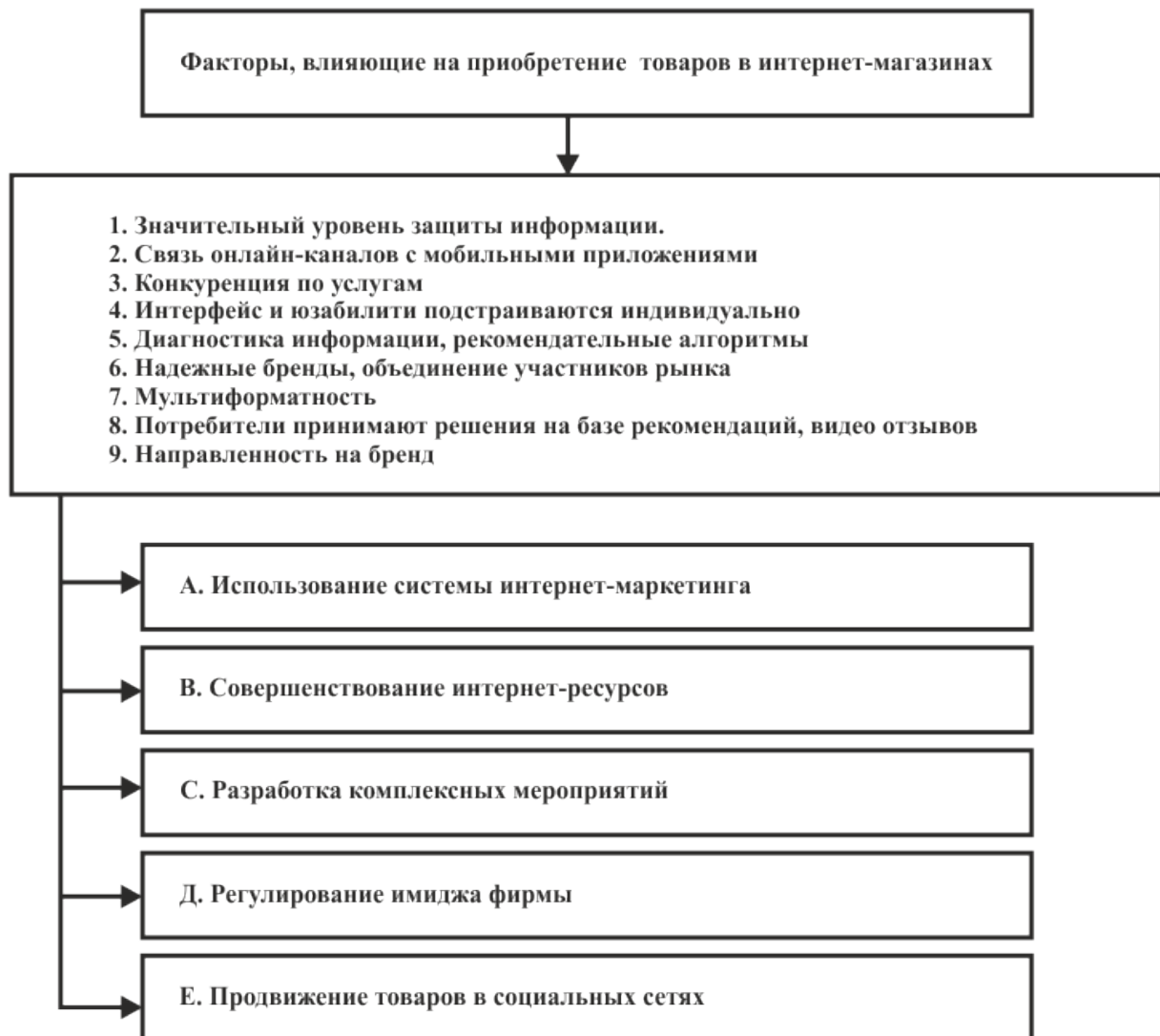
Проведенные учеными исследования способствовало выявлению основных значимых факторов электронной торговли (Табл. 3).

Таблица 3

**Наиболее значимые факторы электронной торговли**

<b>Характеристика факторов</b>	<b>Значимость факторов</b>
1. Наличие офлайн-выставки	0,2937
2. Гибкость реализации товара	0,2891
3. Наличие сети поставщиков товара	0,2836
4. Рост доходов потребителей	0,2562
5. Расход на создание и обслуживание сайта	0,2277
6. Рост ставок налогов	0,2266
7. Характеристика сайта	0,2246
8. Доступность применения сайта	0,2246
9. Число посещений сайта	0,2135
10. Расходы на содержание работников	0,2125
11. Услуги сборки и доставки	0,1910
12. Степень развития ИКТ	0,1912
13. Рост цен энергетического сектора	0,1779
14. Усиление темпов строительства	0,1860
15. Сроки и послепродажные услуги	0,1712
16. Четкое исполнение заказа	0,1664
17. Увеличение тарифов	0,1521

В исследовании на базе диагностики следует выявить важные способности виртуальных каналов продвижения товаров в сети Интернет, которые ускорят продвижение продукции, направленные на формирование спроса на рынке с целью стимулирования продаж, и разработать механизм маркетинговой системы (см. Рис. 2).



**Рис. 2. Ряд аспектов виртуальных каналов продвижения товаров и услуг в Интернете**

### Литература

1. Бакуменко М.А., Сигал А.В. Концепция оценки коммерческой эффективности реальных ИП // Труды ИСА РАН. Том 64. №1, 2014, с. 88-98.
2. Богатырев В.А. Информационные системы и технологии. СПб.: СПб НИУИТМО. 2017, 320 с.
3. Васюхин О.В., Варзунов А.В. Информационный менеджмент. СПб.: СПб ГУ ИТМО. 2010, 119 с.
4. Васильева О.Е. Формирование и экономическая оценка сервисного сопровождения продукции промышленного предприятия: теория и методология. Авт. док. дис. Челябинск: ЮУГУ, 2011.

5. Венделева М., Вертанова Ю. Информационные технологии в управлении. М.: Юрайт. 2016, 469 с.
6. Волкова В.Н. Теория информационных процессов и систем. М.: Юрайт. 2017, 504 с.
7. Внуков А.А. Защита информации. М.: Юрайт. 2017, 242 с.
8. Гатилов И.Н. Информация как основной фактор повышения эффективности управления предприятием // Вестник ВУКЭП, № 1, 2017, с. 88-95.

## **ƏMTƏƏ BAZARININ FORMALAŞMASININ NƏZƏRİ CƏHƏTLƏRİ**

**R.N.Mikayılova**

### **XÜLASƏ**

Məqalədə bazar iqtisadiyyatının kateqoriyalarından bəhs olunur. Əmtəə bazarının xarakteri araşdırılmış və onun struktur komponentləri nəzərdən keçirilmişdir.

## **THEORETICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF COMMODITY MARKET**

**R.N.Mikayılova**

### **SUMMARY**

This work deals with the categories of market economy. The nature of commodity market is discussed and its structural components are considered.

*Məqalə redaksiyaya 3 iyun 2020 tarixində daxil olmuş, 10 iyun 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

UOT № 657.1

## İDARƏETMƏ UÇOTU VƏ TƏŞKİLATIN İDARƏ OLUNMASINDA ONUN ROLU

**L.Vurğun**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-mail: [lemanvurgun@gmail.com](mailto:lemanvurgun@gmail.com)

*Açar sözlər:* idarəetmə uçotu, mühasibat uçotu, maliyyə uçotu

*Keywords:* management accounting, accounting, financial accounting

*Ключевые слова:* управленческий учет, бухгалтерский учет, финансовый учет

Hazırda dünya və yerli istehsal bazarlarında rəqabətin gücləndirilməsi, texnologiyaların inkişafı, biznesin diversifikasiyası və kommersiya təşkilatlarının idarə edilməsində biznes-proseslərin mürəkkəbləşməsi idarəetmə uçotunun rolunu daha da artırır. Mühasibat uçotunun iki növü var: maliyyə uçotu və idarəetmə uçotu. Bir çox rəhbərlər bu uçot növlərini qarışdırır və ya onları eyniləşdirirlər ki, bu da məqsəduyğun deyil. Rəqabət mühitinə yönəldilmiş, funksional işlənilmiş hazırlanmış idarəetmə uçotu mühasibat və maliyyə uçotu üçün xarakterik olan çatışmazlıqların vaxtında aradan qaldırılmasına imkan verəcək. Bu baxımdan, idarəetmə uçotunun rolu və əhəmiyyətinin gücləndirilməsinə, onun təşkili metodikasının təkmilləşdirilməsinə yönəldilmiş nəzəri və praktiki tövsiyələrin işlənməsi olduqca aktualdır.

