

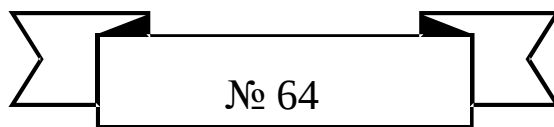
ISSN 1682-9123

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI
ODLAR YURDU UNİVERSİTETİ

ODLAR YURDU UNİVERSİTETİNİN
ELMİ VƏ PEDAQOJİ
XƏBƏRLƏRİ

THE SCIENTIFIC AND PEDAGOGICAL
NEWS OF
ODLAR YURDU UNIVERSITY

НАУЧНЫЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ
ИЗВЕСТИЯ УНИВЕРСИТЕТА
ОДЛАР ЮРДУ



Bakı ☆ 2025 ☆ 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, AMEA müxbir üzvü prof.Q.C.İmanov, i.e.d.Ə.Q.Əlirzayev, tibb e.d.M.H.Əliyev, i.e.d.M.M.Bağirov, i.e.d.E.Y.Məmmədov, akad.N.Q.Cəfərov, psixologiya e.d.R.V.Cabbarov, tex.e.d.M.İ.Əliyev, tex.e.d.N.H.Cavadov, tex.e.d.T.S.Abdullayev, prof.A.Avey (Türkiyə), prof.M.Cəmşidi (ABŞ), prof.H.B.Meladze (Gürcüstan), Y.M.Morozov (Rusiya), i.e.f.d.M.Ə.Vəliyev, i.e.n.E.H.Hüseynov, f.-r.e.n.M.B.Vəliyev, b.e.f.d.T.H.Kərimova, f.e.f.d. S.X.Abdurəhmanova

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

Editor-in-chief: Prof. A.A.VALIYEV

Executive Secretary: ass. prof.F.K.Hudaverdiyev

Deputy Editors-in-chief: prof.S.A.Valiyev (Humanities), prof.F.S.Mamedov (Exact Sciences)

Editorial Board: acad.A.M.Pashayev, correspondent member of the National Academy of Science of Azerbaijan prof.G.J.Imanov, prof.A.G.Alirzayev, prof.M.H.Aliyev, prof.M.M.Baghirov, prof.E.Y.Mamedov, acad.N.G.Jafarov, prof.R.V.Jabbarov, prof.M.I.Aliyev, prof.N.H.Javadov, prof.T.S.Abdullayev, prof.A.Avey (Turkey), prof.M.Jamshidi (USA), prof.H.B.Meladze (Georgia), prof.Y.M.Morozov (Russia), prof.E.H.Huseynov, M.A.Valiyev, M.B.Valiyev, T.H.Karimova, S.X.Abdurahmanova

All the articles in this journal are peer-reviewed and include summaries.

The address of editorial office:

General Department, Odlar Yurdu University, 13 Koroglu Rahimov St., Baku AZ1072, Azerbaijan

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

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

Fax: (+994 12) 465 67 05

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

e-mail: journal@oyu.edu.az

OYU-2025

TƏSİSÇİ:	FOUNDED BY	УЧРЕДИТЕЛЬ:
Odlar Yurdu Universiteti	Odlar Yurdu University	Университет Одлар Юрду
Jurnal 1998-ci ilin dekabr ayından nəşr olunur	Published since December 1998	Издается с декабря 1998 года
Dövriliyi ildə ən azı iki dəfədir	Issued at least twice a year	Выходит не менее двух раз в год
Jurnal Azərbaycan Respublikası Ədliyyə Nazirliyi tərəfindən rəsmi qeydiyyatdan alınmışdır. Qeydiyyat nömrəsi: AB022011, 27.11.1998	Registered by the Ministry of Justice of the Republic of Azerbaijan under reference number №022011 (AB series) on November 27, 1998	Официально зарегистрирован Министерством Юстиции Азербайджанской Республики. Регистрационный номер: AB022011 от 27.11.1998
Jurnal Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyası tərəfindən riyaziyyat, mexanika, iqtisad, texnika, tibb, əczaçılıq, biologiya, aqrar, hüquq, tarix, antropologiya, siyasi, psixologiya, pedaqogika və filologiya elmləri sahəsində tövsiyə edilən elmi nəşrlər siyahısına daxil edilmişdir	Included into the list of scientific periodicals recommended by the Presidential Higher Certifying Commission of the Republic of Azerbaijan in the fields of Mathematics, Mechanics, Economics, Technical Science, Medicine, Pharmacology, Biology, Agrarian Science, Law, History, Anthropology, Political Science, Psychology, Pedagogy and Philology.	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.
<i>Redaksiyanın ünvanı:</i> Bakı AZ1072, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13, Odlar Yurdu Universiteti, Ümumi şöbə	<i>Editorial Address:</i> General Department, Odlar Yurdu University, 13 Koroglu Rahimov St., Baku AZ1072, Azerbaijan	<i>Адрес редакции:</i> Баку AZ1072, ул. Кёроглу Рахимова 13, Университет Одлар Юрду, Общий отдел
Tel.: (+994 55) 465 85 27 Faks: (+994 12) 465 67 05 http:// journal.oyu.edu.az e-mail: journal@oyu.edu.az	Tel.: (+994 55) 465 85 27 Fax: (+994 12) 465 67 05 http:// journal.oyu.edu.az e-mail: journal@oyu.edu.az	Тел.: (+994 55) 465 85 27 Факс: (+994 12) 465 67 05 http:// journal.oyu.edu.az e-mail: journal@oyu.edu.az

MÜASİR İQTİSADİYYATDA BİZNES STRATEGİYASININ VƏ TAKTİKASININ MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ ÜSULLARI

A.C.Quliyev, F.D.Məmmədova, İ.Ə.Hüseynov

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: guliyevaqil447@gmail.com

Açar sözlər: biznes, strateji idarəetmə, şirkət, marketing, bazar münasibətləri, rəqabət

Keywords: business, strategic management, company, marketing, market relations, competition

Ключевые слова: бизнес, стратегическое управление, компания, маркетинг, рыночные отношения, конкуренция

Beynəlxalq biznesdə yeni inkişaf tendensiyalarının meydana gəlməsi, ətraf mühitin dinamizminin artmasının sürətlənməsi, kəskin rəqabət şəraiti və innovasiyaların tətbiqi biznes subyektlərindən bu təsirlərə qarşı yeni münasibət tərzinin, sistemli yanaşmanın və ya təkmil mexanizmlərə əsaslanan təşkilati-idarəetmə tədbirlərinin həyata keçirilməsini tələb edir. İqtisadi, siyasi, ideoloji və eyni zamanda mədəni qlobalizasiya prosesləri bütün dünyanı əhatə etməyə başlayır və biznesin strateji idarə edilməsi obyektiv zərurətə çevrilir. Artıq bu mühitdə fəaliyyət göstərən şirkət yalnız daxili çevik idarəetmə sistemi yaratmaqla bu təsirlər qarşısında ciddi biznes uğurları əldə edə və ya davamlı rəqabət siyasətini qoruyub saxlaya bilməz. Xarici mühit təsirlərinin gəldikcə fəallaşması xaricə orientasiyalı strategiyaları labüd edir. Əks təqdirdə müəssisələr neqativ təsirlərə məruz qalır.

Bəzən biznesin strateji idarəedilməsi bazarın strateji idarəedilməsi də adlandırılır. Bu yanaşmanın tərəfdəşləri əsasən strateji qərarların qəbulunda daha çox bazar və ətraf mühit amillərinin nəzərə alınmasını və aktuallığını diqqətə çatdırırlar, nəinki daxili mühit amillərinin. Bu fikrə əsasən, biznesin strateji idarəedilməsi xarici bazara, istehsalçılar və istehlakçılara, rəqiblərə orientasiyalı yanaşmalıdır. Vurğulanan yanaşma biznesin strateji idarəedilməsinə daha çox bazar və ya marketing baxımından yanaşmadır. Əgər istehsal yanaşması biznesin strateji idarə edilməsinin daxili imkanlara və onların inkişafına yönəlməsini əsas tuturdusa, marketing yanaşmasına əsasən bu imkanların qaynağı bazar hesab olunur. Biznesin strateji idarəedilməsində əsas məqsədlərdən biri təşkilatı idarəetmənin qabaqlayıcı bir mexanizmə çevirməsidir. Belə ki, təşkilat və ya biznes subyekti sadəcə olaraq ətraf mühitin təsirlərinə cavab verməklə kifayətlənməməlidir, bu mövqe daha çox reaktiv xarakter daşmalıdır. Yaxud əksinə, biznes ətraf mühitdə baş verən proseslərə təsir etmək imkanında olmalıdır. Bu cür yanaşmanın iki tərəfi vardır: birincisi, ətraf mühit təsirlərinə dərhal reaksiya vermə, onların yaradılmasında iştirak nəzərdə tutulur; ikincisi, xarici mühit dəyişiklikləri elə əhəmiyyətli səciyyə daşmalıdır ki, şirkət onlara təsir etmək imkanına malik olsun. Göstərilən istiqamətlər iri şirkətlərin qəbul edilən siyasi-hüquqi, iqtisadi və digər qərarlara təsir etmək iqtidarında olmağını nəzərdə tutur [1].

Biznesin strateji idarəedilməsi dəqiq müəyyən olunmuş fəaliyyət forması və ya konkret iş planı deyildir. Biznesin strateji idarəedilməsi konkret şəraitdə yaşama və ya biz-

nesin qorunub saxlanması və inkişaf etdirilməsi konsepsiyasıdır. Bu cür yanaşma təşkilatın gələcəkdə necə olması haqqında nisbətən daha aydın təsəvvürlər yaradır. Bu zaman istər-istəməz, hansı mühitdə işləməyə dəyər, bazarda hansı mövqeləri tutmaq lazımdır, hansı rəqabət üstünlüklərinə malik olmaq və təşkilatı idarəçilikdə hansı dəyişikləri həyata keçirmək kimi suallar ortaya-meydana çıxır. Başqa sözlə, biznesin strateji idarəedilməsinin mahiyyəti üç suala cavabda əksini tapır:

1. Hazırkı vaxtda biznes hansı vəziyyətdədir?
2. Üç, beş, on ildən sonra hansı vəziyyətdə olmaq istərdi?
3. Arzu olunan vəziyyətə və mövqeyə necə çatmalı və onu necə qazanmalı?

Bu yanaşmalara nəzər saldıqda görürük ki, bu yanaşmalar spesifik situasiyalarda fərdi və nisbətən ümumi baxışlar prizması əsasında formalaşır. Strateji idarəetmənin tarixi onun biznesdə tətbiqinə nisbətən daha qədimdir. Və demək olmaz ki, hərbdə istifadə edilən taktiki gedişlər və ümumi nailiyyət prosedurları, qaydaları biznesdə istifadə edilmir. Müdriklərdən biri biznesi müharibəyə bənzədir, “qalıblar isə uzaqgörənliyi bacaranlardır” fikrini əsaslandırır. Biznesin strateji idarəedilməsinin mahiyyətinin digər bir tərəfi effektiv strategiyaların hazırlanması və həyata keçirilməsi üzrə məqsədyönlü qərarların qəbulu prosesidir. Biznesin strateji idarəedilməsinin mahiyyətinə dair müxtəlif yanaşmalar olsa da, bir şey həqiqətdir ki, onun episentrində “effektiv strategiya” anlayışı dayanır [3].

“Strategiya” termini yunan mənşəli iki sözün birləşməsindən əmələ gəlmişdir: “stratos” - ordu, “ago” - aparıram. Tam mənasında müharibə aparmaq sənəti və elmi başa düşülür. Strategiya biznesdən qabaq hərbi və siyasət müstəvisindən keçdiyinə görə onun dərkə və tətbiqi müxtəlif cür assosasiya olunur [2].

Biznesin strateji idarə edilməsinin məzmunu onun mahiyyətində duran vəzifələrin icrası və onun mahiyyətindən irəli gələn məsələlələrin həlli üçün lazım olan komponentlərin məcmusudur. Biznesin strateji idarəedilməsinin məzmununu təşkil edir: Şirkət biznesinin əsas məqsədlərini təyin etmək və təyinatını müəyyən etmək; Ətraf mühitin analizi; Daxili vəziyyətin təhlili; Diversifikasiyalı şirkətlərin portfel analizi; Təşkilati struktur; Layihələşdirmə; İdarəetmə sisteminin və inteqrasiya dərəcəsi sistemi; Kompleksin “strategiya-struktur-nəzarət” idarəedilməsi; Biznesin müxtəlif fəaliyyət sferalarındakı siyasətinin və davranış normativlərinin təyini; Kompaniyanın strategiyası ilə nəticələri arasında əks əlaqənin qurulması; Strategiyanın, strukturun və idarəetmənin mükəmməlləşdirilməsi; Biznesin strateji idarə edilməsinin əhəmiyyəti.

Biznesin strateji idarəedilməsi müasir kompaniyaların idarəetməsində əsas yer alaraq onları bir sıra üstünlüklərlə silahlandırır: o Müəssisəyə və onun ətraf mühitinə kompleks və sistemli baxış təmin edir; o İnformasiyaların yeni üsullarla və metodlarla toplanması və emalı əsasında strateji qərarların qəbulunu asanlaşdırır; o idarəetmə elementləri arasındakı şaquli və üfqi koordinasiya və kommunikasiyanı gücləndirir; o Dəyişikliklərə qarşı müqavimətli olmağa və dəyişiklikləri lazımi istiqamətlərdə aparmağa dəstək olur; o Biznesin inkişaf tendensiyaalarını əvvəlcədən görməyə və nəzərdə tutmağa imkan yaradır; o Strateji seçim etməyə və strategiyayı reallaşdırmağa kömək edir.

Biznesin strateji idarə edilməsi kəskin bazar münasibətləri və rəqabət şəraitində uğurlu fəaliyyət göstərmək və yaşamaq üçün ən vacib amillərdən biridir. Ətraf mühitin dəyişməsi təşkilatın yeni mühitə adaptasiyasını zəruri edir və mühit tələbləri dəyişilir. Yeni tələblərə uyğun optimal kompaniya fəaliyyət sisteminin qurulması biznesin strateji idarə edilməsinin başlıca vəzifəsidir. Biznesin strateji idarəedilməsinin əsas məqsədi uzunmüddətli perspektivdə uğurlu şirkət fəaliyyətini təmin edərək ali təşkilati məqsəd və

məramlara nail olaraq arzu edilən mövqelərə yiyələnmə, onun qorunub saxlanılması və təşkilatın strateji inkişafıdır. Və bu aydın məqsədlərə çatmaq üçün biznesin strateji idarəedilməsinin konkret vəzifələrinin icrası lazımdır. Müxtəlif ölkələrin biznes subyektləri üçün strateji idarə edilmə konsepsiyasının məqsədi və vəzifələri ümumilik təşkil etsə də, bu məqsəd və vəzifələrə nail olma çox spesifik səciyyə daşıyır. Ölkənin inkişaf səviyyəsindən, biznes mühitindən, ölkənin tarixi milli köklərindən, geosiyasi və coğrafi yerləşməsindən, ictimai şəüur və onun inkişaf səviyyəsindən, dövlətin yürütdüyü biznesə dəstək siyasətindən, rəqabət səviyyəsindən və bir çox digər amillərdən asılı olaraq biznesə strateji yanaşmalar və baxışlar ayrı-ayrı ölkələrin biznes müəssisələri tərəfindən fərqlidir. Yaponiyada, Çində kompaniyanın gələcək inkişafı üçün prioritetlər önə çəkilsə də, ABŞ və Qərbi Avropada digər priortetlər qabardılır. Şərq məqsədlərə güclü mental baxışları və dərin adət ənənləri ilə çatırsa, qərb siyasi gedişləri və individual baxışlarla inkişaf edir [4].

Dünyanın iqtisadi mənzərəsini, eyni zamanda bu əsasda siyasi və mədəni mənzərəsini Harvard Universitetinin müəllimi Kemiçi Omenin qeyd etdiyi kimi “Triada konsepsiyası”nın əsas personajları olan dünyanın 3 güc mərkəzi - ABŞ, Yaponiya, Qərbi Avropa formalaşdırır. Bu ölkələrin biznesin strateji idarə edilməsi sahəsində yaratdıqları qanunauyğunluqlar, ideyalar, prinsiplər, konsepsiyalar dünyanın digər aparıcı ölkələri üçün zəruri təcürbə və tədqiqat mənbəyidir. Müasir dövrdə bir çox brendlər bu ölkələrin şirkətləri tərəfindən yaradılır və inkişaf etdirilir. Hazırda 20 ən yaxşı beynəlxalq brend bu ölkələrə məxsusdur. “Fortuna” jurnalının 2006-cı ilə olan statistik məlumatlarına əsasən dünyanın 500 global kompaniyası müəyyən edilmişdir. Bunlardan 170-i ABŞ-a, 70-i Yaponiyaya, 38-i Britaniya, Fransa, Almaniyaya və qalanları digər ölkələrə məxsusdur. Dünyanın iqtisadiyyatında iri xarici ticarət əməliyyatlarının 4/5-ü bu ölkələrin payına düşür. Ən iri transmilli korporasiyalar mənşə etibarilə bu regionlara məxsusdur. Beynəlxalq ticarət dövriyyəsinin 2/3-si TMK-lar tərəfindən idarə edilir. Hazırda tmk-ların sayı 50000-dən, dünya üzrə filiallarının sayı 4 mln-dan çoxdur.