### İdarəetmə uçotuna müasir yanaşmalar

Aparılan tədqiqat zamanı "İdarəetmə uçotu" anlayışının altmışdan artıq şərhli nəzərdən keçirilmiş, nəticədə bu terminin təfsirində iki prinsiplial yanaşma üzə çıxmışdır.

Birinci yanaşmanın tərəfdarları idarəetmə uçotunu özünəməxsus vəzifələri, məqsədləri və funksiyaları olan bütöv bir sistem kimi qiymətləndirirlər. Onların baxışlarının təhlili aşağıdakı nəticələrə gəlməyə imkan verdi.

İdarəetmə uçotu yalnız daxili istifadə üçün, eləcə də optimal idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi üçün nəzərdə tutulan informasiya bazasını formalaşdırmağa imkan verir. İdarəetmə və maliyyə uçotu sahəsində bəzi mütəxəssislər, o cümlədən, O.E.Nikolaeva, T.V.Şişkova hesab edirlər ki, idarəetmə uçotu mühasibat uçotunun alt sistemidir, ona görə də onun informasiya bazası fəaliyyətin operativ istiqaməti ilə bağlıdır. Bir sıra alimlər isə, məsələn, T.V.Karpova, V.E.Kərimov, A.D.Şeremet idarəetmə uçotunu planlaşdırma, nəzarət və təhlilin daxil olduğu inteqrasiya edilmiş mühasibat sistemi ilə əlaqələndirir və düşünürlər ki, informasiya bazası eyni zamanda taktiki, proqnoz və strateji qərarların qəbul edilməsi üçün istifadə edilə bilər. Bizim nöqteyi-nəzərdən, bu yanaşmanın müəllifləri "idarəetmə uçotu" anlayışına çox geniş yanaşırlar, onun funksionallığına dair ətraflı məlumat vermirlər, mənfəətin maksimumlaşdırılmasında onun rolu ilə bağlı imkanları konkretləşdirmirlər.

İkinci yanaşma daha dar çərçivədədir, çünki idarəetmə uçotunu təşkilatın həm re-surs, həm də informasiya baxımından daxili tələbatını təmin etməyə imkan verən fəaliyyət

sahəsi kimi nəzərdən keçirir. Bu definisiyanın konseptual mənasının müqayisəli təhlilini apararaq bu nəticəyə gəlirik ki, tədqiq olunan anlayışın həm xarici, həm də daxili mühitinə diqqəti cəmləşdirməyə imkan verən sistemli (üçüncü) yanaşma tətbiq etmək lazımdır.

Bununla əlaqədar, əminliklə demək olar ki, idarəetmə uçotu – təsərrüfatçılığın təşkilatı və maliyyə strukturunun müxtəlif səviyyələrində iqtisadi subyektlərin informasiya bazasına söykənən, optimal idarəetmə qərarlarının qəbuluna yönələn dinamik, açıq, tənzimlənən daxili, xarici əlaqələri olan sistemdir.

Bu şərh, idarəetmə uçotunun bir proses kimi nəzərdən keçirilə biləcəyi əsas funksional xüsusiyyətləri müəyyən etməyə imkan verir ki, bu prosesə əsasən, kommertiya təşkilatının maliyyə nəticələrinin maksimuma çatdırılmasına dair qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olmaq üçün resursların səmərəli və rasiyal istifadəsi haqqında müddəanı təsdiq etmək mümkündür.

### **İdarəetmə və maliyyə uçotunun müqayisəli xarakteristikası**

İdarəetmə uçotunun daim inkişaf proseslərinin, funksiyaların, məqsədlərin, vəzifələrin, alətlərin və onların həlli üsullarının genişləndirilməsinin baş verdiyi müstəqil sistem olduğunu güman edən fikirlə razılaşımaq lazımdır. Bundan əlavə, bu yanaşmaya əsasən bir sıra sahələrdə idarəetmə uçotu maliyyə uçotu ilə sıx bağlıdır. İdarəetmə və maliyyə uçotu arasındakı əlaqəni nəzərdən keçirək (Cədvəl 1).

Maliyyə uçotu ilə idarəetmə uçotu arasında müəyyən fərqlər olsa da, onlar arasında çoxlu oxşarlıqlar mövcuddur, bunlar da ilk növbədə onların vahid prinsiplərə, metodologiyaya, obyektlərə və ilkin məlumat bazasına malik olması ilə şərtlənir [1, s. 30].

### **Təşkilatlarda idarəetmə uçotunun rolu və əhəmiyyəti**

Bu günə qədər idarəetmə uçotunun yerli təcrübəsində, ikinci dərəcəli məlumat mənbələrindən istifadə olunur ki, bu da onun effektivliyini müəyyən dərəcədə azaldır. Məsələn, idarəetmə uçotu iş yerlərinin və istehsalat və texnoloji proseslərin təşkili prosesinə praktiki olaraq təsir göstərmir, baxmayaraq ki, onların planlaşdırılması ekspertlərin fikrincə, səmərəlilik göstəricilərini, innovasiya fəaliyyətinin idarə olunmasını real surətdə artırır bilərdi.

İdarəetmə uçotu müxtəlif alətlərin istifadəsinə əsaslanır. Əvvəllər xərcləri optimallaşdırmaq lazım idi və bu optimallaşdırma alətlərinin ilk funksiyalarından biri idi, lakin zaman keçdikcə bu cür funksiyaların sayı artdı, onlar daha da mürəkkəbləşdi, nəzarət sistemi ilə daha çox qarşılıqlı əlaqə quruldu və bu da konkret hədəfləri həyata keçirməyə imkan verən alətlər toplusunun çətinləşməsinə və genişlənməsinə səbəb oldu.

İdarəetmə uçotu sistemində iki əsas fərqləndirici xüsusiyyətə malik idarəetmə nəzarəti də mühüm yer tutur. Birinci xüsusiyyət büdcələrin tərtib edilməsi və ya fəaliyyətin faktiki göstəricilərini qiymətləndirməyə imkan verən uzunmüddətli planlaşdırma forması kimi çıxış edən formal planlaşdırma prosesindən ibarətdir. İkinci xüsusiyyət praktikada fəaliyyət hədəf göstəricilərindən istifadə etmək mümkün olan müvafiq mərkəzlərin yaradılması, onların ölçülməsi və müqayisəsi, eləcə də analitik prosedurlar və düzəldici tədbirlər həyata keçirməklə əldə olunan məsuliyyət mərkəzinə əsaslanır. Buna görə idarəetmə nəzarəti maliyyə-iqtisadi fəaliyyətin səmərəliliyinə nail olmaq üçün kommertiya təşkilatı rəhbərliyi tərəfindən yönəldilmiş təşkilatı və analitik strukturların, metodiki qayda və prosedurların məcmusu kimi nəzərdən keçirilə bilər.



## Maliyyə və idarəetmə uçotunu müqayisəli xarakteristikası

Fərqliliklər	İdarəetmə uçotu	Maliyyə uçotu
<b>Nizamlanma səviyyəsinə görə</b>	Rəhbərliyin qərarı ilə	Aparılması məcburidir
<b>Məsuliyyətlik dərəcəsi</b>	İntizam məsuliyyəti (irad, töhmət və s.)	Qanunla müəyyənləşdirilən inzibati məsuliyyət (maliyyə sanksiyaları, cərimələr)
<b>Uçotun aparılması məqsədi</b>	Daxili istifadəçilərin idarəetmə və planlaşdırma informasiyaları ilə təmin edilməsi	Xarici informasiya istifadəçiləri üçün hesabatın hazırlanması
<b>Uçot obyektləri</b>	Məsuliyyət mərkəzləri, məhsul, satış zonası və s.	Bütövlükdə müəssisənin təsərrüfat-maliyyə fəaliyyəti
<b>Uçot prinsipi</b>	Normativ və hüquqi tələblərə qeyri münasibətdə lakin qərarların qəbulunda informasiyanın səmərəliliyi	Uçotun ümumi qəbul olunmuş, standartlaşdırılmış prinsipləri
<b>Uçotun strukturu</b>	Bazis Bərabərliyinin olmaması. Obyektin üç növü: gəlirlər, xərclər, aktivlər	Bazis bərabərliyi Aktivlər=öhdəlik+xüsusi kapital
<b>Xərclərin qruplaşdırılması</b>	Xərc daşıyıcıları üzrə qruplaşdırılır	İqtisadi elementlər üzrə qruplaşdırılır
<b>İnformasiya istifadəçiləri</b>	Müəssisənin tərkibinə daxil olan idarəetmə personalının işçilər qrupu	Müəssisənin tərkibinə daxil olmayan idarəetmə heyətin işçilər qrupu
<b>İstifadəçilərə çatdırılması müddəti</b>	Hesabat dövrünün sonunda	Hesabat dövrünün tamamından sonra növbəti ayın, rübün 20-nədək
<b>Zaman baxımından informasiyanın fərqliliyi</b>	Müəyyənləşdirilmiş dövrü əhatə edən keçmiş və gələcək zaman informasiyası	Müəyyənləşdirilmiş dövrü əhatə edən keçmiş zaman informasiyası
<b>İnformasiyanın əks olunması formaları</b>	Uçot nəticələrinin pul və natural formada əks olunması	Uçot nəticələrinin yalnız pulla əks olunması
<b>İnformasiyanın çatdırılması tezliyi</b>	Aylıq, on günlük, həftəlik tapşırıqlarla müəyyənləşdirilir	Rüblük və illik

Mənbə: [http://lib.bbu.edu.az/read.php?item\\_type=lecture&file\\_type=pdf&file=125](http://lib.bbu.edu.az/read.php?item_type=lecture&file_type=pdf&file=125)

İdarəetmə uçotu sistemində hər şeydən əvvəl istehsal xərcləri haqda informasiyalar formalaşır. İdarəetmə uçotu, istehsal məsrəflərinin uçotu və məhsulun maya dəyəri kalkulyasiyasının təşkilini nəzərdə tutur. İstehsal xərcləri idarəetmə uçotunun əsas obyektlərindən biri hesab edilir. Məsrəflər növlərinə, başvermə yerlərinə və məsrəf daşıyıcılarına görə qruplaşdırılır və uçota alınır. Məsrəflərin başvermə yerləri - ehtiyatların (maddi - xammallar, yanacaq-enerji, əmək, maliyyə) ilk istehlak yeri olan struktur vahidləri, bölmələr: iş yerləri - sahələr, briqadalar, istehsalatlar, sexlər və i.a. hesab edilir.

İdarəetmə uçotunun təşkili, müxtəlif smeta, büdcə və i.a. tərtib edilməsini nəzərdə tutduğundan ayrı-ayrı uçot obyektlərinin çəkdiyi məsrəflərin və onların nəticələrinin müqayisə edilməsi nəticəsində istehsalat-təsərrüfat fəaliyyətinin effektivliyi müəyyən edilir [2, s. 7].

Optimal idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi, xərclərin təsnifatı baxımından informasiyanın hazırlanmasının uğurla həyata keçirilməsi üçün idarəetmə uçotunun bir sıra baza qaydalarını tətbiq etmək lazımdır: 1) sadalanan xərclərin minimumunun effektivlik metodundan istifadə etmək, yəni "xərc-fayda" qaydasına istiqamətlənmək; 2) xərclərin detallaşdırılmasını kommersiya təşkilatının fəaliyyətinin müxtəlif məqsədləri üçün həyata keçirmək.

Alternativ variantları seçərkən əsas qayda xərclər üzərində mənfəətin üstünlük təşkil etməsidir. Buna görə də bu mövqe daha optimal idarəetmə qərarının seçilməsində meyarlar toplusunun əsasıdır. Çünki idarəetmə uçotu sistemində proseslərin, texnologiyaların rəşional təsnifatı hesablamaların düzgün metodikasını tətbiq etməyə imkan verəcək.

Funksional və prosesli yanaşmaların birgə tətbiqi sistemi axıra qədər işlənilib hazırlanmayıb, buna görə də tətbiq oluna bilməz, baxmayaraq ki, bu sistem müəssisə üçün zəruridir. Müəssisənin idarə edilməsinə funksional və prosesli yanaşmaların kompleks istifadəsi sistemində idarəetmə funksiyalarının ötürülməsi və verilməsi sistemli yanaşmanın əsas tərkib hissələrindən biridir. Çünki qarşılıqlı əlavədən müsbət təsirin və onların inteqrasiyasının hamıya məlum olması müəssisənin səmərəli idarəetmə sisteminin qurulmasına, yəni onun müəyyən məqsədlərə nail olmaq üçün qarşıya qoyulmuş vəzifələrlə optimal qarşılıqlı əlaqələrinin yaradılmasına imkan verir.

İdarəetmə uçotunun rolu və əhəmiyyəti bir də ondan ibarətdir ki, müəssisənin fəaliyyət xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla optimal idarəetmə prosesinin seçilməsi halında onun köməyi ilə informasiya dəstəyini göstərmək mümkün olur.

Müasir idarəetmə uçotunun fəaliyyət sahəsinə müxtəlif risklərin tənzimlənməsi prosesləri də daxildir. O, informasiya təminatı, maliyyə fəaliyyətinin əsas göstəricilərlə vasitəsilə tənzimlənməsi ilə məşğul olur, həmçinin müəssisənin planlaşdırılması sahəsində strategiya və taktikanı tətbiq edir, keyfiyyətin idarə olunması sisteminin işini izləyir.

İdarəetmə uçotu sistemi rəhbərliyə konkret ünvanlı yardım göstərir və ən vacib suallara cavab verir:

1. Təşkilat davamlı inkişafın hansı mərhələsindədir?
2. Gələcək inkişaf üçün ən vacib məqsədlər hansılardır?
3. Hansı fəaliyyət dəsti nəzərdə tutulan hədəflərin tezliklə həyata keçirilməsinə kömək edəcəkdir?

Bundan başqa, idarəetmə uçotu funksiyasına müəssisədə mövcud olan problemlər barədə rəhbərliyin xəbərdarlığı daxildir. Qarşıya qoyulmuş məqsədlərə çatmadıqda, məsələn, istehsalın təşkili sahəsində problemlər yarana bilər. Problemlər müxtəlif idarəetmə səviyyələrində – həm orta, həm də aşağı pillələrdə, müxtəlif şöbələrdə və funksional

xidmətlərdə baş verə bilər.

İdarəetmə uçotu sahəsində mütəxəssislər, ilk növbədə, iki əsas problemin uyğunlaşdırılması prosesləri ilə məşğul olmalıdırlar – qarşıya qoyulan məqsədlərin effektiv şəkildə icrası ilə müəssisənin işində sabitliyin təmin edilməsi. Sabitliyin təmin edilməsi qəbul olunmuş sərhədlər və ya mövcud məhdudiyyətlər çərçivəsində fəaliyyətin daimi yoxlanılması ilə əlaqələndirilməlidir. Bununla yanaşı, müəyyən edilmiş məhdudiyyətlər müəssisənin büdcə siyasəti, əməkdaşların loyallığı və motivasiyası sistemi və müəssisədə qəbul edilmiş digər məhdudiyyətlərlə bağlıdır. Bu mənada idarəetmə uçotunun rolu əhəmiyyətli dərəcədə artır. Yəni müəssisənin gələcək davamlı inkişafı istiqamətində qarşıya qoyulmuş məqsədlərə uyğun olması idarəetmə uçotunun daim mövcud olmasını tələb edir ki, bütün mütərəqqi məqamları görmək və izləmək imkanı olsun.

Müəssisənin əldə etdiyi nəticələr izlənilməlidir və planlaşdırma mərhələsində müəyyən edilmiş standartlarla müqayisə edilməlidir. Bu mənada idarəetmə uçotu sistemi bir növ idarəetmə funksiyası kimi göstərilə bilər ki, onun əsas vəzifəsi hazır məhsul göstərilən standartla cavab vermədiyi təqdirdə düzəldici tədbirlər görməkdir.