BMT-nin Ticarət və İnkişaf üzrə konfransının məlumatlarına əsasən dünya əmtəə dövriyyəsinin 2 trln. dollarını formalaşdırır. Ən iri TMK-lar ABŞ, Böyük Britaniya, Yaponiya və Almaniyaya məxsus şirkətlərdir. Bu TMK-ların əksəriyyətində, təxminən 70%-indən çoxunda strateji menecment və strateji analizlər institutsional formada aparılır. Menecment sahəsində, xüsusilə də strateji menecment sahəsində əhəmiyyətli məlumatları və bilikləri, o cümlədən praktiki vərdişləri qeyd edilən regionların kompaniyaları, alimləri, tədqiqatçıları yaratmışdır.

Biznesin strateji idarə edilməsi konsepsiyası top menecment səviyyəsində təşkilati strateji idarəetmə strukturlarının yaradılmasını tələb edir. Bu strukturun tərkibinə strateji inkişaf bölməsi və strateji təsərrüfat mərkəzlərinin (STM) yaradılması daxildir. Hər bir STM bir neçə istehsal bölmələrini birləşdirir. STM-lərin miqdarı istehsal bölmələrinin sayından az olur. ABŞ-ın Westinghouse Electric kompaniyasında fəaliyyət göstərən 110 istehsal bölməsi 37 STM tərəfindən istiqamətləndirilir. İstehsal bölmələri strateji təsərrüfat mərkəzlərində cəmlənərək onların vasitəsilə idarə edilir. STM-lər isə öz növbəsində, yuxarı struktur olan strateji inkişaf qrupları tərəfindən yönləndirilir. Artıq, ABŞ-da fəaliyyət göstərən 500 iri korporasiyaların 20%-ində strateji inkişaf qrupları təsis edilib. STM yaradılarkən düzgün fəaliyyət sferasının seçilməsinə böyük əhəmiyyət verilir. STM-lər uyğun zamanda rəqabətqabiliyyətli əmtəələrin istehsalı və onların satışı üçün cavabdehlik daşıyır.

Biznesin strateji idarə edilməsi yapon şirkətləri üçün daha xarakterikdir. Professor İsikava Kaourinin qeyd etdiyi kimi amerika şirkətləri cari gəlir artımı və səhm dəyərlərini qaldırmaq haqqında geniş müzakirələr apardığı halda yapon şirkətləri uzunmüddətli strategiyaları önə çəkir. Yapon menecmentində strateji yanaşmaların-mükəmməl keyfiyyətə nəzarət sistemi, strateji planlar, risklərin uzunmüddətli idarə edilməsi daha güclü bazası vardır. Operativ qərar qəbulunda qərb və amerika kompaniyalarına nisbi uduzan yapon şirkətləri strateji qərar qəbulunda və strategiyaların realizasiyasına yiyələnmə tezliyində onları üstələyir [5].

Nəhayət, aşağıdakı nəticələrə gəlmək olar:

Biznesin strateji idarəedilməsinin dünya təcrübəsinin öyrənilməsi kompaniyaların inkişafında mühüm məsələdir. BŞİ konsepsiyasının yaratıcıları olan ABŞ və Yaponiya təcrübəsi isə bu sahədə daha əhəmiyyətlidir;

ABŞ kompaniyaları bizneslərinin strateji idarəçiliyini həyata keçirərkən cari hədəfləri önə çəkib strateji məqsədlərə nail olurlarsa, yapon kompaniyaları strateji hədəfləri müəyyənləşdirərək taktiki addımlar silsiləsi yaradır;

ABŞ kompaniyalarında prioritetlik cari gəlirə və səhm dəyərinin artırılmasına verildiyi halda, yapon şirkətlərində üstünlük insan resurslarının strateji inkişafına verilir; ABŞ şirkətlərində strateji məqsədlərə nail olma yeni kadrların gətirdiyi yeniliklər və fərdi karrera üzərində qurulan naliyyətlər hesabına başa gəlsə, yapon şirkətlərində strateji məqsədlərə kollektiv və komanda səyi nəticəsində nail olunur, strateji ideyalar fərdə yox komandaya məxsusdur;

Yapon və ABŞ kompaniyalarının təcrübəsi göstərdi ki, biznesin strateji idarə edilməsində əsas məqamlar bunlardır: güclü komanda, çevik insan resursları və korporativ ruh, optimal idarəçilik sistemi, təşkilati idarəetmə strukturu, güclü rəqabətqabiliyyətli məhsul buraxılışı konsepsiyası, keyfiyyətin yeni sistemlərinə yiyələnmə və tarqet kostinq sisteminin tətbiqi;

Yapon şirkətləri üçün strateji potensial insan resursları, ABŞ şirkətləri üçün isə maliyyə resurslarıdır. Yapon şirkətlərinin insan resurslarının inkişafına çəkdiyi xərclərin şirkət büdcəsində payı ABŞ-la müqayisədə bir neçə dəfə çoxdur.

ABŞ və Yaponiya dünyanın biznes liderləridir və biznesin strateji idarə edilməsi sahəsində ən güclü ideya ixracı bu ölkələrin payına düşür [6].

Ədəbiyyat

1. “Müəssisələr haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 1994
2. T.S.Vəliyev, Ə.P.Babayev, M.X.Meybullayev. (2001) İqtisadi nəzəriyyə. Bakı
3. A.B.Abbasov, R.Ə.Abbasova, A.H.Fərruxov və b. (2005) Biznesin əsasları. Bakı, 656 s.
4. Şahbazov K., Məmmədov M.H., Həsənov H.S. və b. (2005) Menecement. Bakı, 1000 s.
5. M.Ə.Əliyev, H.İ.Həmidov, A.T.Hüseynli. (2011) Korporativ idarəetmə. (Dərslik), Bakı
6. Стратегический менеджмент. Под. редакцией Петрова. (2006) СПб., 496 с.

**METHODS OF DETERMINING BUSINESS STRATEGY AND TACTICS
IN MODERN ECONOMY**

A.J.Guliyev, F.D.Mammadova, I.A.Huseynov

SUMMARY

Strategic management of business is treated in this work. The authors claim that strategic management is concerned primarily with responses to external issues such as in understanding customers' needs and responding to competitive forces.

**МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ БИЗНЕСА
В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

А.Дж.Гулиев, Ф.Д.Мамедова, И.А.Гусейнов

РЕЗЮМЕ

В статье анализируется стратегическое управление бизнесом. По мнению авторов, стратегическое управление в первую очередь касается реагирования на внешние проблемы, такие как понимание потребностей клиентов и реагирование на конкурентные силы.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 14 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

**İNNOVASIYA VƏ SƏNAYE:
YENİ İNKİŞAF PARADİQMASININ FORMALAŞMASI**

Ə.V.Əhmədov, V.E.Allahverdiyev, C.R.Hacıyev

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: mr.ali.akhmadov@gmail.com

Açar sözlər: innovasiya, sənaye inkişafı, radikal innovasiyalar, istehsal fəaliyyəti

Keywords: innovation, industrial development, radical innovations, production activities

Ключевые слова: инновации, промышленное развитие, радикальные инновации, производственная деятельность

Y.Şumpeter innovasiya anlayışını, yeni məhsul növlərinin, istehsal üsullarının, bazarların, xammal mənbələrinin və təşkilati quruluşların əldə olunmasına səbəb olan yeni kombinasiyaların tətbiqi prosesi kimi izah etmişdir. Onun nəzəriyyəsinə əsasən, rəqabət innovasiyanın yaranması üçün stimulları artırır, və bu zaman yeni kombinasiyalar köhnə modelləri üstələyir. Şumpeter, innovasiyaları yalnız iqtisadiyyatda deyil, həm də innovasiyaların tətbiqinə yönəlmiş təşkilati strukturlarda da dinamik dəyişikliklərə səbəb olan mühüm amil kimi qiymətləndirir. İnnovasiyalar iqtisadi dinamika da ikiqat təsirə malikdir: bir tərəfdən iqtisadiyyatın genişlənməsi üçün yeni imkanlar yaradır, digər tərəfdən isə ənənəvi inkişaf istiqamətləri ilə irəliləməni mümkün deyil edir. Ümumilikdə, innovasiya yeni metodların, yanaşmaların, texnologiyaların və s. yaradılması və yayılması prosesini əhatə edir [1].

İnnovasiyalar əsasən iki formada təzahür edir: məhsul və proses innovasiyaları. Məhsul innovasiyasına maşın və avadanlıqlar, yeni material növləri, istehlak malları və digər məhsul dəyişiklikləri daxildir. Proses innovasiyaları isə texnoloji, idarəetmə, sosial və iqtisadi sahələrdə baş verən yeniliklər və dəyişiklikləri ifadə edir. Proses innovasiyaları, bir tərəfdən istehsal olunan məhsulun texniki və iqtisadi xüsusiyyətlərini təkmilləşdirməyə, digər tərəfdən isə yeni məhsulların istehsalı və mənimlənməsi üçün şərait yaratmağa yönəlir.

Proses innovasiyaları həmçinin müəssisənin texniki, təşkilati, iqtisadi və sosial aspektlərində yaxşılaşmaların əldə edilməsinə imkan yaradan yenilikləri də əhatə edir. Məhsul və proses innovasiyaları bir-biri ilə sıx əlaqəli və qarşılıqlı asılıdır. Məhsul innovasiyaları mövcud istehsal bazasının və onun tərkib hissəsi olan texniki, texnoloji, təşkilati və sosial sistemlərin bu yeniliklərə uyğunlaşdırılmasını tələb edir. Nəticədə, bu uyğunlaşmalar həmin sistemlərdə yeniliklərin tətbiqinə səbəb olur. Eyni zamanda, proses innovasiyaları məhsul innovasiyalarının inkişafı üçün yeni imkanlar yaradır.

İnnovasiya prosesi, yeni və faydalı nəticələrin yaradılması, inkişaf etdirilməsi, adaptasiya edilməsi və istifadə olunması mərhələlərini özündə birləşdirən bir dövrü təmsil edir. Bu proses eyni zamanda innovasiyanın yeni tətbiq sahələrinə, bazarlara və istehlakçılara açılmasına səbəb olur. Ümumilikdə, innovasiya prosesinin üç əsas komponenti fərqləndirilir:

- yeni ideyanın yaranması;
- innovasiya (yəni yeni ideyanın həyata keçirilməsi);
- innovasiyanın yayılması (diffuziya).

Ümumiyyətlə, heç bir ölkə iqtisadi cəhətdən tam müstəqil inkişaf edə bilməz, çünki bəzən müəyyən məhsulların istehsalı başqa ölkələrdən asılıdır. Dünya iqtisadiyyatı xammal istehsalçıları və istehsal edən ölkələr olaraq qruplaşmışdır. Bu mənada, dünya bazarlarında neftin qiyməti artanda, bunun ən çox faydasını idxalçılar əldə edir. Bu da yüksək valyuta gəlirləri sayəsində yeni texnologiyaların tətbiqinin asanlaşması və idxalın genişlənməsi ilə nəticələnir [2].

Azərbaycanda isə 2014-cü ildən sonra neftdən əldə olunan gəlirlər sürətlə azalır. Bu da qeyri-neft sektorunun ən vacib sahəsi olan sənayenin inkişafını və bu sahəyə aid məhsul istehsalının artırılmasını zəruriləşdirir. Beləliklə, bu məsələlər çərçivəsində hansı sahələrdə inkişafın təmin ediləcəyi, hansı məhsulların istehsal ediləcəyi və sənayenin hansı istiqamətlərdə irəliləməsi məsələləri aktuallaşır.

Bununla yanaşı, patentlər vasitəsilə innovasiya ideyasına hüquq iddia etmək və bazar yeniliyi təmin etmək mümkündür. Əgər elmi-texniki sahə ilə maddi istehsal arasında əlaqələr güclənirsə, innovasiyaların ümumi sayında, həm bazar, həm də elmi-texniki yeniliklərə əsaslanan innovasiyaların payı artır [3, səh.172-194].

Bugünkü gün, yeni məhsul, texnoloji proseslər və xidmətlərin yaranması əksər hallarda fundamental və tətbiqi elmi nailiyyətlərin tətbiqi ilə əlaqəlidir. Burada, texnoloji imkanlar, toplanmış təcrübə və institusional amillər mühüm rol oynayır. Radikal yeniliklər adətən məqsədyönlü tədqiqatlar və elmi araşdırmalar nəticəsində meydana çıxır. Bu cür innovasiyaların miqyası nə qədər böyük olarsa, bazar amillərinin bu innovasiyaların yaranmasındakı rolu nisbətən azalır.

Innovasiyaların yayılması müəyyən zaman və məkan çərçivəsində baş verir. "Məkan" anlayışı ilə, burada müxtəlif iqtisadi, sosial, coğrafi və ərəzi xüsusiyyətləri ilə fərqlənən bazar sahələrini nəzərdə tuturuq. Zaman amili isə, yalnız innovasiyaların yayılmasında deyil, ümumilikdə bütün innovasiya tsiklinin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayır. İdeyanın yaranması ilə onun real tətbiqi arasındakı zaman fasiləsi nə qədər qısa olsa, iqtisadi inkişaf o qədər sürətli və dinamik olur. Eyni zamanda, yeniliyin bazarda genişlənməsi üçün kifayət qədər uzun bir zaman periodu tələb olunur ki, onun bütün potensial faydası reallaşdırıla bilsin və alternativ yeniliklər ortaya çıxmadan əvvəl səmərəsi tam şəkildə istifadə olunsun.

Bu səbəbdən innovasiyaların yayılması prosesini düzgün qiymətləndirmək və təhlil etmək üçün yalnız konkret bir yeniliyin tək başına inkişafını deyil, həm də onun çevrəsindəki mühitin, alternativ və tamamlayıcı yeniliklərin dinamikasını da nəzərə almaq vacibdir. Innovasiyaların uğurlu yayılması üçün onların bazara necə daxil olacağı, bazar iştirakçıları tərəfindən necə qəbul ediləcəyi və hansı təkmilləşdirmələrə ehtiyac duyulacağı barədə ətraflı proqnozlar hazırlamaq tələb olunur. Bu, yalnız elmi-texniki nailiyyətlərin tətbiqinə deyil, həm də iqtisadi, sosial və siyasi amillərə əsaslanaraq, innovasiya siyasətinin həyata keçirilməsi üçün çoxşaxəli yanaşmaların tətbiqini tələb edir.

Azərbaycanın sənaye sektorunda mövcud olan texnoloji gerilik, əsasən, ənənəvi istehsal metodlarının və mövcud texnoloji infrastrukturların köhnəlməsindən irəli gəlir. Belə bir vəziyyət, iqtisadiyyatda rəqabət qabiliyyətinin zəifləməsinə, həmçinin dünya bazarlarında yerini itirməyə gətirib çıxara bilər. Bu, həm də Azərbaycan iqtisadiyyatının

diversifikasiyası, qeyri-neft sektorunun inkişafı və yüksək texnologiyaların tətbiqi üçün mühüm fərsətlər yaradır. Bu baxımdan, dövlət tərəfindən həyata keçiriləcək innovasiya siyasətləri, məhz bu cür texnoloji yeniliklərin tətbiqi və mövcud sənaye sahələrinin modernləşdirilməsi üçün əsas istiqamətləri müəyyən etməlidir.

İnnovasiya sistemlərinin effektivliyi və onların səmərəli yayılması, eyni zamanda, müvafiq maliyyə və investisiya dəstəyinin təmin olunması ilə bağlıdır. Yeniliklərin kommersiyalaşdırılması və bazara daxil edilməsi üçün güclü maliyyə infrastrukturunun mövcudluğu vacibdir. Bu, həm də yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsinin yetişdirilməsi və innovasiya ekosisteminin inkişafı üçün təhsil və araşdırma sahələrindəki islahatları əhatə etməlidir. Azərbaycan bu istiqamətdə ciddi addımlar atmalı və yerli istehsalçıların dünya standartlarına uyğun məhsullar istehsal etmələri üçün lazımi dəstək strukturlarını təmin etməlidir.

Eyni zamanda, innovasiyaların yalnız bir məhsul və ya texnologiyanın tətbiqi ilə məhdudlaşmadığını da qeyd etmək lazımdır. Bu proses həm də təşkilati dəyişiklikləri, idarəetmə üsullarını və istehsalın optimallaşdırılmasını əhatə edir. Beləliklə, hər bir yenilik yalnız texnoloji tərəqqinin təzahürü olmaqla yanaşı, həm də iqtisadiyyatın hərtərəfli inkişafına xidmət edən bir amil kimi qəbul olunmalıdır.

Bu nöqtədə, innovasiyaların daha sürətli və geniş yayılması üçün bir çox faktorlardan biri də sosial və hüquqi mühitin yaxşılaşdırılmasıdır. Məhsulların patentləşdirilməsi, mülkiyyət hüquqlarının qorunması və bazar iştirakçılarının innovasiyalarla bağlı məlumat əldə etməsi, inkişaf proseslərinin daha şəffaf və effektiv şəkildə irəliləməsinə təmin edəcəkdir. Həmçinin, yüksək texnologiyaların tətbiqi ilə bağlı təşviqədi tədbirlər, xüsusilə yerli startapların və kiçik və orta müəssisələrin innovasiyalara cəlb edilməsi, iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsinə kömək edəcəkdir [4, səh.42-48].