Hazır məhsulun ehtimal olunan resurs bazasına və ya istehsal fəaliyyətinə təsir göstərdiyi bu cür sistem əks əlaqə sistemi kimi müəyyən edilə bilər. Yəni bu cür əks əlaqə, əslində, idarəetmə uçotu sistemi olmadan istənilən müəssisənin idarəetmə prosesinin mühüm hissəsidir. Əks əlaqə müəssisənin fəaliyyətində baş verən proseslər müvafiq idarəetmə qərarlarının mümkün olduğu məlumatlar haqqında operativ məlumat verir.

Standartlaşdırma həmçinin idarəetmə nəzərə alınmaqla qarşılıqlı əlaqə sistemində idarəetmə fəaliyyəti modelinin tərkib hissələrindən biridir. Bu, nəticələrin inkişaf məqsədi ilə qoyulmuş göstəricilərlə müqayisə edilməsinə imkan verir. Standartlar konkret biznes-prosesdən nə əldə etmək mümkün olduğu barədə təsəvvürləri qiymətləndirməyə imkan verir. İdarəetmə uçotu zamanı standartlar müəyyən edilmiş məqsəddən irəli gəlir: ya məqsədin özü artıq standartdır, ya da konkret istiqamət üzrə göstərici qoyulmuş məqsədlə müəyyən edilir. Bəzən standart aparılan təhlil əsasında müəyyən edilə, ya da ekspert yolu ilə aşkar edilə bilər. Buna baxmayaraq, ümumi standart əsasən ümumi tələblər müəyyən edilir və idarəetmə uçotu sisteminin qurulması və tətbiqi prinsipləri müəyyən edilir.

### Nəticə

Beləliklə, idarəetmə uçotunun tətbiqinin məqsədi müəssisənin fəaliyyətinin uyğunlaşdırılmasını təmin etməkdir.

Sonda qeyd etmək vacibdir ki, istənilən şirkətdə idarəetmə uçotu sisteminin rolu çox böyükdür. Bu sistemin tətbiqi rəhbərə, menecerlərə və bütün işçilərə lazımdır, çünki idarəetmə uçotunun düzgün qurulmasının vacibliyi təşkilatın gələcək fəaliyyətinin planlaşdırılması və proqnozlaşdırılmasına yönəlmiş vəzifələrinin yerinə yetirilməsinin diqqət və prioritetliyinin müəyyən edilməsi üçün zəruri olan məlumat verir. Rəhbərin effektiv həllərinin işlənilməsi və hazırlanması və tətbiqi şirkətin bazarda rəqabət qabiliyyətliliyinin, dəqiq formalaşmış kadr siyasətinin həyata keçirilməsinin əsas şərtidir. İdarəetmə uçotu sisteminin tətbiqindən əldə olunan nəticələr bütün gözləntiləri üstələyəcək, çünki açılan imkanlar zamanı perspektivnin qiymətləndirilməsi üçün analitik informasiya formalaşdıracaq, qəbul edilmiş qərarların icrasına nəzarət üzrə zəruri mexanizmlərlə təmin ediləcək.

### **Ədəbiyyat**

1. Səbzəliyev S.M., Quliyev V.M. İdarəetmə uçotu (dərslük). Elm və təhsil, Bakı, 2014, s. 24-30
2. Abbasov Q.Ə., Səbzəliyev S.M., Daşdəmirov Ə.İ., Quliyev V.M., Sadıqov Ə.A. Mühasibat (maliyyə) uçotu (dərslük). Bakı, 2003, s. 5-24
3. Abbasov Q.Ə. İdarəetmə uçotunun təşkili prinsipləri. Bakı, "Elm", 2006, s. 59-86
4. Abbasov Q.Ə. İdarəetmə uçotu nədir? "Maliyyə və uçot" jurnalı, 2013, №1, s. 36-43
5. [http://lib.bbu.edu.az/read.php?item\\_type=lecture&file\\_type=pdf&file=125](http://lib.bbu.edu.az/read.php?item_type=lecture&file_type=pdf&file=125) 02.05.2019

## **MANAGEMENT ACCOUNTING AND ITS ROLE IN ORGANIZATION MANAGEMENT**

**L.Vurgun**

### **SUMMARY**

In this article, various approaches to management accounting are given, the differences between financial accounting and management accounting are identified. The role and importance of management accounting in enterprises are identified and ways of its development are shown.

## **УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЁТ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

**Л. Вургун**

### **РЕЗЮМЕ**

В статье даны различные подходы к управленческому учету, определены различия между финансовым и управленческим учетами. Определена роль и значение управленческого учета на предприятии, указаны пути его развития.

*Məqalə redaksiyaya 22 may 2020 tarixində daxil olmuş, 12 iyun 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

## TİKİNTİ ŞİRKƏTİNDƏ SATIŞ ƏMƏLİYYATLARININ ELEKTRON İDARƏ OLUNMASININ PROQRAM TƏMİNATI

**Z.N.Mustafayeva**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-mail: zumrudmustafayeva8@gmail.com

*Açar sözlər:* inşaat, satış, proqram təminatı

*Keywords:* construction, sales, software

*Ключевые слова:* строительство, продажа, программное обеспечение

Müasir dövrdə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə aid müəssisələrdə elektron mühasibat uçotunun qurulması, elektron maliyyə hesabatının işlənməsi və maliyyə informasiyalarının elektron idarəedilməsi modellərinin tətbiqi geniş yayılmışdır. Ölkə iqtisadiyyatının belə sahələrindən biri də inşaat sektorudur. Beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, inşaat sektoru ölkənin iqtisadiyyat strukturuna görə dəyişir. Bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının tərkibində sahənin payı inkişaf etməkdə olan ölkələrdə artır, yeni sənaye ölkələrində stabilləşir, inkişaf etmiş ölkələrdə isə azalır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatında daha böyük hərəkətverici qüvvəyə malik olmaqla bərabər, tikinti sektoruna edilən investisiyalar iqtisadiyyatın digər sahələrinin inkişafına da əhəmiyyətli təsirini göstərməkdədir. Yeni informasiya texnologiyaları sayəsində istənilən layihənin həyata keçirilməsi, 3D təsviri, iş qrafikinin düzgün təşkil olunması inşaatın inkişafına olduqca müsbət təsir göstərir. Belə ki, hesablamalara görə yeni informasiya texnologiyaları işin həyata keçirilməsində operativ nəzarət sistemi yaratmaqla bərabər, maliyyə baxımından da vəsaitlərə qənaət edilməsini təmin edir.

### **İnşaat sektorunda elektron mühasibat uçotu və maliyyə informasiyalarının idarə edilməsi**

İnşaat sektorunda elektron mühasibat uçotunun formalaşdırılması, eyni zamanda maliyyə informasiyalarının elektron idarəedilməsi modellərinin tətbiq edilməsinə və tikinti şirkətinin təsərrüfat-maliyyə fəaliyyəti üzərində operativ elektron maliyyə nəzarətinin həyata keçirilməsinə şərait yaradır. Bununla yanaşı, elektron mühasibat uçotu vergi və maliyyə orqanları, dövlət və bələdiyyə idarəçiliyi qurumları ilə çevik və operativ əlaqələrin yaradılmasına yardım edir. Elektron mühasibat uçotu müəssisə ilə göstərilən idarəetmə orqanları arasında sənəd, hesabat və digər informasiya mübadiləsini təmin etməklə, eyni zamanda müəssisənin cari xərclərinin idarə edilməsi proseslərinin yerinə yetirilməsini də asanlaşdırır.

Müəssisə və təşkilatlarda elektron mühasibat uçotu sisteminin formalaşdırılması və bunun əsasında elektron maliyyə hesabatı və nəzarət sisteminin yaradılması üçün bir sıra kompüter mühasibatı proqramlarından istifadə edilə bilər ki, bunlardan da “Azmühasib” və “Günəş” mühasibat uçotu proqramları paketlərini misal göstərmək olar. Bu proqramla-

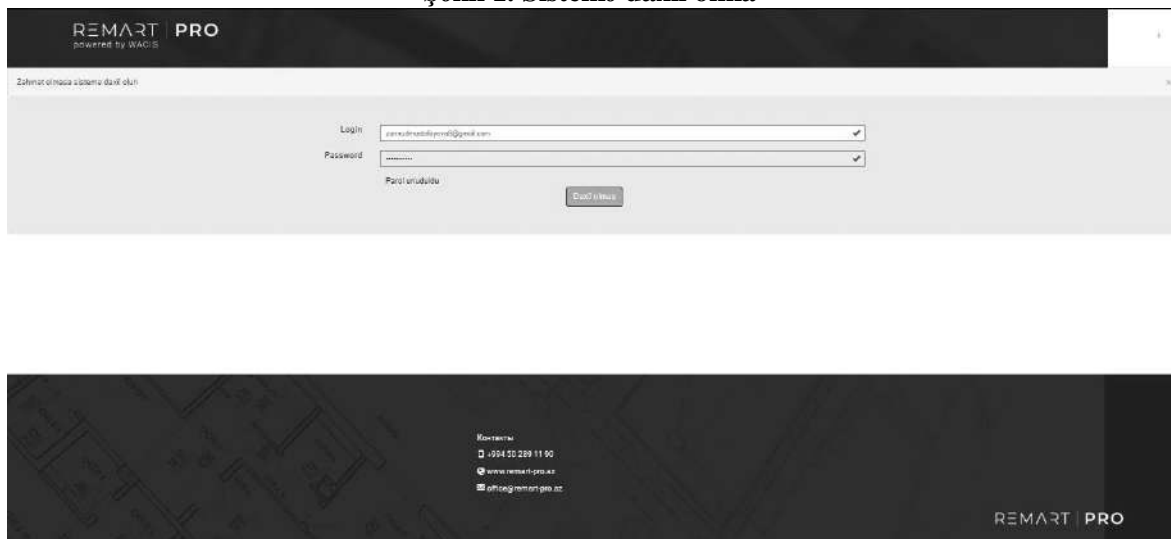
rın hər hansı birinin müəssisədə tətbiq edilməsi burada elektron mühasibat uçotu sisteminin təşkil edilməsinə, və bununla elektron maliyyə hesabatı formalarının tam avtomatlaşdırılmış səviyyədə işlənərək yuxarı təşkilatlara “onlayn” rejimdə təqdim edilməsinə və cari elektron maliyyə sənədlərinin zəruri prosedurlar çərçivəsində işlənməsinə şərait yaradır. İnşaat sektorunun müəssisələrində bu göstərilən proqramlarla yanaşı, “Remart Pro” bulud texnologiyasından da istifadə edilə bilər.

### **“Remart Pro” bulud texnologiyasının xüsusiyyətləri**

İndiki bazar vəziyyətinə əsaslanaraq deyə bilərik ki, əksər tikinti şirkətlərində daşınmaz əmlakın satışı, kredit portfelinin formalaşdırılması və idarə edilməsi prosesləri primitiv qaydada kütləvi istifadəçi proqramları və ya MS Excel üzərindən həyata keçirilir. Bu işə həmişə məhsuldar və effektiv deyildir. Rəhbərliyi və maliyyə şöbəsini maraqlandıran nüans və hesabatları özündə cəmləyə bilən proqram təminatları daim bazanın tələbatı olacaqdır. Belə proqramlardan biri “Remart Pro” bulud texnologiyasıdır.

“Remart” sözü - Real Estate Market, yəni ingilis dilindən tərcümədə “Daşınmaz Əmlak Bazarı” ifadəsinin ilk hərflərinin birləşməsindən yaranmışdır. “Remart Group” şirkətinin məqsədi Azərbaycanın daşınmaz əmlak bazarına inkişaf etmiş ölkələrdə mövcud olan müasir yaşayışın gətirilməsidir. Şirkət yarandığı andan etibarən yaşayış kompleksləri və həmin komplekslərdəki mənzillərin məlumatlarını əhatə edən informasiya platforması yaratmışdır ki, burada istənilən şəxs yaşayış kompleksi və mənzillər üzrə rahatlıqla axtarış apara bilər, tikinti şirkəti və onun inşa etdiyi obyektlər ilə tanış ola, daxili və xarici infrastruktur, obyektin yerləşmə mövqeyi, mənzil və kommersiya obyektlərin planları, təyin olunmuş qiymətləri, eyni zamanda ödəmə şərtləri (ipoteka, daxili kredit və ya tam ödəniş) ilə tanış ola bilər. Əsası “Remart Group” şirkəti tərəfindən qoyulan “Remart Pro” bulud texnologiyası ölkəmizin inşaat sektorunun bir çox iri şirkətləri üçün daşınmaz əmlakların satış portfelinin təşkilində əsaslı rol oynayır. Günümüzdə şirkət liderlərinin əsas məqsədi vaxta olduqca qənaət etməklə, tikinti-quraşdırma işlərinin nəticələrindən maksimum fayda götürməkdən ibarətdir. Bu proqram vasitəsilə şirkətin əməkdaşları sistemə həm bilavasitə iş yerində olan serverdən, həm də məsafədən mobil vasitələrlə daxil ola bilər, eyni zamanda kassa əməliyyatları, kontragentlərlə münasibətlərin formalaşması və qeydiyyatı alınması, müştəri bazasının yaradılması, müştərilərin kredit portfelinin idarə edilməsi proseslərini və digər bu kimi işləri yerinə yetirə bilərlər. “Remart Pro” proqram təminatının giriş səhifəsi 1-ci şəkildə əks olunmuşdur.

Şəkil 1. Sistemə daxil olma

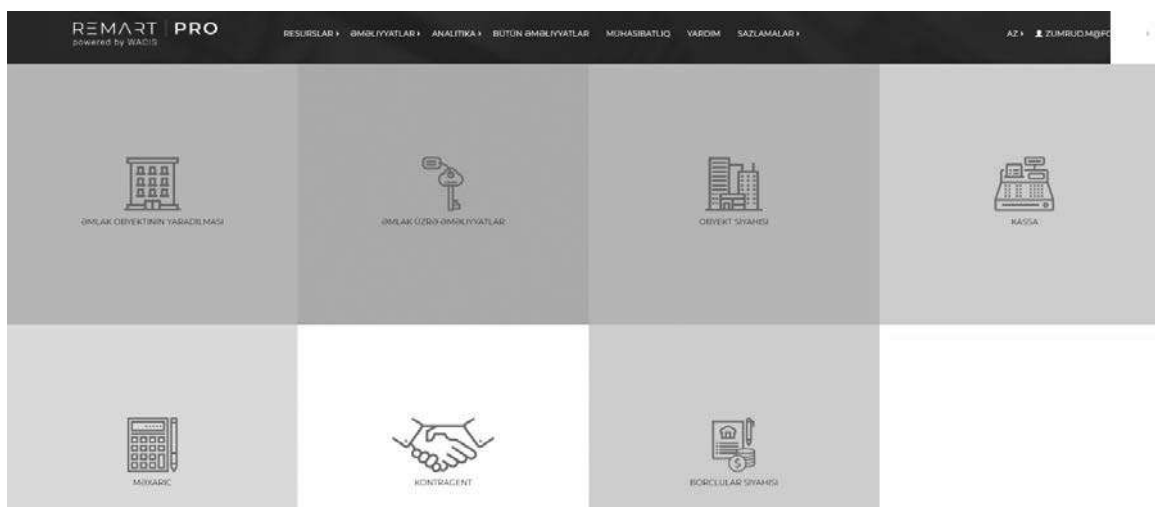


**Mənbə:** “Remart Pro” proqramı vasitəsilə müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Şəkilə görüldüyü kimi, “Remart Pro” proqram təminatında sistemə daxil olmaq üçün “zumrudmustafayeva@gmail.com” logini və müvafiq parol uyğun pəncərələrə daxil edilmişdir. Bundan sonra yaşıl rəngdə görünən “Daxil olma” düyməsinə klikləyərək, sistemə daxil oluruq. Bu zaman ekranda “Remart Pro” proqram təminatının ana səhifəsi açılır. Ana səhifənin ekranda görünüşü Şəkil 2-də əks olunmuşdur.

Sistemə daxil olduqdan sonra lazım olan əməliyyatları yerinə yetirmək üçün proqramın ana səhifəsindəki bölmələrlə tanış ola bilərsiniz. Proqramın yuxarı alətlər panelində verilmiş alətlər kompleksi proqramın məqsədəuyğun şəkildə istifadə olunması üçün nəzərdə tutulmuşdur. Burada yerləşdirilmiş “Resurslar”, “Əməliyyatlar”, “Analitika”, “Bütün əməliyyatlar”, “Mühasibatlıq”, “Yardım” və “Sazlamalar” adlı alətlərin hər biri öz mahiyyətinə uyğun olan proseslərin idarə olunmasına xidmət edir.