Son olaraq, dünya bazarlarında mövqelərin möhkəmləndirilməsi üçün Azərbaycanın innovasiya siyasəti yalnız yerli bazarın tələblərinə deyil, həm də beynəlxalq bazarlarda rəqabət üstünlüyü qazanmaq məqsədilə dünya səviyyəsində qəbul edilən ən yaxşı təcrübələrə əsaslanmalıdır. Beləliklə, innovasiyalar tək-cə istehsal sahələrində deyil, həm də ölkənin iqtisadiyyatının digər sahələrində də ciddi dəyişikliklərə səbəb olacaq və Azərbaycanın global iqtisadiyyatda daha güclü mövqə tutmasına imkan verəcəkdir.

Ölkələrin və şirkətlərin müvəffəqiyyətləri, əsasən bilik və informasiya istifadəsinin intensivliyi ilə, başqa sözlə, innovasiya fəaliyyətinin aktivliyi ilə ölçülür. Bir dövlətin iqtisadiyyatında elm və texnika nailiyyətlərinin tətbiqinin ortalama səviyyəsi, bu ölkənin liderlər sırasına daxil olub-olmamasını müəyyənləşdirən əsas meyardır. Ən qabaqcıl texnologiyanın istifadəsi müəyyən istehsal sahələrindəki innovasiya istiqamətinin göstəricisi ola bilər, lakin bu texnologiyanın yalnız adi iqtisadi təcrübəyə çevrilməsi ilə daha geniş tətbiq sahəsinə çıxış əldə edilə bilər. "İnnovasiya" anlayışı isə həmişə ən müasir texnologiyaların tətbiqinə işarə etmir. Burada əsas rol oynayan amil innovasiya strategiyasının və onun idarə edilməsini təmin edən müvafiq prosesin qurulmasıdır. Bu səbəbdən, "innovativ" inkişaf yalnız ən qabaqcıl texnologiyalara sahib olan şirkətlərin deyil, hər bir təşkilatın effektiv innovasiya fəaliyyətinin nəticəsidir.

İnnovasiya fəaliyyəti praktikada öyrənilən və həyata keçirilən bir proses kimi də qiymətləndirilə bilər. Bu baxımdan, imitasiya fəaliyyəti ilə bağlı əvvəlki təsəvvürlər - yəni, bu fəaliyyətin rəqiblər tərəfindən kopyalanan ikinci dərəcəli bir fəaliyyət olaraq görülməsi, artıq inandırıcılığını itirir. Hər bir ölkənin iqtisadi gücü, onun sərhədlərindən

kənarda yaranan bilikləri necə istifadə etməsindən böyük ölçüdə asılıdır. Texnologiyaların inkişafında dünya üzrə 20 ölkənin iştirak etdiyini nəzərə alsaq, uzun müddət ərzində yaranan ixtiraların əksəriyyəti bu ölkələrin xaricində baş verir. Bu ölkələrdən hər biri yalnız 5% qədərini əldə edir. Əgər müəyyən sahədə, xüsusilə istehsalda rəqabət qabiliyyəti zəifdirsə, hətta ən yaxşı elmi potensial belə, bu ölkəni irəliləməyə gətirib çıxara bilməz. Elmi-texniki nailiyyətlərin kommersiyaya çevrilməsi, müvafiq istehsal güclərinin və innovasiya prosesini dəstəkləyən şəraitin yaradılmasını tələb edir [5].

Son illərdə, innovasiya prosesinin mərhələləri arasındakı əlaqənin daha əvvəlki xətti yanaşmadan fərqli olaraq, qarşılıqlı əlaqələrin mövcudluğu və bu əlaqələrin innovasiya tsiklinin müxtəlif mərhələlərində təkrarlanması barədə mülahizələr daha çox səslənməyə başlamışdır. Bu qeyri-xətti yanaşma, yenilik ideyasının yaranmasından onun tətbiqinə qədər olan dövr ərzində elmi tədqiqatların və işlərin bir neçə dəfə təkrarlanması üzərində qurulmuşdur. Bu yanaşmaya görə, elm yalnız innovasiya ideyalarının mənbəyi olmaqla kifayətlənmir, eyni zamanda innovasiya prosesinin hər bir mərhələsində qarşıya çıxan problemlərin həllində də istifadə oluna bilən resurs olaraq çıxış edir. Beləliklə, innovasiyanın uğuru və ya uğursuzluğu, innovasiya tsiklinin müxtəlif fazaları arasında - elm, istehsal və bazar əlaqələrinin necə idarə olunduğuna və bu əlaqələrin nə qədər effektiv olduğuna bağlıdır.

Innovasiyaların sənaye müəssisələrində rolunu dəyərləndirərkən, onların meydana gəlməsi və yayılmasının obyektiv ehtiyaclarına nəzər salmaq vacibdir:

- Birinci növbədə, innovasiyaların yaranması və tətbiqi, həm istehsalçılar arasında rəqabətin güclənməsi, həm də rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasının mühüm bir şərti olaraq çıxış edir.
- İkinci olaraq, ilk innovasiya tətbiq edənlər bazarda müvəqqəti üstünlük qazanaraq əlavə mənfəət əldə etmə şansı əldə edirlər.
- Üçüncüsü, radikal innovasiyalar, kiçik və orta ölçəli sənaye müəssisələrinin böyük şirkətlərə çevrilmələri üçün yeganə əlverişli vasitə ola bilər.

Bu səbəblərin müəssisənin innovasiya fəaliyyətinə təsiri müxtəlif dərəcədə əhəmiyyətlidir. Belə ki, rəqabət innovasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin əsas zərurətidir, çünki rəqabətə davam gətirə bilməyən müəssisə bazarda uğur qazana bilməz. Mənfəət artımı və müəssisənin böyüməsi ilə bağlı səbəb isə daha çox müəssisənin bazarda müəyyən mövqeyə yüksəlməsini təşviq edir, amma bu, ilk səbəb qədər zəruri deyil.

Müxtəlif sənaye sahələrində, məsələn, metalurgiya, maşınqayırma, kimya və neft-kimya, yüngül sənaye və digər sahələrdə, həmçinin ekoloji tələblərin və tikinti sənayesinin prioritetlərinin həyata keçirilməsi, sənaye inkişafının əsas məsələləri kimi nəzərə alınmalıdır. Sənaye siyasətinin məqsədləri yalnız iqtisadiyyatın stabil inkişafı, milli iqtisadiyyatın effektivliyi və siyasi sabitlik kimi amillərə əsaslanarsa, uğurla həyata keçirilə bilər. Həmçinin, ölkənin ərazi bütövlüyü və digər müvafiq şərtlərin qorunması sənaye inkişafının əsasını təşkil edir.

Ədəbiyyat

1. Шумпетер, Й. (2007) Теория экономического развития. Москва: Наука.
2. Freeman, C., & Soete, L. (1997) The Economics of Industrial Innovation. London: Pinter Publishers.
3. Teece, D.J. (2010) Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range Planning, 43(2-3), 172-194.

4. Солодовников, С.Ю. (2017) Современная структурная политика и кризис наноиндустрии / С.Ю.Солодовников // Право. Экономика. Психология. – № 3 (8). – с.42–48.
5. Personalization and Customization: How ‘Brand You’ Came To Be [Electronic resource] / The Fashion Law. An independent source for fashion law, business and culture. – Publ. date 02.01.2018. – Mode of access: <http://www.thefashionlaw.com/home/how-brand-you-came-to-be>. – Date of access: 24.07.2018.

INNOVATION AND INDUSTRY: FORMING A NEW DEVELOPMENT PARADIGM

A.V.Ahmadov, V.E.Allahverdiyev, J.R.Hajiyev

SUMMARY

This paper examines key theoretical provisions, the diversity of innovation forms, and the characteristic features associated with their novelty. The nature of innovation activity and its importance for the modern economy are analyzed. Special attention is paid to the current problems of the industrial sector in Azerbaijan, possible approaches to their solution are proposed.

ИННОВАЦИИ И ПРОМЫШЛЕННОСТЬ: ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ ПАРАДИГМЫ РАЗВИТИЯ

А.В.Ахмедов, В.Э.Аллахвердиев, Дж.Р.Гаджиев

РЕЗЮМЕ

В работе рассмотрены ключевые теоретические положения, разнообразие форм инноваций, а также характерные черты, связанные с их новизной. Проанализирована природа инновационной активности и её значение в современной экономике. Особое внимание уделено актуальным проблемам промышленного сектора Азербайджана и предложены возможные подходы к их решению.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 14 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

UOT № 339.33

AZƏRBAYCANDA LİZİNQ BAZARI FƏALİYYƏTİNİN İQTİSADI SƏMƏRƏLİLİYİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

E.E.Şəmsizadə, S.E.Səmədova, A.O.Məmmədova

Odlar Yurdu Universiteti

Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13

e-mail: elgunshamsizade2002@icloud.com

Açar sözlər: lizinq, iqtisadi səmərəlilik, iqtisadi qiymətləndirmə, iqtisadi göstəricilər

Keywords: leasing, economic efficiency, economic assessment, economic indicators

Ключевые слова: лизинг, экономическая эффективность, экономическая оценка, экономические показатели

Ölkənin lizinq bazarı çoxsaylı mikro və makro amillərin təsiri altında formalaşır və fəaliyyət göstərir. Həmin amillərin təsir nəticəsi bazarda xüsusi xarakterə malik ola bilər və elə rəngarənglik yarada bilər ki, onların qiymətləndirilməsi vasitəsilə bazarda baş verən proseslərə dair düzgün qərarlar vermək mümkün olur. Ölkə iqtisadiyyatında lizinq bazarına vəsaitlərin müxtəlif formalarda, yəni investisiya, kredit, səhmdar kapital və s. şəkildə qoyulması ölkədə aparılan iqtisadi siyasətin tərkib hissəsidir. Bu istiqamətdə ötən əsrin son onilliyinin ortalarından başlayaraq fəaliyyətin təşkil olunmasına baxmayaraq, lizinq bazarı hələ də özünün yüksək formasına çatmamışdır. Bu bazarın fəaliyyətinin investisiya bazarı, kredit bazarı, depozit bazarı, valuta bazarı, bank bazarı, sığorta bazarı və s. kimi sürətlə inkişaf etməsi üçün çox zəruri olan parametrlər vardır. Onlardan ən vaciblərindən biri də lizinq layihələrinin səmərəlilik baxımından yoxlanılması və qiymətləndirilməsidir. Bu bazarda qiymətləndirmənin həyata keçirilməsi üçün istifadə edilən üsullar həm təcrübə, həm də metodoloji baxımdan dəyərlidir. Lizinq bazarında fəaliyyətin uğurla reallaşmasını qiymətləndirmək üçün mühüm səmərəlilik göstəricilərindən istifadə edilir. Onlara aşağıdakılar aid edilir: a) lizinq layihə və əməliyyatlarının büdcə səmərəliliyi; b) lizinq layihə və əməliyyatlarının iqtisadi səmərəliliyi; v) lizinq layihə və əməliyyatlarının kommersiya səmərəliliyi [1].

Qiymətləndirmənin bu göstəricilərinin hər birinin lizinq əməliyyatlarında özəl, özünəməxsus bir xüsusiyyəti vardır. Lizinq layihəsinin büdcə səmərəliliyi dedikdə hər bir konkret lizinq layihəsi üzrə müvafiq büdcələrin gəlir və xərclərinin nisbətinin nəticəsi başa düşülür. İqtisadi ədəbiyyatda büdcə səmərəliliyinin göstəricisi kimi haqqında söhbət gedən büdcədə büdcə səmərəsi məhfumu işlədilir. Bunun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, bu və ya digər lizinq layihəsi reallaşdırılarkən, onun sonunda əldə edilən vəsaitlər həmin lizinq layihəsinin icra olunması üçün çəkilən xərcləri üstələyə bilsin [2].

Lizinq layihəsinin iqtisadi səmərəliliyi dedikdə layihənin reallaşdırılması üçün layihə iştirakçılarının birbaşa maliyyə maraqlarında əks edilən parametrlərdən kənara çıxan, bu və ya digər dəyər volatilliyini əks etdirən əlavə məsrəflər başa düşülür. Belə məsrəflər lizinqdə iqtisadi subyektlər tərəfindən reallaşdırılır. Belə məsrəflərə ilkin məsrəflər, cari məsrəflər və ləğvetmə məsrəfləri aid edilir. Lizinq əməliyyatlarında kommersiya səmərəliliyi dedikdə, layihənin həyata keçirilməsindən sonra əldə edilən məc-

mu gəlir norması ilə məcmu maliyyə məsrəfləri arasında olan fərq qəbul edilir. İqtisadi ədəbiyyatda öz əksini tapdığı kimi, lizinq əməliyyatının kommersiya səmərəliliyi həm bütövlükdə layihə, həm də lizinqin hər bir subyekti üzrə hesablanır. Lizinq layihəsi üzrə kommersiya səmərəliliyi o zaman qənaətbəxş hesab olunur ki, layihə reallaşdırılarkən mövcud olan risklər nəzərə alınmaqla hər bir iqtisadi subyekt öz üzərinə düşən öhdəlikləri vaxtında və keyfiyyətlə yerinə yetirmiş olsun və zəruri mənfəət səviyyəsinə nail olsun. Məhz elə bu şərtlər daxilində lizinq əməliyyatlarının kommersiya səmərəliliyinin əlavə qiymətləndirilməsi həyata keçirilir. Lizinq əməliyyatlarının səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi aparılan tədqiqatın əsas məqsəd və vəzifələrindən biridir [3]. Bu baxımdan da ölkənin lizinq bazarında fəaliyyət göstərən ən iri lizinq şirkəti olan "Aqrolizinq" Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin məcmu lizinq portfelinin strukturunun nəzərdən keçirilərək qiymətləndirilməsi vacibdir.

"Aqrolizinq" in məcmu lizinq portfelini üç əsas elementdən, yəni kənd təsərrüfatının texnikası, kənd təsərrüfatı avadanlıqlarının və kiçik və iri buynuzlu malqaranın lizinqindən ibarətdir. 2014-cü ildə bu təşkilat üzrə məcmu lizinq portfelinin 78,8% birinci, 13,8% ikinci və 7,4%-i isə üçüncü elementə məxsus olmuşdur. Növbəti ildə struktur elementlərinin cəmdəki xüsusi çəkisində dəyişiklik baş vermişdir. Belə ki, məcmu lizinq portfelində birinci elementin payı 2,2% artaraq 81,5% təşkil etmişdir. İkinci elementin xüsusi çəkisi 7,9%, üçüncü elementin xüsusi çəkisi isə 10,6% səviyyəsində formalaşmışdır. 2016-cı ildə "Aqrolizinq" də məcmu lizinq portfelini iki dəfəyə yaxın artaraq 143977,4 min manat təşkil etmişdir ki, onun da 87,6%-i kənd təsərrüfatı texnikasının 5,9%-i kənd təsərrüfatı avadanlıqlarının, 6,5%-i isə kiçik və iribuynuzlu malqaranın lizinqindən ibarət olmuşdur. Artım meyli 2017-ci ildə də davam etmişdir. Həmin ildə məcmu lizinq portfelinin məbləği 29,6% artaraq 186675,1 min manata çatmışdır. Onun 95%-i birinci elementin, 0,8%-i ikinci elementin və 4,2%-i isə üçüncü elementin payına düşmüşdür. Təhlili aparılan sonuncu yəni 2023-cü ildə "Aqrolizinq" Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin məcmu lizinq portfelini 201131,1 min manat təşkil etmişdir. Onun 95,6%-i kənd təsərrüfatı texnikasının, 1,16%-i kənd təsərrüfatı avadanlığının, 4,35%-i isə kiçik və iribuynuzlu malqaranın lizinqindən ibarət olmuşdur.

Təhlillər göstərir ki, ölkənin ən iri və dinamik şəkildə fəaliyyət göstərən lizinq şirkətində məcmu lizinq portfelinin əsas elementi olan kənd təsərrüfatı texnikası lizinqinin xüsusi çəkisi 2014-cü ildəki 78,8% dən 16,8% artaraq 2023-ci ildə 95,6% təşkil etmişdir. Bu göstərici həm bu təşkilatın fəaliyyət istiqamətinə, həm də onun dinamik inkişafına uyğundur. Strukturun getdikcə təkmilləşməsi həmin təşkilatın illər üzrə qarşılaşdığı zərərlərin azalmasına səbəb olmuşdur. Nəticələr sübut edir ki, lizinq əməliyyatlarında obyekt kimi istifadə edilən əmlak, texnika, avadanlıq və s. nə qədər uzunmüddətdə istismarda olursa onun səmərəsi daha çox olur.

Ölkənin lizinq bazarında vəziyyətin qiymətləndirilməsi üçün nəzərdən keçirilməli olan mühüm göstəricilərdən ibarət olan və lizinq fəaliyyətinin son nəticələrinə təsir edən mühüm parametrlərdən bəziləri də aşağıdakılardır: lizinq təşkilatı üzrə məcmu lizinq portfelini, təşkilat üzrə lizinq müqavilələrinin sayı, orta hesabla bir müqavilənin dəyəri, vaxtı keçmiş borclar üzrə müqavilə sayı, orta hesabla vaxtı keçmiş borcların məbləği, vaxtı keçmiş borcların məcmu lizinq portfelində payı [4]. Bu göstəriciləri təhlil etmək üçün yenə də ölkənin lizinq bazarının ən iri lizinq təşkilatı olan "Aqrolizinq" in 2014-2023-cü illərdəki fəaliyyətinə nəzər salaq. Göründüyü kimi cəmiyyət üzrə 2014-cü ildə məcmu lizinq portfelini 76459,2 min manat olmuşdur. Həmin ildə cəmi müqavilə sayı 2024 ədəd ol-

maqla bir müqavilənin orta dəyəri 37776 manat təşkil etmişdir. Vaxtı keçmiş borclar üzrə müqavilə sayı 511 ədəd təşkil etmiş, həmin müqavilələr üzrə borc məbləği 19,303 min manat olmuşdur. İlin sonuna vaxtı keçmiş borcların məcmu lizinq portfelindəki payı 25,2% təşkil etmişdir. 2015-ci ildə təşkilatın lizinq portfelini 75599,7 min manat olmuşdur ki, onun məcmuyu 2319 müqavilə əsasında formalaşmışdır. Müqavilə sayı həmin il əvvəlki ilə müqayisədə 14,5% və ya 295 ədəd artmışdır. Həmin il ərzində bir müqavilənin orta hesabla dəyəri 32600 manat təşkil etmişdir. 2015-ci ildə vaxtı keçmiş borclar üzrə müqavilə sayı 431 olmaqla əvvəlki ilə müqayisədə 15,7% və ya 80 ədəd azalmışdır. Həmin ildə vaxtı keçmiş borc məbləği də əvvəlki ilə nəzərən 27,7% və ya 5,252 min manat azalaraq 14051 min manata enmiş və məcmu lizinq portfelinin 18,6%-ni təşkil etmişdir. 2016-cı ildə "Aqrolizinq" in portfelini 2015-ci ilə nəzərən 90,4% artmış, həmin il lizinq müqavilələrinin sayı 15% və ya 342 ədəd azalaraq 1977-yə enmişdir.

Təhlili aparılan 2023-cü ildə təşkilat üzrə məcmu lizinq portfelini 6,5% artaraq 201131,6 min manata çatmışdır. Lizinq müqavilələrinin sayında 4,6% və ya 80 ədəd artım olmuş və 1816 ədədə çatmışdır. Yenidən məcmu lizinq məbləğinin artması və müqavilə sayının azalması nəticəsində bir müqavilənin dəyəri orta hesabla 1,8% artaraq 112345 manata çatmışdır. Vaxtı keçmiş borclar üzrə müqavilə sayı 221 ədəd təşkil etmiş, onlar üzrə borcun ümumi məbləği 23.467 min manat olmaqla məcmu lizinq portfelinin 11,5%-ni təşkil etmişdir.

Lizinq şirkətlərinin fəaliyyətinin nəticələrinin qiymətləndirilməsi üçün nəzərdən keçirilməli göstəricilərdən biri də 2013-2023-cü illər ərzində ölkə iqtisadiyyatında ümumi daxili məhsulun və lizinq əməliyyatları həcmi artıb azalması dinamikasının qarşılıqlı müqayisəsidir.

Göstəricilərdən aydın olur ki, təhlil edilən son altı il ərzində göstəricilər müxtəlif səviyyədə dəyişilmişdir. Belə ki, 2013-cü il ərzində ÜDM-in həcmi əvvəlki ilə müqayisədə 5,8% artmışdır. Həmin il lizinq portfelinin ümumi həcmi əvvəlki ilə müqayisədə 72% azalmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, 2012-ci il lizinq əməliyyatlarının maksimum həddə 326,0 mln. manat çatdığı yeganə il olmuşdur. 2014-cü ildə ÜDM-in həcmi əvvəlki ilə müqayisədə 2,8% artmış, lizinq portfelinin həcmi isə 25,7% azalmışdır. Təhlil edilən illər içərisində ÜDM-in həcmi azaldığı yeganə il 2016-cı il olmuşdur. Həmin il ÜDM-in həcmi 3,1% azalmış, lizinq həcmi isə 33,2% artmışdır. Sonrakı təhlil edilən bütün illərdə hər iki göstəricinin həcmində artım müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2021-ci ildə ÜDM-in həcmi 5,6%, lizinq portfelinin həcmi isə 1,5% artmışdır. 2022-ci ildə artım ÜDM-in həcmində 4,6%, lizinq portfelində isə 8,9% təşkil etmişdir. Təhlil edilən sonuncu 2024-cü ildə ÜDM 4,1%, lizinq portfelini isə 3,9% artmışdır.

Sonrakı illərdə də hər iki göstəricinin dinamika fərqi onu göstərir ki, onların dinamika arasında asılılıq olmamışdır. Belə ki, 2016 ci ildə ÜDM 3,1 % azaldığı halda, lizinq portfelinin artım səviyyəsi üç dəfə artıq, 2017 ci ildə ÜDM 0,1 % artdığı halda, lizinq portfelini 3,7 dəfə artıq yüksəlmişdir. 2024 ci ildə ÜDM 4,1 % artdığı halda, lizinq portfelini onun 3,9 % qədər artmışdır. Beləliklə lizinq bazarında baş verən proseslər onu göstərir ki, iqtisadiyyatın əsas makrogöstəricisi olan ÜDM -in həcmi dinamika ilə lizinq portfelinin dinamika arasında heç bir asılılıq yoxdur. Bu o deməkdir ki, lizinq bazarında baş verən inkişafın səbəblərini ölkənin malik olduğu makroiqtisadi göstəricilərin səviyyəsi ilə əlaqələndirmək olmaz [5]. Çünki dünyanın inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrinin lizinq bazarını təhlil edərkən görünür ki, həmin ölkələrdə makroiqtisadi göstə-

ricilər yüksəldikcə lizinq bazarının göstəriciləri də yaxşılaşır. Azərbaycanda isə bu əlaqəni görmək olmur.

Tərəfimizdən aparılan təhlil göstərir ki, lizinq bazarının güclü inkişaf etdiyi ölkələrdə adətən dövlət bir sıra vəziyyətlərdə lizinq fəaliyyətini tənzimləyərək həm bazar, həm də mərkəzləşdirilmiş inzibati üsulları tətbiq edərək, ölkə iqtisadiyyatında hər iki səviyyədə, həm makro, həm də mikro səviyyədəki vəzifələrini icra etməyə cəhd edir. Lizinq bazarındakı siyasətini həyata keçirərkən dövlət bu bazarın idarə olunması və tənzimlənməsində iki halda iştirak edir [6].

Bu bazarda dövlətin iştirakının birinci halı dövlətin bu bazardakı özünəməxsus problemlərin həlli ilə bağlı olur [7]. Yəni dövlət bu bazarda öz iqtisadi siyasəti çərçivəsində prioritet saydığı məsələləri həll etmək üçün konkret fəaliyyətə keçir və istədiyi məsələləri məğbul saydığı formada icra edir. Bu vəzifələri yerinə yetirmək üçün dövlət zəruri saydığı bütün hərəkətləri həyata keçirir.

Lizinq bazarında dövlətin iştirakının ikinci halı o zaman baş verir ki, iqtisadiyyatda çıxılmaz hallar, böhran vəziyyətləri baş verir, mövcud bazarın inkişafına maneçilik yaradan amillər meydana gəlir. Bazar özü öz gücünə belə vəziyyətlərdən çıxıbilmədiyinə görə dövlət bazarın fəaliyyətinə müdaxilə edir [8]. Fikrimizcə, ölkəmizdə lizinq bazarında elə bu gün də dövlətin müdaxiləsinə ehtiyac var. Dövlətin bu bazarda görməli olduğu və görə biləcəyi işlər çoxdur.

Ədəbiyyat

1. M.M.Orucov. (2024) İlham Əliyevin prezidentliyi dövründə Azərbaycan iqtisadiyyatı: 20 ildə qət olunmuş uzun yol. OYU-nin Elmi və Pedaqoji xəbərləri, № 63.
2. S.R.Ibrahimova. (2024) Monetary stabilization policy the financial crisis, XIV International Scientific Conference. Tokyo, Japan.
3. M.M.Orucov. (2024) Elements of credit policy and stimulation of credit investments in the real economy. Sciences of Europe (Praha, Czech Republic) No 153.
4. M.M.Orucov. (2020) "Milli iqtisadiyyatın müasir inkişaf modeli". OYU. Ped.xəb., №54
5. Ibrahimova S.R. (2024) Diversification of economy the Republics Azerbaijan on the base sustainable development of non-oil sector, XIV international scientific conference. Toronto, Canada.
6. M.M.Orucov. (2025) New trends and challenges to the global economy, XIV International Scientific Conference. Stockholm, Sweden.
7. S.R.Ibrahimova. (2025) Application of money supply targeting regime within the framework of monetary policy. International scientific conference. Seoul, South Korea.
8. M.M.Orucov. (2025) Mechanisms of international financial relations in the conditions of the globalization crisis, International scientific conference. Lisbon, Portugal.

EVALUATION OF ECONOMIC EFFICIENCY OF LEASING MARKET ACTIVITIES IN AZERBAIJAN

E.E.Shamsizadeh, S.E.Samadova, A.O.Mammadova

SUMMARY

This article focuses on the assessment of economic efficiency of leasing market in Azerbaijan in the light of the development of national economy. The authors analyze the path of development of the leasing market and the need to transition to the efficiency of the leasing market based on the use of innovative methods at the present stage. In recent years, the leasing market has continued to grow against the backdrop of complex processes in the economy, demonstrating stability and sustainability. The development of leasing and the ongoing reforms in the management of market processes have allowed us to adequately respond to the risks and problems of the potential of the leasing market in the country. As a result of the policy of developing the leasing market, this financial sector has become one of the factors in economic development.

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЫНКА ЛИЗИНГА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Э.Э.Шамсизаде, С.Э.Самедова, А.О.Мамедова

РЕЗЮМЕ

В статье основное внимание уделено оценке экономической эффективности деятельности рынка лизинга в Азербайджане в свете развития национальной экономики. Авторы анализируют путь развития рынка лизинга и необходимость перехода эффективности рынка лизинга на основе применения инновационных методов на современном этапе. В последние годы рынок лизинга продолжала расти на фоне сложных процессов в экономике, демонстрируя стабильность и устойчивость. Развития лизинга и проводимые реформы по управлению рыночными процессам позволили адекватно реагировать на риски и проблемы потенциальной возможности рынка лизинга в стране. В результате политики развития рынка лизинга этот сектор финансов стал одним из факторов развития экономического.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 14 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

**AZƏRBAYCANIN REGIONLARARASI İQTİSADI
DİSBALANSLARININ MİNİMUMA ENDİRİLMƏSİ**

E.H.Qurbanov, V.H.Hüseynov, H.M.Mirzəzadə

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: eldarqurbanov17@gmail.com

Açar sözlər: iqtisadi disbalans, qeyri-neft sektoru, sosial-iqtisadi inkişaf, iqtisadi rayonlar

Keywords: economic imbalance, non-oil sector, socio-economic development, economic regions

Ключевые слова: экономический дисбаланс, нефтяной сектор, социально-экономическое развитие, экономические регионы

Yeni dünya təsərrüfatının qurulması kontekstində regionallaşma prosesləri ön plandadır. Bu proseslər ölkəxarici regionallaşmanı əsas götürsə də, milli iqtisadiyyatın regionlarının arasında da tarazlı inkişaf mexanizmlərinin qurulması olduqca böyük önəm daşımaqdadır. Uzun illər iqtisad elminin başlıca mütəfəkkirləri iqtisadi inkişaf proseslərinin ÜDM, inflyasiya, işsizlik kimi göstəricilərlə ölçməyə çalışmışlar. Lakin, faktiki olaraq olduqca az iqtisadçı disbalans proseslərinin aradan qaldırılmasının iqtisadi inkişafın başlıca lokomotivi olmasını nəzərə almışdır. Məhz bu səbəbdən iqtisadi disbalansların, o cümlədən regional səviyyədə iqtisadi disbalansların aradan qaldırılması yüksək önəm və aktuallıq daşımaqdadır.

Regionlararası iqtisadi disbalanslar dedikdə, müxtəlif coğrafi ərazilər arasında gəlir səviyyəsində, məşğulluq imkanlarında, infrastrukturda, investisiya cəlbediciliyində və ictimai xidmətlərdə müşahidə olunan ciddi fərqlər nəzərdə tutulur. Bu fərqlər sosial narazılığa, miqrasiyaya, qeyri-bərabər inkişaf tempinə və regional qeyri-sabitliyə gətirib çıxara bilər.

Regionlararası iqtisadi disbalanslar ölkənin sosial-iqtisadi inkişafını məhdudlaşdıran əsas çağırışlardan biridir. İqtisadi fəaliyyətin qeyri-bərabər paylanması, regionlar arasında infrastruktur və investisiya axınlarında böyük fərqlərin olması, habelə sosial şəraitdəki problemlər disbalansı daha da dərinləşdirir. Bu məqalədə mövcud problemlər təhlil ediləcək, statistik göstəricilər izah olunacaq və dövlət strategiyaları üçün tövsiyələr veriləcək.

Azərbaycanın iqtisadiyyatının ümumi dinamikası regionlar arasındakı ÜDM paylarının qeyri-bərabər xarakter daşdığını göstərir. 2024-cü ilin yanvar-sentyabr aylarında 92,8 milyard manatın əsas hissəsi Bakı şəhəri və Abşeron iqtisadi rayonunda formalaşmış, bu da ümumi ÜDM-in təxminən 65%-ni təşkil edir. Digər regionlarda isə bu rəqəm təxminən 35%-də qalmışdır [1].

Məsələn, Qarabağ iqtisadi rayonunda İkinci Qarabağ müharibəsindən sonra başlayan yenidənqurma işlərinə baxmayaraq, iqtisadiyyat bərpa olunma prosesindədir. ÜDM-in təşkilində bu regionların payı hələlik çox kiçikdir, lakin investisiya qoyuluşları bu regionların iqtisadi çıxışını stimullaşdırma biləcək.

Qeyri-bərabərlik hətta qeyri-neft sektorunda da mürəkkəbdir. 2023-cü ilin rəqəmlərinə görə, Bakı şəhərinin payı qeyri-neft sektorunun ümumi dəyərinin 75%-ni təşkil edib, halbuki Qərb iqtisadi rayonunun payı cəmi 8% olub. Bu tələbat regionlarda ümumi iqtisadiyyatı şəkilləndirmək üçün yeni strategiyaları şərtləndirir.

Regionlara yönəldilmiş investisiyalar arasında nəzərəçarpan fərqlər diqqətdən yayınmır. Məsələn, Bakıya edilən investisiyaları digər regionlarla müqayisə etsək aydın şəkildə fərqi sezmiş olarıq. 2024-cü ilin ilk yarısında əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyaların 70%-i Bakı və Abşeron iqtisadi rayonunda cəmlənmişdir. Halbuki, Qərb və Cənub regionlarının payı birlikdə 15%-dən az olmuşdur. Göygöl rayonu üzrə əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyalardakı azalma iqtisadiyyatın dayanıqlılığına təsir edə bilər. İnfrastruktur layihələrinə ayrılan vəsaitlərdə də oxşar qeyri-bərabərlik müşahidə edilir.

Məsələn, yol-nəqliyyat və enerji infrastrukturunu layihələrinin əsas hissəsi Bakı və ətrafında həyata keçirilmişdir. Regionlarda isə bu layihələrin çatışmazlığı iqtisadi inkişafın ləngiməsinə səbəb olur. Bakı və digər iri şəhərlərlə müqayisədə, kənd təsərrüfatı rayonlarında nəqliyyat infrastrukturunun zəif inkişafı istehsal olunan məhsulların bazara çıxarılmasını çətinləşdirir.

Qeyri-bərabər investisiya axınlarının tənzimlənməsi üçün yeni dövlət siyasətlərinə ehtiyac vardır. Bu, o cümlədən, regionlarda vergi güzəştlərinin tətbiqi, subsidiyaların artırılması və infrastruktur layihələrinin prioritetləşdirilməsi ilə həyata keçirilə bilər.

Regionlararası Disbalansın Azaldılması İstiqamətində Dövlət Strategiyaları

2004-2018-ci illər arasında həyata keçirilən regionların sosial-iqtisadi inkişafı proqramları regionların iqtisadi potensialının gücləndirilməsi istiqamətində mühüm addımlar olmuşdur[2]. Bu dövrdə kənd təsərrüfatının inkişafı, kiçik və orta sahibkarlığın dəstəklənməsi, regionlarda yeni sənaye sahələrinin yaradılması xüsusi əhəmiyyət daşımışdır. Məsələn, İsmayıllı və Qəbələ kimi rayonlarda aqrar sektorda ixtisaslaşma yerli iqtisadi aktivliyi artırmışdır. Bundan başqa, regional elektrik enerjisi və su təchizatı layihələri, eləcə də yol-nəqliyyat infrastrukturunun yenidən qurulması kimi təşəbbüslər həyata keçirilmişdir.

Post-pandemiya dövründə dövlət tərəfindən əlavə tədbirlər görülmüşdür. 2020-ci ildən sonra icra olunan proqramlar təkcə regionların iqtisadi bərpasına deyil, həm də dayanıqlı inkişafın təmin edilməsinə yönəlmişdir. Bu kontekstdə regionlarda innovativ texnologiyaların tətbiqi, rəqəmsal iqtisadiyyatın təşviqi və yaşıl iqtisadiyyat konsepsiyası üzrə tədbirlər xüsusi qeyd olunmalıdır.