Şəkil 2. “Remart Pro” proqram təminatının ana səhifəsi



**Mənbə:** “Remart Pro” proqramı vasitəsilə müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Şəkildə göründüyü kimi, “Remart Pro” proqram təminatının ana səhifəsində proqramın məqsədəuyğun və optimal fəaliyyətini təmin etmək üçün lazım olan bölmələrin giriş sahələri verilmişdir. Bu giriş sahələrinin adlarından da göründüyü kimi, proqramda aşağıda adları göstərilən bölmələr vardır ki, bunların da hər biri öz adlarına uyğun olan əməliyyat proseslərinin idarə olunması imkanlarına malikdir:

1. “Əmlak obyektinin yaradılması” bölməsi;
2. “Əmlak üzrə əməliyyatlar” bölməsi;
3. “Obyektlərin siyahısı” bölməsi;
4. “Kassa” bölməsi;
5. “Məxaric” bölməsi;
6. “Kontragent” bölməsi;
7. “Borcluların siyahısı” bölməsi.

Satış meneceri “**Əmlak obyektinin yaradılması**” bölməsini klikləyərək, inşa edilmiş və ya tikilməkdə olan yaşayış kompleksində mənzil, kommersiya obyekt, dayanacaq və ya anbar kimi obyektləri bilavasitə sistemə daxil edə bilər. Eyni zamanda yaşayış kompleksinə dair bütün məlumatlar “Remart Group” şirkətinin əməkdaşlarına təqdim edilməklə, proqramda qeydə alınır. Əmlakın yaradılması prosesində binanın ünvanı, sözügedən obyektin yaşayış kompleksindəki yerləşmə mövqeyi (məsələn, mənzilin hansı blok və mərtəbədə yerləşməsi), sahəsi və 1 m<sup>2</sup> üçün MTK tərəfindən təyin olunmuş satış qiyməti qeydə alınır. Eləcə də əmlakın informasiya bazasına, obyektin dizaynerlər tərəfindən hazırlanmış 3D formatlı vizual görüntüsü də daxil edilir.

Satış meneceri MTK-ə məxsus olan hər hansı obyekt “**Əmlak üzrə əməliyyatlar**” bölməsini klikləyərək sata (daxili kredit və ya tam ödəniş), borc şəhadətnaməsini və ya kommersiya təklifini təqdim edə bilər. O, bu bölməyə birbaşa daxil olaraq, əməliyyatı seçərək yerinə yetirə bilər və yaxud “**Obyektlərin siyahısı**” bölməsindən müştəri istəyi üzərindən satılmamış hər hansı obyekt dərhal təyin olunmuş şərtlər əsasında sata və ya müəyyən edilmiş tarixə qədər rezerv edə bilər. Eyni zamanda yaşayış kompleksində satılmış, rezerv olunmuş və mövcud obyektləri həm vizual, həm də xüsusi təyin olunmuş rənglərlə ayırd edə bilərik. Belə ki, satılmış əmlaklar qırmızı, rezerv olunanlar sarı və mövcud olanlar isə yaşıl rəngdə avtomatik olaraq qeydə alınır.

“**Kassa**” və “**Məxaric**” bölmələri üzərindən satış meneceri kassaya mədaxil olan ödənişləri və ya hər hansı geri qaytarılma hallarında ödənilən məbləği qeydə ala bilər.

### **Müştərilərlə hesablaşma əməliyyatları**

“**Kontragent**” bölməsi isə bildiyimiz bir növ müştəri bazasıdır ki, orada şəxsi məlumatlar qeydə alınır. Eyni zamanda həmin məlumatlar satış əməliyyatı baş verərkən sistem tərəfindən hazırlanan elektron alqı-satqı müqaviləsinin şablonları üzərinə qeyd olunur və imzalar atılması üçün çap edilib təqdim edilir.

Sistemin ən vacib bölməsi “**Borcluların siyahısı**” bölməsidir. Bəzi MTK-ləri bu kimi informasiya bazalarını köhnə üsullarla, misal olaraq, MS Exceldə sistemləşdirir. Lakin bu, hər zaman effektiv olmur. Kredit portfelinin özəyini təşkil edən bu informasiya bazası MS Exceldə özünü dolğun şəkildə əks etdirmir. Burada isə artıq müştərinin şəxsi məlumatları ilə yanaşı, müqavilənin və obyektin nömrəsi, müqavilənin imzalanma tarixi və bitmə tarixləri, müqavilənin əsas məbləği, ödənilmiş və ödəniləcək məbləğlər göstərilməkdədir. Sistemin bir özəlliyi də odur ki, müddəti bitmiş ödənişi olan bütün müştərilərin



adları qırmızı rəngdə, borcu bitmiş müştərilər isə yaşıl rəngdə göstərilir.

Proqramın “**Borcluların siyahısı**” bölməsinin ekran görüntüsü Şəkil 3-də əks olunmuşdur. Şəkildən görüldüyü kimi, “Borcluların siyahısı” bölməsində ayrı-ayrı müştərilərlə hesablaşma əməliyyatlarının idarə edilməsi üçün lazım olan informasiyaların formalaşdırılması imkanları vardır. Burada istifadəçi tərəfindən təyin edilmiş tarix aralığında hər bir müştəri üzrə aşağıda göstərilən informasiyalar əks olunur:

1. Müştərinin soyadı, adı, pasportunun nömrəsi və telefon nömrəsi;
2. Müştəri ilə MTK arasında bağlanmış müqavilənin tarixi və nömrəsi;
3. Obyektin adı, qeydiyyat tarixi və bitmə tarixi;
4. Müqavilənin məbləği və ödənişin gedişatı barəsində informasiyalar:
  - ödənilmiş məbləğ,
  - borcun qalıq məbləği,
  - o cümlədən, müddəti bitmiş borc,
  - son ödənişin tarixi və məbləği,
  - müddəti bitmiş günlərin sayı.

**Şəkil 3. “Borcluların siyahısı” bölməsinin ekran görüntüsü**

**Mənbə:** “Remart Pro” proqramı vasitəsilə müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Burada göstərilən informasiyalar hər bir müştəri ilə hesablaşma əməliyyatlarını operativ şəkildə idarə etməyə və vəziyyətin daimi nəzarətdə saxlanmasına əlverişli şərait yaradır.

Satış meneceri və ya satış üzrə direktor proqramın yuxarı alətlər panelində qeyd olunan “**Analitika**” alətini klikləyərək, yaşayış kompleksinin satış dinamikasını izləyə və istənilən zaman aralığı üçün kredit portfelini qiymətləndirə bilər.

## Satışların uçotu və təhlili

MTK-da mühasibat uçotunun aparılması üçün proqramın yuxarı alətlər panelində verilmiş “**Mühasibatlıq**” alətindən istifadə olunur. Burada baş vermiş təsərrüfat əməliyyatları proqramın müvafiq bölmələrinə daxil edildikdən sonra proqram tərəfindən lazımi uçot prosesləri yerinə yetirilir və bunların da əsasında MTK-nın mühasibat-maliyyə hesabı formaları tərtib edilir. Proqramda verilmiş bu alətin köməyi ilə tikinti şirkətində ayrı-ayrı obyektlər (binalar, qurğular) üzrə baş vermiş təsərrüfat əməliyyatlarının uçotu təşkil edilir. Bununla yanaşı, burada hər bir bina üzrə mövcud olan mənzillərin və qeyri-yaşayış obyektlərinin satışının analitik uçotu aparılır.

“Remart Pro” proqram təminatının imkanlarının real şəkildə qiymətləndirilməsi üçün onun **SWOT (GZİT)** təhlilinin aparılması məqsədəuyğundur. SWOT (GZİT) təhlili proqram təminatının MTK-da tətbiq edilməsi prosesində meydana çıxan müsbət amillərin və çatışmazlıqların aşkar edilməsinə şərait yaradır (1).

Proqram təminatının MTK-da tətbiq edilməsinin güclü tərəfi (S) hazırki bazar iqtisadiyyatının qabaqcıl tələblərini ödəmə qabiliyyətindən ibarətdir ki, bu da gələcəkdə bu proqramla işini məhsuldar və effektiv aparmaq istəyənlərin ilkin seçimləri olacaqdır.

Proqramın zəif tərəfi (W) onun offline rejiminin mövcud olmaması, bəzən şəbəkədə yaranan boşluqların sistemdə özünü əks etdirməsindən ibarətdir.