2022-ci ildən etibarən Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarında həyata keçirilən yenidənqurma layihələri də dövlət proqramlarının əsas tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Bu layihələr çərçivəsində yeni yaşayış məskənlərinin tikintisi, aqrar sektorun bərpası və müasir sənaye obyektlərinin yaradılması xüsusi yer tutur. Eyni zamanda, bu regionlarda həyata keçirilən "Ağıllı kənd" və "Ağıllı şəhər" layihələri həm sosial, həm də iqtisadi baxımdan mühüm əhəmiyyət kəsb edir [3],[4].

Bütün bu tədbirlər regionlararası iqtisadi disbalansın azaldılmasına və dayanıqlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsinə istiqamətlənmişdir.

Hacıqabul Sənaye Parkı və Ağdam Sənaye Parkı kimi regionlarda yaradılan iqtisadi zonalar yeni iş yerlərinin yaradılmasına təkan vermişdir [5]. Bu layihələr regionlarda iqtisadi infrastrukturun möhkəmləndirilməsini təmin edir.

Bu sənaye parklarında müxtəlif sektorlara aid istehsal sahələri yaradılmışdır. Məsələn, Hacıqabulda maşınqayırma və kimya sənayesi üzrə müəssisələrin fəaliyyəti artırılmış, yerli və xarici bazarlara ixrac imkanları genişlənmişdir. Ağdam Sənaye Parkında isə tikinti materialları və yüngül sənaye sahələri üzrə yeni layihələr həyata keçirilmişdir. Bu, regionlarda işsizliyin azaldılmasına və iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə mühüm töhfə vermişdir [6].

Eyni zamanda, azad iqtisadi zonaların yaradılması regionların xarici investisiyaları cəlb etməsini asanlaşdırmışdır. Cəbrayıl iqtisadi zonasında işlərin sürətləndirilməsi, həmçinin kiçik və orta sahibkarlığın dəstəklənməsi məqsədilə əlavə fondların ayrılması nəzərdə tutulur. Burada yaradılan müəssisələr daxili bazarın tələbatını ödəməklə yanaşı, qonşu ölkələrə də ixracat imkanları yaradır [7]. Bu zonalar, xüsusilə, kənd təsərrüfatı və emal sənayesində innovativ texnologiyaların tətbiqi üçün əlverişli şərait formalaşdırır.

Hökumətin dəstəklədiyi "Yaşıl sənaye zonaları" təşəbbüsü də xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu zonalarda ekoloji standartlara uyğun texnologiyalar tətbiq edilir və enerji səmərəliliyi təmin olunur. Nəticədə, regionların iqtisadi inkişafı davamlı və ətraf mühitə zərərsiz şəkildə həyata keçirilir.

Regionlar arasında iqtisadi uyğunluğun qiymətləndirilməsi üçün statistik bazalardan istifadə olunmalıdır. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları göstərir ki, 2024-cü ilin birinci yarısında regionlar arasında mənfi disbalans üzrə əsas amillər investisiya çatışmazlığı və üç sektorda qeyri-bərabərliyin olmasıdır [8].

Məsələn, Abşeron iqtisadi rayonunda adambaşına düşən ÜDM göstəricisi 20,000 manata yaxın olduğu halda, Qərbi iqtisadi rayonunda bu rəqəm 5,000 manatdan aşağıdır. Bu fərq həm iqtisadi aktivlikdə, həm də sosial xidmətlərə çıxışda ciddi bərabərsizliyi göstərir [8].

Regionlararası iqtisadi disbalansın azaldılması istiqamətində aşağıdakı addımlar təklif edilir:

- Regionlarda yeni iş yerlərinin yaradılması;
- İnfrastruktur layihələrin bərabər paylanması;
- Regionlara investisiya axınlarını stimullaşdıracaq mexanizmlərin yaradılması;
- Regionlarda sahibkarlıq mühitinin daha da gücləndirilməsi;
- Təhsil və səhiyyə sahəsində bərabər imkanların təmin edilməsi.

Qeyd etmək lazımdır ki, regional disbalansın aradan qaldırılması üçün təkliflərimizin əsasında III təklif yəni investisiya axınlarının stimullaşdırılması mexanizmlərinin yaradılması xüsusi əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Çünki, bu gün ölkələrin effektiv və qabaqlayıcı iqtisadi inkişafını səciyyələndirən başlıca istiqamət məhz investisiyalardır.

Bu investisiyaların dayanıqlı inkişafı üçün ilk olaraq birbaşa daxili investisiyaların stimullaşdırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Birbaşa daxili investisiyaların cəlb edilməsi məqsədilə bank sektorunun regionlardakı fəaliyyətinin və bütövlükdə regional çərçivədə pul-kredit siyasətinin korrektə edilməsinə ciddi ehtiyac vardır.

Bununla yanaşı, birbaşa daxili investisiyaların stimullaşdırılması üçün sahibkarlıq mühitinin təkmilləşdirilməsi, vergi yükünün optimallaşdırılması və normativ-hüquqi bazanın sadələşdirilməsi də vacibdir. Regionlarda fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyekt-

lərinin maliyyə resurslarına çıxış imkanlarının artırılması, onların innovativ təşəbbüslərlə bazara daxil olmalarını asanlaşdırmaqla yanaşı, iqtisadi fəallığın artmasına və yeni iş yerlərinin yaradılmasına şərait yaradır.

Bundan əlavə, yerli idarəetmə orqanlarının və iqtisadi inkişaf institutlarının investisiya təşviqi sahəsində rolu artırılmalı, regionlara uyğunlaşdırılmış investisiya təşviq paketləri hazırlanmalı və bu paketlərə vergi güzəştləri, subsidiyalar, texniki yardım və məsləhət xidmətləri kimi mexanizmlər daxil edilməlidir. Belə bir sistem, regionların spesifik inkişaf ehtiyaclarına cavab verə biləcək şəkildə qurulduqda, yerli potensialın reallaşmasına və regionların iqtisadi cəlbediciliyinin yüksəlməsinə şərait yaradar.

Eyni zamanda, məlumat bazalarının və rəqəmsal infrastrukturun inkişaf etdirilməsi, investisiya qərarlarının daha düzgün və vaxtında verilməsini təmin etməklə, qeyri-müəyyənlikləri azaldır və investor etimadını gücləndirir. Bu istiqamətdə, regionlar üzrə sektoral və resurs potensialının təhlili əsasında hazırlanmış interaktiv investisiya xəritələrinin yaradılması vacibdir. Bu xəritələr vasitəsilə həm yerli, həm də xarici investorlar üçün şəffaf və proqnozlaşdırıla bilən mühit formalaşdırmaq mümkündür.

Nəhayət, insan kapitalının inkişafı da birbaşa daxili investisiyaların cəlbi və effektivliyi baxımından həlledici rol oynayır. Regionlarda peşə təhsili, innovasiya yönümlü ixtisasartırma proqramları və əmək bazarının ehtiyaclarına cavab verən insan resurslarının hazırlanması, yerli iqtisadiyyatın struktur transformasiyasını dəstəkləyir və investisiya mühitini gücləndirir.

Bu təkliflər regionlar arası iqtisadi fərqlərin azaldılmasına və ölkənin dayanıqlı iqtisadi inkişafına təkan verə bilər.

Ədəbiyyat

1. Dövlət Statistika Komitəsi. "Statistik Nəşrlər". <https://stat.gov.az>
2. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi. "Regionların inkişafına dair hesabat". <https://economy.gov.az>
3. <https://president.az/az/articles/view/51179>
4. <https://ict.az/az/news/7148>
5. <https://president.az/az/articles/view/66263>
6. <https://www.economiczones.gov.az/iqtisadi-zonalar/senaye-parklari/agdam-senaye-parki>
7. <https://www.economy.gov.az/az/post/2277/cebrayil-rayonunda-araz-vadisi-iqtisadi-zonasi-senaye-parkinda-yeni-muessiselerin-temeli-qoyulub>
8. <https://stat.gov.az/source/regions/>

MINIMIZING INTERREGIONAL ECONOMIC IMBALANCES IN AZERBAIJAN

E.H.Gurbanov, V.H.Huseynov, H.M.Mirzazadeh

SUMMARY

In this article, the current state of Azerbaijan's interregional economic imbalances has been analyzed and effective strategies for eliminating these problems have been put forward. Unequal distribution of GDP in regions, unequal distribution of investment flows

and serious differences in infrastructure development were identified as the main points of interest. The effect of state programs, the role of industrial parks and economic zones are investigated, and it is emphasized that positive results have been achieved in strengthening the economic potential of the regions.

МИНИМИЗАЦИЯ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСБАЛАНСОВ АЗЕРБАЙДЖАНА

Э.Х.Гурбанов, В.Х.Гусейнов, Г.М.Мирзаде

РЕЗЮМЕ

В статье проанализировано современное состояние межрегиональных экономических дисбалансов Азербайджана и предложены эффективные стратегии по устранению этих проблем. В качестве основных точек интереса названы неравномерное распределение ВВП по регионам, неравномерное распределение инвестиционных потоков и серьезные различия в развитии инфраструктуры. Исследован эффект государственных программ, роль индустриальных парков и экономических зон. Подчеркнуто, что достигнуты положительные результаты в укреплении экономического потенциала регионов.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 14 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

MALİYYƏ SAVADLILIĞININ ƏHALİNİN İQTİSADI DAVRANIŞINA TƏSİRİ

E.Y.Dadaşov, F.Ə.İbrahimov, G.M.Nəbiyeva

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: e.dadashov1982@gmail.com

Açar sözlər: maliyyə savadlılığı, investisiya, borc, rifah, şəxsi büdcə, maliyyə bazarı

Keywords: financial literacy, investment, debt, welfare, personal budget, financial market

Ключевые слова: финансовая грамотность, инвестиции, долги, благосостояние, личный бюджет, финансовый рынок

Giriş

Maliyyə bazarlarının sürətli transformasiyası, iqtisadiyyatın rəqəmsallaşması və müxtəlif maliyyə alətlərinə çıxış imkanlarının genişləndirilməsi şəraitində əhalinin maliyyə savadlılığı həm vətəndaşların şəxsi rifahını, həm də bütövlükdə iqtisadiyyatın dayanıqlığını şərtləndirən ən mühüm amilə çevrilir. Bu günün fərdləri kredit məhsulları və investisiya strategiyaları seçimindən tutmuş pensiya planlaması və saxtakarlıqdan qorunmağa kimi mürəkkəb maliyyə faktorları ilə üzləşirlər. Bununla belə, bu sahədə bilik və bacarıqların olmaması çox vaxt səhvlərə gətirib çıxarır ki, bunun da nəticələri geniş miqyasda olur - borc yükünün artması, əmanətlərin azalması, maliyyə böhranlarına həssaslıq.

Maliyyə savadlılığı - insanın öz gəlir və xərclərini idarə etmək, vəsaitlərin bölüşdürülməsi və müdrik şəkildə artırılması ilə bağlı düzgün qərarlar qəbul etmək bacarığıdır.

Maliyyə savadlılığını bir elm kimi müəyyən edən bir neçə aspekt var:

- büdcələşdirmə;
- iqtisadi terminləri başa düşmək;
- investisiyaları planlaşdırmaq bacarığı;
- borcun idarə edilməsi və s.

Beynəlxalq tədqiqatlar göstərir ki, bir sıra inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə əhalinin maliyyə savadlılığının səviyyəsi müasir maliyyə bazarının tələblərinə cavab vermir. Maliyyə bilik və bacarıqlarının olmaması səbəbindən bir çox insanlar informasiya və rəqəmsal texnologiyaların mümkün etdiyi həm ənənəvi, həm də yeni məhsul və xidmətlərdən səmərəli istifadə edə bilmirlər. Bu, düzgün maliyyə qərarları qəbul etməyi, büdcəni və uzunmüddətli qənaəti çətinləşdirir [2].

Maliyyə savadlılığı əhalinin rifahının və bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafının əsas amillərindən biridir. Bu baxımdan maliyyə savadlılığının səviyyəsinin qiymətləndirilməsi problemi getdikcə aktuallaşır. Əhalinin maliyyə savadlılığı səviyyəsinin qiymətləndirilməsi problemləli sahələri müəyyən etməyə və bu göstəricinin yaxşılaşdırılması üçün effektiv proqram və tədbirlər hazırlamağa imkan verir [3].

Əhalinin maliyyə savadlılığının araşdırılması bir sıra çətinliklər və məhdudiyyətlərlə üzləşə bilər:

1) Tədqiqatçıların qarşısında duran vəzifələrdən biri də sosial-iqtisadi vəziyyət, yaş, təhsil və s. kimi müxtəlif amilləri nəzərə alan maliyyə savadlılığının səviyyəsinin qiymətləndirilməsi metodologiyasının işlənilib hazırlanmasıdır [3].

2) Maliyyə savadlılığının çoxşaxəli konsepsiyasını dəqiq ölçmək çətinliklidir, çünki testlər tez-tez münasibət və davranış kimi mühüm aspektləri qaçıdır.

3) Endogenlik problemi var (ilk növbədə nə olduğu aydın deyil – savad və ya uğurlu təcrübə).

4) Savadlılıqdan asılı olmayaraq, mədəni və sosial-iqtisadi amillər maliyyə davranışına təsir göstərir.

5) Tədqiqat nəticələri maliyyə sistemində baş verən dəyişikliklərlə əlaqədar olaraq köhnəlir.

6) Nəhayət, müxtəlif metodologiyalar tədqiqatları müqayisə etməyi çətinləşdirir. Daha etibarlı məlumat əldə etmək üçün dəyişikliklərin kontekstini və dinamikasını nəzərə alan inteqrasiya olunmuş yanaşmalara ehtiyac var.

Maliyyə davranışına əhalinin müxtəlif maliyyə fəaliyyəti növləri daxildir, məsələn: əmanətlər, investisiyalar, sığorta, kredit davranışı, müxtəlif pensiya toplama proqramları və s. [2].

Maliyyə savadlılığı vətəndaşların rifahının təmin edilməsində və sosial bərabərsizliyin azaldılmasında əsas rol oynayır. Bu sahədə biliyin olmaması insanları borc problemlərinə, riskli investisiyalara və saxtakarlıq sxemlərinə qarşı həssas edir. Ona görə də sərvətin yığılması və maliyyə müstəqilliyi bilavasitə maliyyə təhsilinin səviyyəsindən asılıdır.

Bu baxımdan hökumətlər və maliyyə institutları əhalinin maliyyə savadlılığının yüksəldilməsi üçün proqramları fəal şəkildə həyata keçirməlidir. Məsələn, Hindistanın Ehtiyat Bankı (RBI) və Hindistanın Qiymətli Kağızlar Mübadilə Şurası (SEBI) artıq onlayn kurslar, maliyyə savadlılığı düşərgələri və seminarlar keçirmək də daxil olmaqla, bu istiqamətdə addımlar atır [5].

Maliyyə savadlılığının aşağı səviyyəsi insanların rifahı üçün ciddi nəticələrə səbəb ola bilər, çünki bu, yüksək faiz dərəcələri ilə kreditlər götürmək və ya pensiya üçün kifayət qədər qənaət etməmək kimi pis qərarlara gətirib çıxarır [3].

Prinsipcə, müvafiq profilli ali təhsil müəssisələrinin əməkdaşları da müəllim kimi fəaliyyət göstərə bilərdilər (respondentlərin 17%-i bunu qeyd etmişdir) [4].

Yüksək orta maliyyə savadlılığı göstəriciləri nümayiş etdirən və onu yaxşılaşdırmaq üçün ciddi sistemli səylər göstərən ölkələrə ənənəvi olaraq Şimali Avropa ölkələri daxildir: Danimarka, İsveç, Norveç, Finlandiya. Bu ölkələrin nümunələrindən istifadə edərək maliyyə savadlılığının yüksəldilməsi strategiyalarına nəzər salaq.

1. Təhsil proqramları. Skandinaviya ölkələrində maliyyə savadlılığı ibtidai məktəbdən başlayaraq məktəb kurikulumlarına inteqrasiya olunur, burada uşaqlara büdcə tərtib etmək, qənaət etmək, maliyyə risklərini dərk etmək və banklarla işləmək əsasları öyrədilir, çünki əsas maliyyə bacarıqlarının ən yaxşı uşaqlıqda öyrənilməsi hesab olunur. Yetkinlər, xüsusən miqrantlar və yaşlılar kimi həssas qruplar üçün onlayn kurslar, seminarlar və məsləhətlər təklif olunur. Təhsil məzmunu müxtəlif əhali qrupları üçün onların yaşı, gəlir səviyyəsi, təhsili və mədəni xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla uyğunlaşdırılır.

Azərbaycanda da əhali arasında maliyyə savadlılığının yüksəldilməsi üzrə təhsil proqramlarına nümunə olaraq JA Azərbaycanı göstərə bilərik. Maliyyə Savadlılığı Proqramı gəncləri pul, gəlir, maaş, qənaət, xərc, investisiya, büdcə, kredit/borc riskləri kimi konseptlər haqqında biliklərlə təmin edir. Ümumilikdə, proqramın məqsədi gənclərin gələcəkdə büdcələri haqqında düşünülmüş qərar verməsini hədəfləyir. Bu məqsədlə AGN tərəfindən hazırlanan müxtəlif tədris materialları, təlim proqramları və seminarlar keçirilir. Maliyyə savadlılığı proqramı həmçinin sahibkarlıq proqramı ilə birgə həyata keçirilir.

Maliyyə savadlılığına fokuslanmış layihələrə aşağıdakılar aiddir:

- Maliyyə Məktəbi – Layihənin məqsədi maliyyə savadlılığının önəmini anlatmaq və pulun səmərəli şəkildə xərclənməsi barədə istiqamət verməkdir. Bu təlimlər əyləncəli və interaktiv yollarla həyata keçirilir. Bura mütəxəssislərin cəlb ediləcəyi maarifləndirici videoların hazırlanması daxildir. AGN həmçinin internetə çıxışı olmayan bölgələrdən olan uşaqlar üçün illustrasiyalı və oxunaqlı “Mənim Büdcəm” kitabını tərtib etmişdir. MMST onlayn portalı bu layihənin bir hissəsidir və uşaqlarının maliyyə savadlılığını artırmaq istəyən valideynlər üçün xüsusi olaraq yaradılmışdır. Portala daxil olmaq üçün bu linkə daxil olun: Maliyyə Savadlılığı Portalı.

- Ağıllı büdcə - Layihə təlim sessiyaları şəklində həyata keçirilir. Bu sessiyalar “Balans Başabaş” və “Uyğunlaşdır” kimi bir informativ oyunlar vasitəsilə 14-15 yaşlarında gənclərin bu sahədə bilik və bacarıqlarını artırmağı hədəfləyir. Layihə çərçivəsində tələbələr pul və digər maliyyə resurslarını idarə etmək üçün nəzəri biliklər və praktik bacarıqlar əldə edirlər.

- Gənclər üçün Maliyyə Savadlılığı Təlimləri. Təlim sessiyalarının ümumi məqsədi 18-25 yaş arası gənclərin maliyyə savadlılığı və puldan səmərəli istifadə bacarıqlarını artırmaqdır. Maliyyə seminarları vasitəsilə iştirakçılar pula qənaətin vacibliyini dərk edəcək; büdcədən ağıllı şəkildə istifadə; investisiya, kreditdən ehtiyatla istifadə etmək; şəxsi maliyyənin qorunması kimi bacarıqlar əldə edəcəklər. Layihənin ən parlaq nümunələri Xaçmaz, Salyan, Kürdəmir və Gəncədə keçirilmiş təlimlərdir. 3 günlük proqram bu modullardan ibarətdir:

Modul I: Maliyyə, qazanc, xərclər, qənaət, və ağıllı büdcə haqqında ümumi məlumat;

Modul II: Bank və bank xidmətləri; İstiqraz və Kreditlər; Onlayn ödənişlər;

Modul III: Gələcək üçün maliyyə təhlükəsizliyinin təmini; Sığorta və İnvestisiya [7].

2. Dövlət tənzimlənməsi. Aydın qanunvericilik istehlakçıların hüquqlarını qoruyur və maliyyə institutları üçün standartlar müəyyən edir, həmçinin maliyyə institutlarının fəaliyyətinə nəzarət edir və qaydalara əməl olunmasını təmin edir. Hökumətlər maliyyə savadlılığı proqramlarını maliyyələşdirir.

3. Bankların və maliyyə təşkilatlarının təşəbbüsləri. Banklar müştərilərinə maliyyə idarəetməsi üçün təhsil resursları, məsləhətlər və alətlər təklif edirlər. Maliyyə institutları müştərilər üçün riskləri minimuma endirərək, başa düşülən və istifadəsi asan məhsullar yaratmağa çalışırlar.

Əhəlinin maliyyə savadlılığının yüksəldilməsi üçün bəzi tövsiyələri təqdim edirik:

1) Bütün xərclərinizi və onların zəruriliyini diqqətlə təhlil etməlisiniz. Xərcləri azaltmaq mümkün deyilsə, iş yerini dəyişdirmək və ya əlavə gəlir mənbələri tapmaq barədə düşünməyə dəyər. Gəlirləri artırmaq ehtiyacını 30-40 yaşda dərk etmək 55-60 yaşından daha asandır.

2) Vəsaitləri xarici valyutada (əsasən, dollar və avroda) saxlamaq tövsiyə olunur, çünki dolların bir sıra üstünlükləri var:

- sabitlik və etibarlılıq;
- inflyasiyadan müdafiə;
- yüksək likvidlik və əlçatanlıq.

Dollar beynəlxalq ticarətdə fəal şəkildə istifadə olunur və bir çox ölkələr üçün ehtiyat Rusiyada dollar yığmaq və son maaşınızı rublla almaq imkanı verən “Valyuta gəliri” adlı proqram var. [6].

3) Bir çox investorlar öz vəsaitlərini necə qoruyub saxlamağı bilirlər - onları bir anda bir neçə valyuta arasında bölüşdürürlər. Bu yanaşma hedcinq və ya risk sığortası adlanır.

Qeyd etmək lazımdır ki, hətta bu ölkələrdə təkmilləşdirilməli sahələr var. Məsələn, mürəkkəb maliyyə məhsulları və investisiyalarla bağlı məsələlər hətta nisbətən maliyyə savadı olan insanlar üçün də çətin ola bilər. Bununla belə, sistemli yanaşma və maliyyə savadlılığının yüksəldilməsi üzrə davamlı səylər bu ölkələri yaxşı nümunələr edir.

Ədəbiyyat

1. Исследовательский проект "Финансовая грамотность" [Электронный ресурс] (2025) // Инфоурок – Режим доступа: <https://infourok.ru/issledovatelskiy-proekt-finansovaya-gramotnost-3923504.html/> (дата обращения: 21.03.2025)
2. Проект "Финансовая грамотность населения: проблемы и пути решения". [Электронный ресурс] (2025) // Алые паруса – Режим доступа: <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2022/12/29/proekt-finansovaya-gramotnost-naseleniya-problemy-i-puti-resheniya/> (дата обращения: 21.03.2025)
3. Кузина О.Е, Ибрагимова Д.Х. (2025) Проблемы измерения и пути повышения финансовой грамотности населения России [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-otsenki-urovnya-finansovoy-gramotnosti-naseleniya/viewer> (дата обращения: 21.03.2025)
4. Рубцов Е.Г. (2025) Финансовая грамотность населения как элемент финансового поведения // Международный журнал экспериментального образования. – № 3-2. – С. 255-256 (дата обращения: 21.03.2025)
5. How to Improve Financial Literacy [Электронный ресурс] (2025) // Morningstar – Режим доступа: <https://www.morningstar.in/posts/76598/how-to-improve-financial-literacy.aspx> (дата обращения: 26.04.2025)
6. Зачем хранить сбережения в долларах [Электронный ресурс] (2025) // Ренессанс – Режим доступа: <https://shop.renlife.ru/articles/zachem-hranit-sberezheniya-v-dollarah> (дата обращения: 26.04.2025)
7. <https://ja-azerbaijan.org/layihe/maliyye-savadliligi-proqrami>

THE IMPACT OF FINANCIAL LITERACY ON THE ECONOMIC BEHAVIOR OF THE POPULATION

E.Y.Dadashov, F.A.Ibrahimov, G.M.Nabiyeva

SUMMARY

This article examines the impact of financial literacy on the economic behavior of the population. The relevance of the topic is due to the fact that the problem of financial literacy is important for modern society and affects the economic and social development of the country. Consumer behavior, distribution of the family budget, attitude to borrowed funds and financial responsibility shape the economic environment. A low level of financial literacy can create panic in the currency and banking markets, lead to an increase in bankruptcies and an increase in the debt burden of families, which lead to negative consequences.

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ

Э.Ю.Дадашов, Ф.А.Ибрагимов, Г.М.Набиева

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается влияние финансовой грамотности на экономическое поведение населения. Актуальность темы вызвана тем, что проблема финансовой грамотности важна для современного общества и влияет на экономическое и социальное развитие страны. Потребительское поведение, распределение бюджета домохозяйств, отношение к долгам и финансовая ответственность формируют экономическую среду. Низкий уровень финансовой грамотности может вызвать панику на валютном и банковском рынках, увеличить число банкротств и долговую нагрузку семей, что приводит к негативным последствиям.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 14 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

**AZƏRBAYCANIN VALYUTA SİSTEMİ, MƏZƏNNƏ SİYASƏTİ
VƏ VALYUTA EHTİYATLARININ İDARƏ EDİLMƏSİ**

E.Z.İbrahimov, K.K.Əliyeva, İ.İ.Quliyev

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: elnur122245@gmail.com

Açar sözlər: maliyyə, kredit, BVF, sərmayə

Keywords: finance, credit, IMF, investment

Ключевые слова: финансы, кредит, МВФ, инвестиции

Azərbaycan Respublikasında iqtisadi inkişafın innovativ mərhələsi iqtisadi və sosial sahələrdə struktur dəyişikliklərinin zəruriliyi ilə səciyyələnir. Bu kontekstdə hökumət uzunmüddətli inkişaf strategiyalarında mövcud sosial-iqtisadi siyasət alətlərindən daha səmərəli şəkildə istifadə etməlidir. Belə yanaşma ölkənin iqtisadi dinamikasına və cəmiyyətin sosial-iqtisadi tərəqqisinə müsbət təsir göstərmək üçün maliyyə resurslarının effektiv istifadəsini zəruri edir. Maliyyə sistemi iqtisadi mexanizmin əsas tərkib hissəsi olduğuna görə, bütövlükdə iqtisadi fəaliyyətin səmərəliliyi mövcud maliyyə ehtiyatlarından və alətlərindən maksimum faydalanmaq qabiliyyətindən birbaşa asılıdır.

Bazar iqtisadiyyatı mühitində maliyyə-kredit alətlərinin rolu və önəmi dayanmadan artır. Maliyyə-valyuta sistemi iqtisadiyyatın bazar mexanizminin effektiv və dinamik fəaliyyət nümayiş etdirən bölməsidir. İqtisadiyyatın diversifikasiyası ilə əlaqədar maliyyə-kredit sferasında mütəmadi baş verən transformasiyalar hökumət və təsərrüfat subyektlərinin maliyyəsinin fəaliyyət prosesinin nəzəri-təcrübi təməllərinin dərinlənə öyrənilməsinə vacib edir. Bununla əlaqədar, iqtisad təmayüllü ekspertlərin maliyyə elminə aid tədris vəsaitlərinə yeni ehtiyac yaranır. Bu elmi-tədris mənbələri cavan nəsə cəmiyyətdəki maliyyə əlaqələri sistemini kompleks formada mənimsəməyə imkan verir. İnnovativ mərhələdə dünya iqtisadiyyatında gedən qloballaşma prosedurları maliyyə elminin incəliklərinin mənimsənilməsinə yeni yanaşmanın tətbiq olunmasını tələb edir [4, s.365].

Beynəlxalq maliyyə sistemi — ölkələr arasında həyata keçirilən maliyyə əməliyyatlarını tənzimləyən qurumlar, qaydalar və mexanizmlər toplusudur. Qlobal iqtisadi əlaqələrin dərinləşməsi ilə bu sistemin dünya iqtisadiyyatına təsiri daha da güclənmişdir. Kapitalın sərbəst hərəkəti, rabitə və informasiya texnologiyalarındakı sürətli tərəqqi, eləcə də maliyyə sektorunda liberallaşdırma islahatları nəticəsində müxtəlif ölkələrin pul və maliyyə sistemləri bir-birinə sıx şəkildə bağlanmışdır.

Qlobal valyuta bazarındakı dövriyyənin miqyası bu inteqrasiyanın səviyyəsini aydın şəkildə nümayiş etdirir. Belə ki, bir gün ərzində valyuta bazarlarında həyata keçirilən ticarət əməliyyatlarının ümumi həcmi 1,5 trilyon ABŞ dollarını keçmişdir. Müqayisə üçün, 1970-ci illərdə bu göstərici cəmi 20 milyard dollar civarında olmuşdur ki, bu da beynəlxalq kapital axınının son onilliklərdə nə qədər sürətlə artdığını göstərir.

Kapital bazarlarının qlobal səviyyədə integrasiyası bu sahədə fəaliyyət göstərən beynəlxalq maliyyə institutlarının əhəmiyyətini artırmışdır. Bununla yanaşı, texnoloji tərəqqi nəticəsində yaranan yeni maliyyə alətləri, xüsusən də törəmə məhsullar, effektiv şəkildə tənzimlənmədikdə maliyyə sabitliyi üçün ciddi risklər doğura bilər. Beynəlxalq Hesablaşmalar Bankının 2018-ci ilin sonuna dair məlumatlarına əsasən, törəmə maliyyə alətlərinin bazar dəyəri 915 trilyon dollar səviyyəsinə çatmışdır [3].

2008-ci ildə ABŞ-da başlayan və sonradan bütün dünyaya yayılan maliyyə böhranı beynəlxalq maliyyə sistemində ciddi struktur dəyişikliyinə zərurət yaratdı. Bu böhran qlobal maliyyə sisteminin sabitliyi və dayanıqlılığı üçün beynəlxalq əməkdaşlığın vacibliyini ön plana çıxardı. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrin beynəlxalq maliyyə təşkilatlarında daha ədalətli təmsil olunması, bu sistemin səmərəliliyinin artırılması və yeni tənzimləmə mexanizmlərinin formalaşdırılması üçün islahatların həyata keçirilməsi tövsiyə olunur.

Beynəlxalq maliyyə sisteminin səmərəli şəkildə fəaliyyət göstərə bilməsi üçün kapital bazarlarının, bankların və digər maliyyə institutlarının düzgün idarə olunması, adekvat şəkildə tənzimlənməsi və nəzarət altında saxlanması geniş şəkildə qəbul olunan bir zərurətdir. Son illərdəki böhranlar göstərmişdir ki, mövcud maliyyə memarlığı bu kimi risklərin qarşısını almaqda yetərli deyil. Xüsusilə, dolların beynəlxalq ehtiyat valyutası kimi mövqeyinə əsaslanan idarə olunan dəyişkən məzənnə sistemi, həmçinin Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) və Dünya Bankının qərar qəbul etmə mexanizmləri mütəxəssislər tərəfindən ciddi şəkildə tənqid olunur.

Bretton Vuds konfranslarından bəri dünya iqtisadiyyatı və texnologiyasında əhəmiyyətli dəyişikliklər baş versə də, həmin dövrdə yaradılmış institusional quruluşlar və onların funksional bölgüsü bu dəyişikliklərlə uyğun şəkildə yenilənməyib. Bu səbəbdən də BVF və beynəlxalq tənzimləmə şəbəkələri, 2008-ci il böhranı kimi ciddi maliyyə sarsıntıların öhdəsindən gəlməkdə yetərli olmamışdır. Bu kontekstdə, G-20 ölkələrinin beynəlxalq disbalansların aradan qaldırılması üçün BVF-nin idarəetmə strukturunda islahatların aparılmasına dair razılığa gəlməsi xüsusi önəm daşıyır.

Qloballaşan maliyyə mühiti və beynəlxalq kapitalın sərbəst hərəkəti, xüsusilə də qısamüddətli spekulyativ axınlar, milli hökumətlərin müstəqil iqtisadi siyasət yürütmək imkanlarını ciddi şəkildə məhdudlaşdırmışdır. Ənənəvi iqtisadi siyasətin məqsədi üç əsas istiqamətə yönəlib: tam məşğulluğun təmin olunması, aşağı inflyasiya səviyyəsinin qorunması və həm daxili, həm də xarici balansın saxlamaqla dayanıqlı iqtisadi artıma nail olunmasıdır. Bu hədəflərə isə əsasən üç vasitə ilə nail olunur: maliyyə siyasəti (dövlət xərcləri və vergilər), pul siyasəti (pul kütləsi və faiz dərəcələri) və məzənnə siyasəti. Beynəlxalq maliyyə sisteminə integrasiya nəticəsində milli hökumətlərin bu vasitələr üzərində nəzarət imkanları əhəmiyyətli dərəcədə zəifləyib. Maliyyə kapitalının sərbəst hərəkəti faiz siyasətinə və məzənnə sabitliyinə birbaşa təsir göstərir. Bundan əlavə, transmilli korporasiyaların qərarvermə elastikliyi, dövlətlərin investisiya axınlarına və onların coğrafi yönəlməsinə təsir etmək imkanlarını məhdudlaşdırır. Texnoloji tərəqqi və yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsinin beynəlxalq mobilliyi isə hökumətlərin gəlir və sərvət vergisi kimi vasitələrlə maliyyə siyasətini icra etməsini və sosial xərcləri qoruyub saxlamağını çətinləşdirir [5, s.365].

Maliyyə bazarı Azərbaycan respublikasında artıq 1995-ci ildə tam şəkildə formalaşmışdır. 1998-ci ildə ölkədə 4 birja fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. Fond dəyərlərinin bütöv növləri üçün birjaların dövriyyəsi 1767,7 mlrd. Denominasiya olunma-

mış manat həcmindədir. 1998-ci ildə 547 səhmdar cəmiyyəti, bölmələr və bölgələr arası kapitalın hərəkətini yerinə yetirən 79 kommersiya bankı, xeyli sayda kredit ittifaqları, sığorta kompaniyaları, sərmayə fondları fəaliyyət nümayiş etdirmişdir [1, s.542].

Azərbaycanda bazar münasibətlərinin formalaşması və bu münasibətlərə əsaslanan xarici iqtisadi əlaqələrin inkişafı ilk növbədə işgüzar fəaliyyət üçün əlverişli ilkin şərtlərin yaradılmasını tələb edir. Bu isə, öz növbəsində, iqtisadiyyatın bazar modeli ilə uzlaşan hüquqi mexanizmin formalaşdırılmasını zəruri edir. Eyni zamanda, əsas prioritetlərdən biri kimi özəl mülkiyyətə əsaslanan xüsusi sektor üçün konkret və əhatəli qanunvericilik bazasının qurulması, təsərrüfat subyektlərinin, sahibkarların və xarici investorların biznes fəaliyyətlərinə hüquqi təminatın yaradılması, eləcə də sahibkarlığın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi və maliyyə sabitliyinin gücləndirilməsi üçün hüquqi əsasların qorunması vacib sayılır.