İmkanları (O) təkcə ölkə həddləri ilə yetərlənmir, eyni zamanda Gürcüstanın bir çox iri tikinti şirkətlərinin yaşayış komplekslərində satış portfelini təşkil etməyə yardımçı olmasıdır.

Təhlükələri (T) proqram təminatının bulud texnologiyası olduğundan bazadakı informasiya üçün gözlənilmir, əksinə nəzərə alınmayan qısa qapanmalardan yarana biləcək təhlükələrdən qoruya bilər.

Nəticə etibarlı ilə qeyd etmək olar ki, sözügedən proqram təminatı daşınmaz əmlak bazarının əsas idarəetmə və uçot alətlərindən biri olmaqla, şirkət liderlərinin, investorların və müştərilərin qarşılıqlı münasibətlərinin qurulmasında mühüm rol oynayır, vaxt və enerji qənaətini təmin edir. Göstərilən proqram təminatının tikinti şirkətlərində tətbiq edilməsi şəraitində satış proseslərinin daha asan və optimal şəkildə təşkili və idarə edilməsi məqsədilə proqramda bank krediti platformasının da eyni qayda ilə hazırlanması və istifadəçilərə təqdim edilməsi müasir dövrün tələblərinə uyğun olacaqdır.

## Ədəbiyyat

1. Əliyev R. Elmi işlərin yerinə yetirilməsi metodikası. Bakı, 2016, 146 s.
2. Salahov Ə.S. Mühasibat uçotunun kompüterləşdirilməsi. “Azmühasib” mühasibat uçotu proqramları paketinin tətbiqi xüsusiyyətləri. Dərs vəsaiti. Bakı, 2008, 236 s.
3. [www.linka.az](http://www.linka.az). “Günəş” mühasibat uçotu proqramları paketi
4. [www.remart.az](http://www.remart.az)

**SOFTWARE FOR ELECTRONIC MANAGEMENT OF SALES OPERATIONS  
IN A CONSTRUCTION COMPANY**

**Z.N.Mustafayeva**

**SUMMARY**

This article presents a feasibility study on the expanding the use of electronic processing of accounting and management information in a construction company. The use of Remart Pro software in the electronic management of sales operations in construction companies is discussed.

**ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
ПРОДАЖАМИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ**

**З.Н.Мустафаева**

**РЕЗЮМЕ**

В статье обосновывается целесообразность расширения использования электронной обработки бухгалтерской и управленческой информации в строительной компании. Рассмотрено использование программного обеспечения «Remart Pro» в электронном управлении операциями продаж в строительных компаниях.

*Məqalə redaksiyaya 29 may 2020 tarixində daxil olmuş, 2 iyun 2020 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.*

İQTİSADİYYAT ELMLƏRİ BÖLMƏSİ

<b>A.A.İbayev.</b> Marketing fəaliyyətinin müasir inkişaf meylləri.....	6
<b>V.Ə.Qurbanov, N.Ə.Nuriyeva.</b> Ölkə iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsində texnoparkların rolu.....	11
<b>Z.Q.Quliyev.</b> Sənayeləşmə milli inkişaf strategiyasında prioritet istiqamətə çevrilir.....	16
<b>S.M.Quliyev.</b> Marketingdə istehlakçı davranışlarına təsir edən faktorların analitik dəyərləndirilməsi.....	24
<b>T.R.Ağayeva.</b> Xarici investisiyalar haqqında müasir nəzəri konsepsiyalar.....	34
<b>M.M.Orucov.</b> Milli iqtisadiyyatın müasir inkişaf modeli.....	39
<b>R.İ.Xəlilov.</b> Azərbaycan iqtisadiyyatına qoyulan xarici investisiyaların xarakteri və vergi tutulmasının təkmilləşdirilməsi.....	46
<b>E.E.Qanbayev.</b> Gömrük nəzarəti və onun nəzəri-metodoloji əsasları.....	51
<b>О.Б.Гусейнли.</b> Основные модели, факторы и проблемы развития национального сектора нефтесервисных услуг.....	59
<b>A.Ə.Əliyeva.</b> Azərbaycan Respublikasında sənayenin klasterləşməsi məsələləri.....	67
<b>Ə.İ.Əmirov.</b> Azərbaycanın aqrar bölməsində struktur dəyişikliklərinin təhlili və idxaldan asılılığın qiymətləndirilməsi.....	75
<b>F.F.Xalqov.</b> Auditin Azərbaycanın bank sektorunda rolu.....	90
<b>S.R.İbrahimova.</b> Aqrar istehsalın rəqabət qabiliyyətinin artırılması.....	98
<b>F.X.Xankişiyev.</b> Kimya sənayesinin müasir vəziyyətinin təhlili.....	108
<b>M.T.Abbasadə.</b> Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində innovasiya sahibkarlığının əsas inkişaf istiqamətləri.....	114
<b>C.Ə.Məmmədov.</b> Vergi güzəştlərinin formalaşdırılmasının beynəlxalq təcrübəsi.....	120
<b>N.B.Allahverənova.</b> Sahibkarlıq fəaliyyətinin sosial-iqtisadi tədqiqat obyektini kimi rolu....	128
<b>Ə.Ə.Quluzadə.</b> Əmək münasibətlərinin güzəştlər mexanizmi vasitəsilə tənzimlənməsinin milli iqtisadiyyata təsiri.....	134
<b>Э.Ф.Оруджев.</b> Разработка маркетинговой стратегии регионального туризма.....	143
<b>N.M.Quluzadə.</b> Sosial media marketinginin turizmə təsiri.....	151
<b>G.A.Abbasova.</b> Müasir şəraitdə turizmdə marketingin inkişafı.....	157
<b>Р.А.Сафькюрдский.</b> Бухгалтерский учёт и аудит финансовых активов коммерческих организаций в Азербайджане.....	164
<b>A.Ş.Salahov.</b> Azərbaycanda inhisarçılıq problemi, antiinhisar siyasətinin aparılması zərurətləri.....	174
<b>A.Г.Мехдиев.</b> Теоретические и методологические основы управления и развития финансового менеджмента банков.....	180
<b>A.S.Abasov.</b> Beynəlxalq maliyyə hesabatları standartları əsasında maliyyə hesabatı formalarının təkmilləşdirilməsi.....	187
<b>Ф.А.Шахвердиева-Гуламбейли.</b> Пути сокращения государственного внешнего долга.....	192
<b>S.K.Kərimli.</b> Alternativ enerjilər.....	198
<b>S.İ.Məmmədova.</b> Müasir dövrdə müəssisənin maliyyə resurslarının mahiyyəti, funksiyaları və istifadə yolları.....	203
<b>İ.Ə.Əskərov.</b> Azərbaycanda qeyri-neft sektoruna xarici investisiyaların təşviq edilməsi istiqamətləri.....	210
<b>Ə.Ə.Əliyev.</b> Azərbaycanda sənayenin inkişafında sənaye məhəllələrinin rolu.....	217
<b>C.F.Mustafayeva.</b> Xidmət sferasının müəssisələrində material ehtiyatlarının uçotunun təkmilləşdirilməsinin bəzi məsələləri.....	222
<b>A.Y.Sultanova.</b> Aqrar sahədə əsas maliyyə mənbələri və bu sferada bankların rolu.....	229
<b>Ş.E.Ələfsərli.</b> Süni intellekt və onun marketingdə tətbiqi.....	234

<b>E.A.Astanov.</b> Müəssisələrdə ehtiyatların inventarizasiyasının rolu.....	241
<b>A.İ.Musayeva.</b> Qudvil qeyri-maddi aktivlərin xüsusi forması kimi və onun təhlili.....	246
<b>E.İ.Əhmədov.</b> Müasir dövrdə beynəlxalq qiymətli kağızlar bazarının inkişaf perspektivləri.....	252
<b>H.M.Qüdrətli.</b> Azərbaycanda beynəlxalq turizmin vəziyyəti.....	257
<b>Y.T.Hüseynzadə.</b> Azərbaycan banklarının Bazel standartlarına uyğun olaraq dünya iqtisadiyyatına integrasiyası yolları.....	263
<b>Ə.D.Əsgərzadə.</b> Maliyyə risklərinin qiymətləndirilməsi metodikasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.....	269
<b>M.Y.Məmmədli.</b> İcbari tibbi sığortanın əhalinin sosial müdafiəsinə təsiri.....	278
<b>Ə.F.Eyvazlı.</b> Azərbaycanda fəaliyyət göstərən sığorta müəssisələrində maliyyə risklərinin və cari vəziyyətin təhlili.....	288
<b>P.H.Микаилова.</b> Теоретические аспекты формирования товарного рынка.....	293
<b>L.Vurğun.</b> İdarəetmə uçotu və təşkilatın idarə olunmasında onun rolu.....	302
<b>Z.N.Mustafayeva.</b> Tikinti şirkətlərində satış əməliyyatlarının elektron idarə olunmasının proqram təminatı.....	308

**“ODLAR YURDU UNIVERSİTETİNİN ELMİ VƏ PEDAQOJİ XƏBƏRLƏRİ”  
JURNALINA TƏQDİM OLUNAN MƏQALƏLƏRİN  
TƏRTİBAT QAYDALARI**

1. Elmlər doktorları və professorlar istisna olmaqla, hər məqalə üçün müvafiq elm sahəsi üzrə elmlər doktorunun rəyi təqdim edilməlidir.