Azərbaycan Respublikasında pul siyasətinin tənzimlənməsində əsas rol Mərkəzi Banka məxsusdur. Bununla yanaşı, Dövlət Gömrük Komitəsi də bu sahədə əhəmiyyətli funksiyaları yerinə yetirir. Həmçinin Milli Məclis və Nazirlər Kabineti də pul tənzimləməsinə dair hüquqi və inzibati qərarların qəbulunda iştirak edirlər. Azərbaycan Respublikasının Pul Tənzimlənməsi haqqında Qanunun 12-ci maddəsinə əsasən, Milli Məclis pul siyasətinin əsas prinsiplərini, xarici dövlət borcunun limitini, xarici ölkələrə verilən kreditlərin həcmi və dövlət büdcəsinin pul planını müəyyən edir, həmçinin bu sahəyə dair qanunvericilik aktlarını qəbul edir.

Maliyyə bazarının əsas komponentlərindən biri olan səhm və istiqrazlar bazarı, maliyyə sabitliyinin təmin olunmasında vacib alətlərdən sayılır. Son dövrlərdə Azərbaycanda əldə edilmiş makroiqtisadi sabitlik, iqtisadi artım və struktur islahatları bu bazarın yaradılmasının aktuallığını daha da artırır. Xüsusiləşdirmə prosesindən sonra müəssisələrin davamlı inkişafını səhm və istiqrazlar bazarının formalaşdırılması olmadan təsəvvür etmək çətindir. Bu bazar kapitalın sərbəst hərəkətini təmin etməklə müxtəlif sektorların inkişafında mövcud olan problemlərin aradan qaldırılmasına və həm müəssisələrin, həm əhəlinin, həm də dövlətin maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verə bilər.

Özəlləşdirmə nəticəsində müəssisələrin səhmdar cəmiyyətlərinə çevrilməsi və əhəlinin geniş kütləsinin səhmdar statusu qazanması şəraitində səhm və istiqrazlar bazarının inkişafı xüsusi aktualıq kəsb edir. Bu sahədə tənzimləmə, nəzarət və istiqamətləndirmə funksiyalarını həyata keçirmək məqsədilə Səhm və İstiqrazlar və Fond Bazarı üzrə müvafiq dövlət orqanı formalaşdırılmışdır [6, s.412].

Statistikaya nəzər salsaq, 2018-ci il ərzində səhm və istiqrazlar bazarı müfəssəllənməkdə davam edib. Odur ki, 2018-ci ildə bazarın ümumi həcmi 2017-ci il ilə nisbətə 12,0% artaraq 15,8 milyard AZN formalaşdırıb. Yüksəlişin səbəbi hökumət səhm və istiqrazlar bazarının kəskin böyüməsidir. Hökumət səhm və istiqrazları bazarı miqyası 7,4 dəfə genişlənərək 836,3 milyon AZN-dən 6,1 milyard AZN-ə qədər artıb. Törəmə maliyyə alətləri birjası 33,9% artaraq 5,89 milyard AZN-ə, repo və əks repo əməliyyatları miqyası 24 dəfə artaraq 51,7 milyon AZN olmuşdur. Bu müddət ərzində korporativ səhm və istiqrazlar birjasının miqyası 57% azalaraq 3,6 milyard AZN-ə enib. 2018-ci ildə Azərbaycanda qiymətli kağızlar bazarının strukturunda diqqətəlayiq dəyişikliklər müşahidə edilmişdir. Belə ki, ümumilikdə birincil bazarın həcmi əvvəlki illə müqayisədə 9% azalmış, buna qarşılıq təkrar bazarın həcmi 48% artmışdır. Korporativ səhm və istiqrazlar üzrə birincil bazarda kəskin azalma baş vermiş, bu göstərici 72% geriləyərək,

2,4 milyard manat təşkil etmişdir. Əksinə, dövlət səhm və istiqrazlarının birincil bazarı 8,7 dəfə artaraq 6,0 milyard manata çatmışdır. Təkrar bazar üzrə isə dövlət qiymətli kağızlarının dövriyyəsində 42%-lik azalma, korporativ qiymətli kağızların dövriyyəsində isə 2,7 dəfəlik artım qeydə alınmışdır.

Korporativ səhm və istiqrazlar bazarının başqa seqmenti olan korporativ istiqraz bazarı 2017-ci illə nisbətdə 78% azalaraq 1,4 milyard manata düşmüşdür. Bunun səbəbi 2018-ci ildə hökumət önəmli proyektlərin daxili səhm və istiqrazlar bazarı vasitəsi ilə maliyyələşməsinin cari ildə təmin olunmamasıdır. Period ərzində korporativ istiqrazların birincil bazarı azaldığı halda, müqabilində təkrar bazarda müqavilələrin məbləğində artım müşahidə olunub. Belə ki, təkrar bazarda yerli pulda buraxılmış korporativ istiqrazlar həcmi 12,5 dəfə artaraq 918 milyon manata, xarici pulda olan korporativ istiqrazların həcmi 4,3 dəfə artaraq 316 milyon manata yüksəlib. İlkin bazar üçün isə manat ilə olan istiqrazların həcmi 97%, xarici pulda olan istiqrazların həcmi 32% azalıb.

Əvvəlki il ərzində dövlət səhm və istiqrazlar bazarının donorları Maliyyə Nazirliyi (çəkisi 14%) və Mərkəzi Bank (çəkisi 86%) olub. Maliyyə Nazirliyi tərəfdən daxili borclanma siyasətinin gerçəkləşdirilməsi, həmçinin Mərkəzi Bankı tərəfdən yerli pula olan təzyiqlərin azaldılması, banklara maliyyə yardımının verilməsi üçün not buraxılışları hökumət səhm və istiqrazları bazarında əməliyyatların həcmi önəmli həddə artırılıb. Bunun nəticəsi kimi dövlət istiqrazları bazarı 47%, not bazarı isə 19,6 dəfə artıb.

İl ərzində Mərkəzi Bank notlarının yerləşdirilməsi üçün fond birjasında 50 hərrac baş tutub. Notlar üçün birincil bazarda müqavilələrin həcmi 2017-ci ilə nisbətdə 19,4 dəfə artaraq 5,3 milyard manat olub. Notların təkrar bazarındaysa 2017-ci ildə əməliyyat aparılmadığı halda əvvəlki il bazarın həcmi 42 milyon manat olub. Hərraclarda notlar ilə bağlanmış sazişlər üçün orta çəkili qazancılıq 10,85% olub.

Dövlət istiqrazlarının yerləşdirilməsi üçün fond birjasında 45 hərrac keçirilib ki, nəticədə birincil bazarda müqavilələrin həcmi əvvəlki 2017-ci illə nisbətdə 88% artaraq 796 milyon manat formalaşdırıb. Hökumət istiqrazlarının təkrar bazarıysa 64% azalaraq 42 milyon manat olub. Period ərzində manatla yerləşdirilmiş qısamüddətli hökumət istiqrazları ilə bağlanmış müqavilələr üçün orta çəkili qazancılıq 10,14%, ortamüddətli hökumət istiqrazları ilə bağlanmış müqavilələr üçün orta çəkili qazancılıq 13,07% olub [2].

Ədəbiyyat

1. Şəkəreliyev A.Ş. (2011) Dövlətin iqtisadi siyasəti: Dayanıqlı və davamlı inkişafın təntənəsi, monoqrafiya, İqtisad Universiteti nəşriyyatı, Bakı, 542 səh.
2. Bakı Fond Birjası. (2019)
3. Taylor A.M. (2018) Globalization, Trade, and Development: Some Lessons From History. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
4. Əzizov V. (2012) Beynəlxalq valyuta-maliyyə münasibətləri. Bakı, 365 s.
5. Həsənov Ə. (2015) Müasir Beynəlxalq münasibətlər və Azərbaycanın xarici siyasəti. Dərslik, Bakı, 365 səh.
6. Sadıqov M.M, Balayeva E.A., Hamseyeva Ş. (2013) Beynəlxalq valyuta-kredit münasibətləri və xarici ölkələrin pul-kredit sistemi. Bakı, 412 səh.

**AZERBAIJAN'S CURRENCY SYSTEM, EXCHANGE RATE POLICY
AND FOREIGN EXCHANGE RESERVES MANAGEMENT**

E.Z.Ibrahimov, K.K.Aliyeva, I.I.Guliyev

SUMMARY

This work deals with the development of financial system in Azerbaijan. The authors stress the importance of the concepts of financial development and economic growth, as well as the potential causality between them.

**ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА АЗЕРБАЙДЖАНА, ПОЛИТИКА
ОБМЕННОГО КУРСА И УПРАВЛЕНИЕ ВАЛЮТНЫМИ РЕЗЕРВАМИ**

Э.З.Ибрагимов, К.К.Алиева, И.И.Гулиев

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена проблемам развития финансовой системы Азербайджана. Авторы отмечают важность концепций финансового развития и экономического роста и потенциальной причинно-следственной связи между ними.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 15 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

ÇİN XALQ RESPUBLİKASININ TƏCRÜBƏSİ ƏSASINDA INNOVASİYANIN İNKİŞAFINDA İNSAN POTENSİALININ ROLU

E.Z.Yusubov, B.X.Kərimova, A.A.Hüseynxanov

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: elgunyusubov3@gmail.com

Açar sözlər: innovativ potensial, insan potensialı, Çin iqtisadiyyatı, global rəqabət

Keywords: innovative potential, human potential, Chinese economy, global competition

Ключевые слова: инновационный потенциал, человеческий потенциал, китайская экономика, глобальная конкуренция

Giriş

Artan qloballaşma və elmi-texniki tərəqqinin müasir reallıqları şəraitində innovativ inkişaf dünya dövlətlərinin iqtisadiyyatının və rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəlişinin mühüm determinantı kimi meydana çıxır. İnnovativ potensial iqtisadiyyatın sabit sosial-iqtisadi artıma nail olmaq üçün yeni ideyalar, texnologiyalar və məhsulların yaradılması və reallaşdırılması imkanlarının həcmi müəyyən edir [1]. Buna görə, innovativ potensial anlayışı və onun tərkib hissələrinin tədqiqi böyük əhəmiyyət kəsb edir. İnsan potensialı innovativ potensial çərçivəsində mərkəzi yerdir. Onlar innovasiya proseslərinin əsas hərəkətverici qüvvəsi olan bilik, bacarıq, yaradıcılıq və motivasiya fərdləridir [5]. İnsan inkişafının səviyyəsi əhəmiyyətli dərəcədə iqtisadiyyatın innovativ potensialını, onun istehsal və yüksək inkişaf etmiş elmi və texnoloji nailiyyətləri mənimsəmək qabiliyyətini müəyyən edir. İnnovativ iqtisadiyyatın əsası kimi insan inkişafı yönümlü ölkənin parlaq nümunəsi Çindir. ÇXR innovasiya sahəsində dünya lideri olmaq üçün insan sərmayəsini milli strategiya prioritetlərindən biri hesab edir [2]. İnsan amilinin innovativ inkişafa verdiyi töhfənin araşdırılmasında Çin təcrübəsi xüsusilə maraqlıdır.

İnnovasiya prinsipləri və insan potensialı arasında qarşılıqlı əlaqənin təhlili

Çinin innovativ inkişaf edən ölkəyə çevrilməsi və bilik iqtisadiyyatının qurulması millətin innovativ potensialının necə formalaşdırılması və tam istifadə edilməsi məsələsini prioritet məsələyə çevirir. Bu məsələdə insan amilinin mövqeyini müəyyən etmək üçün ilk növbədə Çin kontekstində istifadə üçün "innovativ potensial" sözünün məzmununu araşdırmaq lazımdır. Sistemin inkişafının innovasiyalar vasitəsilə təmin olunduğu innovativ potensial konsepsiyası ilk dəfə XX-ci əsrin 70-80-ci illərində K.Friman tərəfindən tətbiq edilmişdir. Onun güman etdiyi kimi, innovasiya - innovasiyaların əsasını təşkil edən istehsal-iqtisadi və sosial-təşkilati potensialın inkişafı, istifadəsi və tükənməsi vasitələri və yollarının kompleksidir. Beləliklə, Friman innovativ potensialı əsasən innovativ fəaliyyətin səmərəli həyata keçirilməsi üçün potensial resurslarla əlaqələndirdi. P.Drucker müasir sənayedə inkişafın genezisini tədqiq etdiyi yazılarında innovativ potensial haqqında nəzəriyyəni daha da inkişaf etdirdi. Drucker xüsusi olaraq vurğuladı ki, innovasiya effektiv istifadə-

ni asanlaşdırmaq üçün mövcud potensial təhlildən başlayır [4].

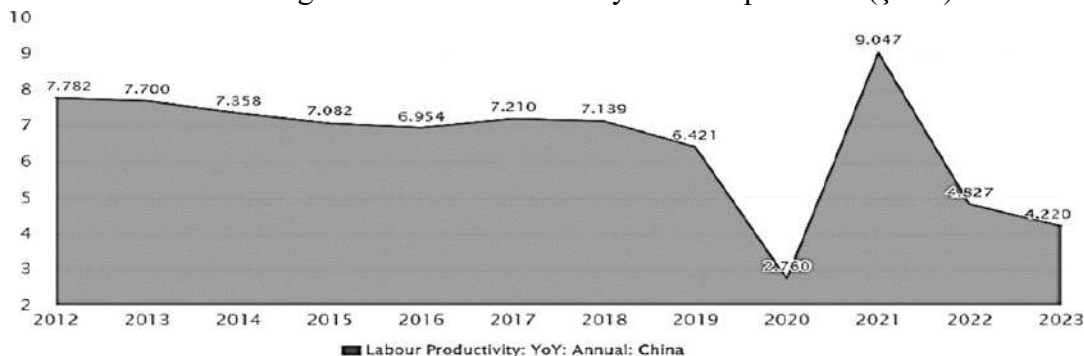
Addım-addım inkişaf edən innovativ potensialın öyrənilməsinə sistemli yanaşma da mövcuddur. Bu baxımdan, o, geniş və mürəkkəb sosial-iqtisadi sistemin sistem xüsusiyyətlərindən biridir və yeni biliklərin effektiv kommersiyalaşdırılması yolu ilə ekoloji transformasiyalara operativ uyğunlaşmaya imkan verir [4]. Müasir elmi ədəbiyyatda innovativ potensial innovativ fəaliyyətin həyata keçirilməsi və innovativ nəticələrə nail olmaq üçün iqtisadi sistemin resurslarının, imkanlarının və bacarıqlarının təbii atributu kimi müəyyən edilir. Buraya kadr, maliyyə, elmi, texniki, təşkilati və informasiya aspektləri daxildir. Beləliklə, innovasiyanın inkişafı nəzəriyyəsi prosesində innovativ potensial anlayışı innovativ fəaliyyətin həyata keçirilməsi üçün lazım olan amillərin və resursların anbarı kimi ilk növbədə resursa əsaslanan bilikdən onun bütövlükdə iqtisadi sistemin innovasiya baxımından işləmək və nəticələr yaratmaq qabiliyyətini nümayiş etdirən çoxşaxəli və çoxsəviyyəli sistem kimi başa düşülməsinə dəyişmişdir.

İnsan potensialı özlüyündə bir məqsəd və cəmiyyətin tərəqqisi üçün tədbir, iqtisadi artım isə onu genişləndirmək vasitəsi kimi qəbul edilir. Ona görə də tərəqqinin əsas qüvvəsi kimi insanlara sərmayə qoymaq tələb olunur. İnsan potensialının ölçülməsinin müxtəlif yolları və vasitələri var. Ən məşhuru 1990-cı ildə BMTİP ekspertlər qrupu tərəfindən təklif edilmiş İnsan İnkişafı İndeksidir (İİİ); 2013 - cü ildən bu yana rəsmi olaraq İnsan İnkişafı İndeksi (İİİ) adlanır. İİİ üç əsas sahədə ölkələrin fəaliyyətini müqayisə edən mürəkkəb ölçüdür:

- 1) sağlamlıq və uzunömürlülük – doğum zamanı gözlənilən ömür uzunluğu;
- 2) bilik – orta təhsil illərinin və gözlənilən təhsil illərinin məcmusu ilə
- 3) yaşayış səviyyəsi – adambaşına düşən ümumi milli gəlirlə.

İndeks hər üç ölçü üçün normallaşdırılmış indekslərin həndəsi ortasıdır. Bu bizə imkan verir ki, ölkələr arasında onların səviyyəsinə görə müqayisələr aparaq insan inkişafı və zamanla tərəqqini ölçə bilmək.

İqtisadiyyatda insan potensialından istifadənin səmərəliliyini nümayiş etdirən mühüm göstərici əmək məhsuldarlığıdır. Məhz təhsil, peşə hazırlığı və həvəsləndirmə yolu ilə əmək ehtiyatlarının keyfiyyətə təkmilləşdirilməsi məhsuldarlığın daha böyük ölçüdə yüksəlməsini səciyyələndirir. Növbəti rəqəm 2012 və 2023-cü illər arasında Çin illik əmək məhsuldarlığı indeksinin müsbət meyllərini təqdim edir (Şəkil).