2. Jurnalda təqdim olunan məqalənin strukturu ümumdünya miqyasında elmi məqalələrə şamil edilən tələblərə cavab verməlidir. Yəni, məqalədə toxunulan problem ümumi şəkildə müəyyənləşdirilməli, onun mühüm elmi və praktiki məsələlərlə olan əlaqəsi göstərilməli, müəllifin bu problem üzrə istinad etdiyi ən son işlərin təhlili verilməli, məqalənin həsr olunduğu problemin həll olunmamış hissələri, habelə alınan nəticələr və onların perspektivləri göstərilməlidir.

3. Mövzusunun səthi və tezissayağı olduğu, elmi baxımdan kifayət qədər əsaslandırılmadığı məqalələr qəbul edilmir.

4. Məqalənin başlığı qısa olmalı, məzmunu əks etdirməli və 100 işarədən artıq olmamalıdır. Məqaləyə iki dildə (Azərbaycan və rus dillərində) açar sözlər və UOT indeksi əlavə olunmalıdır (UOT indeksinin dəqiqliyinə görə redaksiya heyəti məsuliyyət daşıyır). Azərbaycan dilində təqdim olunan məqalənin sonunda rus dilində, rus dilində təqdim olunan məqalənin sonunda isə Azərbaycan dilində xülasə verilməlidir.

5. Məqalə jurnalın redaksiyasına bir nüsxədə printerdən çıxarılmış şəkildə (A4 formatda) və elektron variantda (kompakt diskdə) təqdim olunmalı, nüsxə müəllif tərəfindən imzalanmalıdır. Alternativ olaraq, məqaləni [journal@oyu.edu.az](mailto:journal@oyu.edu.az) ünvanına da göndərmək olar.

6. Məqalənin mətni Microsoft Word 2003 proqramında A4 formatında Times New Roman şrifti ilə yığılmalıdır. Şriftin ölçüsü 12, sətirlərarası interval 1 olmalıdır. Sol və sağ tərəfdən məsafə 2,8 sm, yuxarı və aşağıdan isə 3 sm olmalıdır. Birinci sətirdəki boşluq 1,25 sm, düstur, rəsm və cədvəllərdə interval məsafələri (yuxarı və aşağıdan) 6 punkt olmalıdır. Şəkillər (rəsmlər) 11 ölçülü rəsmaltı yazılarla müşayiət olunmalı və mətnə skan edilmiş şəkildə (yəni skannerdən keçirilmiş şəkildə) daxil edilməlidir. Cədvəllərdə şriftin ölçüsü 11 olmalıdır. Düsturlar Word Equation redaktorunda yığılmalıdır.

7. Təqdim olunan məqalə 5-15 səhifə həcmində olmalıdır. Həcmi 15 səhifəni aşan məqalə yalnız redaksiya heyətinin razılığı ilə qəbul olunur. Mətnin qrammatik cəhətdən düzgünlüyü müəllif tərəfindən yoxlanılmalıdır.

8. Qoşma səhifədə müəllifin adı, soyadı, atasının adı, elmi dərəcəsi (varsa), iş yeri, iş yerinin ünvanı, müəllifin e-mail ünvanı və əlaqə telefonları göstərilməli, habelə əlyazmanın əvvəllər heç bir elmi nəşrdə dərc olunmadığı və elmin hansı sahəsinə aid olduğu qeyd olunmalıdır.

*əlaqə telefonu: (051) 572 34 36*

*email: [journal@oyu.edu.az](mailto:journal@oyu.edu.az)*

*ünvan: Bakı AZ1072, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13, Odlar Yurdu Universiteti, Ümumi şöbə*

*<http://www.journal.oyu.edu.az>*

## ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. За исключением докторов наук и профессоров, каждая статья должна иметь рецензию доктора наук в соответствующей области науки.

2. Структура представляемой в журнал статьи должна отвечать общемировым требованиям к научным статьям. То есть, статья должна включать определение проблемы в общем виде, её связь с важными научными и практическими задачами; анализ последних достижений и публикаций по данной проблеме, на которые опирается автор; выделение нерешённых частей проблемы, которым посвящается данная статья; формирование целей статьи (постановка задачи); содержание основного исследования с полным обоснованием полученных научных результатов; выводы из проведенного исследования и перспективы в данном направлении.

3. Рукопись, в которой материал изложен поверхностно, тезисно, без достаточного научного обоснования - не принимается.

4. Заголовок должен быть кратким, отражать содержание статьи и не превышать 100 знаков. Статья должна содержать ключевые слова на двух языках (азербайджанском и русском) и индекс УДК (редакция не несет ответственность за корректность представленного автором индекса УДК). Если язык статьи – азербайджанский, в конце приводится резюме на русском языке. Аналогично, русскоязычная статья сопровождается азербайджанским резюме.

5. Рукопись представляется в редакцию журнала в одном экземпляре хорошего качества формата А4 вместе с электронным вариантом (на компактном диске). Экземпляр подписывается автором. Электронный вариант можно прислать и по адресу [journal@oyu.edu.az](mailto:journal@oyu.edu.az).

6. Текст статьи должен быть набран в программе Microsoft Word 2003 в формате А4 шрифтом Times New Roman 12 размера с одиночным междустрочным интервалом. Верхние и нижние поля – 3 см, левые и правые – 2.8 см. Отступы: первой строки (абзац) – 1,25 см, интервалы (выше и ниже) от формул, рисунков, таблиц – 6 п.т. Рисунки и фото сопровождаются подрисуночными текстами в шрифте Times New Roman 11 размера и вставляются в текст в отсканированном виде. Формулы набираются в редакторе Word Equation с полуторным междустрочным интервалом.

7. Объём представляемой статьи должен быть в пределах 5-15 страниц. Статьи большего объема принимаются только по согласованию с редколлегией журнала. Текст должен быть проверен на грамматические ошибки, вычитан и просмотрен автором.

8. На отдельной странице указываются фамилии, инициалы автора, учёная степень (если имеется), место работы, почтовый адрес места работы, а также электронный адрес и контактные телефоны автора. В сопроводительном письме следует указать, что рукопись ранее нигде не публиковалась. Также необходимо указать принадлежность статьи к той или иной научной сфере.

*контактный телефон редакции: (+994 51) 572 34 36*

*email: [journal@oyu.edu.az](mailto:journal@oyu.edu.az)*

*адрес: Баку AZ1072, ул.Кёроглу Рахимова 13, Университет Одлар Юрду, Общий отдел*

*<http://www.journal.oyu.edu.az>*

Jurnal Azərbaycan Respublikası Mətbuat və İnformasiya  
Nazirliyində qeydiyyatdan keçmişdir

This Journal is registered at the Ministry of Press  
and Information of the Republic of Azerbaijan

\*\*\*\*\*

Odlar Yurdu Universitetinin poliqrafiya mərkəzində çap olunmuşdur

Printed in Odlar Yurdu University Publishing Center

\*\*\*\*\*

Lisenzia №138  
10 fevral 1999-cu il

---

Yığılmağa verilmişdir: 15.06.2020. Çapa imzalanmışdır: 25.06.2020  
Formatı: 60x84 1/8. Həcmi: 68 ç.v. Ofset çap üsulu. Tiraj: 100

---