Şəkil. 2012-2023-cü illər arasında Çində əmək məhsuldarlığının tendensiyaları
Mənbə: CEIC Məlumatı

Şəkildə təqdim olunan məlumatlara nəzər saldıqda, 2012-ci ildən 2019-cu ilə qədər Çində əmək məhsuldarlığının nisbətən sabit mövqedə olduğunu və 7.78-6.42 arasında də-

yişdiyini görmək olar. Bu dövrdə göstəricinin müəyyən qədər aşağı düşməsi kənd təsərrüfatından işçi qüvvəsinin geniş şəkildə çıxarılması hesabına genişmiqyaslı ekspansiya üçün resursların tükənməsi ilə əlaqədardır. Keyfiyyət amilləri getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb etməklə fəaliyyət göstərir - texnoloji modernləşmə, kadrların təhsil səviyyəsinin yüksəldilməsi. 2020-ci ildə əmək məhsuldarlığının kəskin şəkildə 2,76-a düşməsi şübhəsiz ki, COVID-19 pandemiyasının təsirinin nəticəsidir. Karantin siyasəti, istehsal zəncirlərinin pozulması və Çin məhsullarına tələbatın azalması istehsal həcmələrinin kəskin azalmasına və əmək resurslarının işsizliyinə səbəb oldu. Bununla belə, Çin tez bir zamanda vəziyyət üzərində hökmranlıq qura bildi və müəssisələrdə biznes fəaliyyətini bərpa etdi. 2021-ci ildə əmək məhsuldarlığının rekord həddə - 9,05-ə qədər kəskin artması, ilk növbədə, bərpa ilə bağlı olacaq. Karantinlərin ləğvi və birbaşa dövlət dəstəyi Çin iqtisadiyyatının yüksək inkişaf trayektoriyasına qayıtmasına imkan verdi. Struktur amillər də rol oynaya bilər pandemiya fonunda sürətlənmiş rəqəmsallaşma, yeni yüksək texnologiyalı sənayelərin inkişafı. 2022-2023-cü illərdə məhsuldarlığın artımının 4,8-4,2-yə qədər ləngiməsi çox güman ki, indikatorun iqtisadi artımdan sonra daha təbii meyllərə qayıtmasının göstəricisidir.

2025-ci il üçün proqnozlaşdırılır ki, demoqrafik qocalmanın uzunmüddətli problemləri, artan əmək xərcləri və artan ekoloji tələblər məhdudlaşdırıcı təsir göstərəcək; üstəlik, mövcud sivilizasiyalararası qarşıdurma xalqda baş verən sosial-iqtisadi proseslərə ciddi zərbə vurur. Eyni zamanda, son bir neçə ildə yığılmış rəqəmsal və innovativ inkişaf potensialı Çin əmək məhsuldarlığı tempini nisbətən sabit saxlamağa imkan verəcək.

Nəticə

Yuxarıda deyilənləri yekunlaşdıraraq belə nəticəyə gəlmək olar ki, innovativ potensial XXI-ci əsrdə Çinin rəqabət qabiliyyətini və inkişaf perspektivlərini şərtləndirən əsas amillərdən biridir. Təxmin etmək olar ki, Çin innovativ güc qurmaq yolu ilə irəlilədikcə onun yüksək ixtisaslı kadrlara ehtiyacı daha da artacaq. Bu, həm yerli təhsil və elm mərkəzləri, həm də Çinin innovasiyalar sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığının genişləndirilməsi üçün yeni perspektivlər açır. Kadr hazırlığı, birgə tədqiqatlar və texnologiyaların ötürülməsi məsələlərində Çin ilə qarşılıqlı əlaqə bir çox ölkələr, o cümlədən Rusiya üçün innovativ inkişafın mühüm sürücüsü ola bilər. Öz növbəsində, Çin tərəfi üçün bu, insan potensialının yaradılması yollarını şaxələndirmək və Qərbi bilik və bacarıq mənbələrindən həddən artıq asılılıq risklərini azaltmaq üçün yaxşı fürsətdir.

ÇXR-in təcrübəsi global innovativ iqtisadiyyatda öz yerini tapmaq istəyən digər inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün şübhəsiz maraq doğurur. O, açıq şəkildə göstərir ki, insan amilinə investisiyalar, hətta məhdud resurslar şəraitində belə, innovativ modernləşməyə və dinamik inkişaf trayektoriyasına daxil olmağa güclü təkan verə bilər. Eyni zamanda, müvafiq dövlət siyasətinin sistemli və uzunmüddətli xarakter daşması, onun milli xüsusiyyətlərə və inkişaf prioritetlərinə ardıcıl uyğunlaşdırılması son dərəcə vacibdir.

Təxmin etmək olar ki, Çin innovativ güc qurmaq yolu ilə irəlilədikcə onun yüksək ixtisaslı kadrlara ehtiyacı daha da artacaq. Bu, həm yerli təhsil və elm mərkəzləri, həm də Çinin innovasiyalar sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığının genişləndirilməsi üçün yeni perspektivlər açır. Kadr hazırlığı, birgə tədqiqatlar və texnologiyaların ötürülməsi məsələlərində Çin ilə qarşılıqlı əlaqə bir çox ölkələr, o cümlədən Rusiya üçün innovativ inkişafın mühüm sürücüsü ola bilər. Öz növbəsində, Çin tərəfi üçün bu, insan potensialı-

nın yaradılması yollarını şaxələndirmək və Qərb bilik və bacarıq mənbələrindən həddən artıq asılılıq risklərini azaltmaq üçün yaxşı fürsətdir.

Ümumiyyətlə, qarşıdakı onilliklərdə Çinin global innovasiya bazarında əsas oyunçulardan biri kimi rolunun daha da artacağını gözləməliyik. Bunun əsası formalaşmaqda olan biliklər iqtisadiyyatı şəraitində getdikcə ölkənin ən mühüm sərvətinə çevrilən insan potensialının inkişafı strategiyasının səmərəli həyata keçirilməsi olacaq. Bu təcrübənin milli xüsusiyyətləri nəzərə alaraq öyrənilməsi və uyğunlaşdırılması innovativ modernləşmə yolunda olan bir çox ölkələr üçün ciddi yardıma çevrilə bilər.

Ədəbiyyat

1. Abramov V.A. (2010) Qloballaşan Çin: Sosio-mədəni Ölçünün Facetləri. M.: Şərq kitabı, 240 s.
2. Vanq Huiyao, Godya Zhanglyue. (2012) Dövlət Strategiyası. Pekin, 413 s.
3. Drucker P.F. (2009) Business and innovation. M.: OOO, ID Williams
4. Fomchenkova L.V. (2005) Kim yenidir? (Sənaye müəssisəsinin innovativ potensialının formalaşması və həyata keçirilməsi) // Rusiya sahibkarlığı, № 8

THE ROLE OF HUMAN POTENTIAL IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATION BASED ON THE EXPERIENCE OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

E.Z.Yusubov, B.Kh.Karimova, A.A.Huseynkhanov

SUMMARY

This article is dedicated to the involvement of human potential in the creation of China's innovative development power. The economic essence of innovative potential and the place and importance of the human factor in its composition are examined. China's experience in creating human capital as a resource and a target goal through investment in education is examined. China's successes in innovative development are analyzed as an example for other developing countries.

The methodological principles of the study are a universal scientific analysis based on the study and generalization of the vast scientific literature on the subject of human potential and innovation. The scientific methods used are analysis and synthesis, deduction and induction, comparison and analogy, and systematization.

РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИЙ НА ОСНОВЕ ОПЫТА КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Э.З.Юсубов, Б.Х.Каримова, А.А.Гусейнханов

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена задействованию человеческого потенциала в создании мощи инновационного развития Китая. Исследованы экономическая сущность ин-

новационного потенциала, место и значение человеческого фактора в его составе. Рассмотрен опыт Китая по созданию человеческого капитала как ресурса и цели посредством инвестиций в образование. Успехи и проблемы Китая в инновационном развитии анализируются в качестве примера для других развивающихся стран.

Методологическими принципами исследования являются универсальный научный анализ, основанный на изучении и обобщении обширной научной литературы по теме человеческого потенциала и инноваций. В работе использованы такие научные методы, как анализ и синтез, дедукция и индукция, сравнение и аналогия, систематизация.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 15 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

RƏQƏMSALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

F.M.Məmmədova, A.E.Cəfərova, A.İ.İsgəndərova

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: fidanmdva@gmail.com

Açar sözlər: regional iqtisadiyyat, xidmət sektoru, turizm və otelçilik, rəqəmsallaşma, iqtisadiyyat

Keywords: regional economy, services sector, tourism and hospitality, digitalization, economy

Ключевые слова: региональная экономика, сфера услуг, туризм и гостеприимство, цифровизация, экономика

Rəqəmsal texnologiyaların sürətli inkişafı və qloballaşma şəraitində ekoturizm regionların davamlı inkişafı vasitəsi kimi getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Ekoturizm təbiəti qorumaq, ekoloji maarifləndirmə və yerli icmalara dəstək məqsədilə təbii ərazilərə səfərlərə yönəlmişdir. Bununla belə, ekoturizmin uğurlu fəaliyyət göstərməsi həm ekoloji, həm də iqtisadi tələblərə cavab verməli olan effektiv infrastruktur tələb edir. Bu kontekstdə rəqəmsal texnologiyalar ekoturizm infrastrukturunun optimallaşdırılmasında əsas amildir. Rəqəmsal texnologiyalar informasiya texnologiyalarından tutmuş qabaqcıl resursların monitorinqi və idarəetmə sistemlərinə qədər geniş alət və sistemləri əhatə edir. Onların ekoturizm infrastrukturuna integrasiyası turistlərə xidmətin keyfiyyətini yüksəldə, təbii ehtiyatların idarə olunmasını təkmilləşdirir və ətraf mühitə mənfi təsirləri azalda bilər.

Turizm biznesinin rəqəmsal transformasiyası aşağıdakı aspektləri əhatə edir:

1. Onlayn bronlaşdırma: İstifadəçilərə turizm xidmətlərini asanlıqla axtarmağa, müqayisə etməyə və rezervasiya etməyə imkan verən veb-saytlar və mobil proqramlar daxil olmaqla onlayn bronlaşdırma platformalarının inkişafı.

2. Fərdiləşdirmə: Müştəri seçimləri və davranışları əsasında fərdiləşdirilmiş təkliflər və tövsiyələr yaratmaq üçün məlumat və analitikadan istifadə.

3. Süni İntellekt (AI): Çatbotlar vasitəsilə müştəri xidməti, tələbin proqnozlaşdırılması və qiymətlərin optimallaşdırılması kimi prosesləri avtomatlaşdırmaq üçün AI-nin tətbiqi.

4. Big Data: Məlumatlı biznes qərarları qəbul etmək üçün böyük həcmdə müştəri, bazar və trend məlumatlarının toplanması və təhlili.

5. Əşyaların İnterneti (IoT): Ağıllı otel otaqları və ya nəqliyyat idarəetmə sistemləri kimi müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırmaq üçün IoT cihazlarından istifadə.

6. Kibertəhlükəsizlik: Artan onlayn təhdidlər qarşısında xüsusilə vacib olan müştəri və əməliyyat məlumatlarının təhlükəsizliyinin təmin edilməsi.

7. Çeviklik və Uyğunluq: Qeyri-müəyyənlik dövründə (məsələn, pandemiya zamanı) xüsusilə aktuallaşan çevik rezervasiya və ləğvetmə siyasətlərinin həyata keçirilməsi.

8. Davamlılıq: Yaşıl texnologiyalar və təcrübələr də daxil olmaqla biznesin davamlılığını yaxşılaşdırmaq üçün rəqəmsal həllərdən istifadə.

9. Virtual və Artırılmış Reallıq (VR/AR): Otellərə və ya attraksionlara virtual turlar kimi unikal müştəri təcrübələri yaratmaq üçün VR və AR-dan istifadə.

10. Elektron ticarət: Turlar, avtomobil icarəsi və səyahət sığortası kimi əlavə xidmətlərin onlayn satışının inkişafı [2, 3].

Bu aspektlər turizm şirkətlərinə nəinki bazardakı dəyişikliklərə uyğunlaşır, həm də müştərilərinə daha yaxşı və daha rahat xidmətlər təklif edir. Süni intellekt (AI) səyahət sənayesində geniş tətbiq tapır, müştəri xidmətinin müxtəlif aspektlərini təkmilləşdirir, prosesləri sadələşdirir və səmərəliliyi artırır. Səyahətdə AI-nin istifadə oluna biləcəyi bəzi əsas sahələr bunlardır:

1. Fərdiləşdirilmiş tövsiyələr: Süni intellekt istifadəçi seçimlərini təhlil edərək onların maraqlarına və rezervasiya tarixçəsinə əsasən fərdiləşdirilmiş marşrutlar, otellər və ekskursiyalar təklif edə bilər.

2. Chatbotlar və virtual köməkçilər: Chatbotlar suallara cavab vermək, rezervasiyalara kömək etmək və təyinat məlumatlarını verməklə 24/7 müştəri dəstəyi təmin edə bilər.

3. Rəy təhlili: Süni intellekt tendensiyaları və problemləri müəyyən etmək və xidmətləri təkmilləşdirmək üçün TripAdvisor və ya Google Reviews kimi platformalarda müştəri rəylərini emal edə və təhlil edə bilər.

4. Qiymətin optimallaşdırılması: Süni intellekt alqoritmləri dinamik qiymətləri təyin etmək üçün bazar məlumatlarını və müştəri davranışını təhlil edə bilər, şirkətlərə mənfəəti və məşğulluğu maksimum dərəcədə artırmağa imkan verir.

5. Tələbin Proqnozlaşdırılması: Süni intellekt tarixi məlumatlar və cari tendensiyalar əsasında konkret xidmətlər və ya istiqamətlər üçün tələbi proqnozlaşdıraraq, şirkətlərə öz resurslarını daha yaxşı planlaşdırmağa kömək edə bilər.

6. İnventar İdarəetmə: Süni inventar mehmanxanalar və aviaşirkətlər üçün inventarın idarə edilməsinə kömək edə bilər, resurs bölüşdürülməsini optimallaşdırır və xərcləri minimuma endirir.

7. Big Data Analytics: Müştərilər, onların üstünlükləri və davranışları haqqında məlumatların toplanması və təhlili şirkətlərə daha məlumatlı qərarlar qəbul etməyə və effektiv marketinq strategiyaları hazırlamağa imkan verir.

8. Proseslərin avtomatlaşdırılması: Süni intellekt rezervasiya sorğularının işlənməsi, sənədlərin idarə edilməsi və maliyyə əməliyyatları kimi gündəlik prosesləri avtomatlaşdıraraq bilər.

9. Virtual Turlar: Müştərilərə bron etməzdən əvvəl təklif olunan xidmətləri daha yaxşı qiymətləndirməyə imkan verən attraksionlara və ya otellərə interaktiv virtual turlar yaratmaq üçün süni intellektdən istifadə [4].

Bu sahələrdə süni intellektdən istifadə turizm şirkətlərinə xidmət keyfiyyətini yaxşılaşdırmağa, xərcləri azaltmağa və gəlirliliyi artırmağa kömək edir.

Rəqəmsal mühitdə turizmin inkişaf perspektivləri geniş və müxtəlifdir. İnkişaf edə biləcək bəzi əsas sahələr bunlardır:

1. Xidmətlərin rəqəmsallaşması: Otellərin, uçuşların və ekskursiyaların bronlaşdırılması üçün onlayn xidmətlərin sayının artması. Airbnb və Booking.com kimi platformalar getdikcə populyarlaşır və istifadəçilərə səfərləri planlaşdırmaq üçün rahat alətlər təqdim edir.

2. Süni intellekt və chatbotlar: Müştəri xidmətinə yaxşılaşdırmaq üçün süni intellektdən istifadə. Chatbotlar real vaxt rejimində təyinatlar haqqında məlumat verərək, rezervasiyalarda kömək edə və suallara cavab verə bilər.

3. Virtual və genişlənmiş reallıq: Bu texnologiyalar səyahətçilərə faktiki səfərindən əvvəl yerləri “ziyarət etməyə” imkan verir. Bu, təyinat yeri və ya otel seçimi ilə bağlı qərar qəbul etməyə kömək edə bilər.

4. Təkliflərin fərdiləşdirilməsi: Müştəri seçimlərini təhlil etmək və fərdiləşdirilmiş təkliflər yaratmaq üçün böyük verilənlərdən istifadə. Buraya marşrutlar, otellər və əvvəlki səfərlərə əsaslanan fəaliyyətlər üçün tövsiyələr daxil ola bilər.

5. Sosial media və məzmun marketinqi. Səyahətçilər ilham almaq üçün getdikcə daha çox sosial mediaya müraciət edirlər. Brendlər vizual məzmun və istifadəçi qarşılıqlı əlaqəsi vasitəsilə xidmətlərini tanıtmaları üçün Instagram və TikTok kimi platformalardan istifadə edə bilərlər.

6. Davamlı Turizm. Ətraf mühit problemləri haqqında artan məlumatlılıqla, rəqəmsal texnologiyalar yaşıl otellər və ya ekoturlar kimi davamlı təcrübələri təşviq etməyə kömək edə bilər.

7. Mobil Proqramlar. Yerli attraksionlar, restoranlar, nəqliyyat və mədəni tədbirlər haqqında ən son məlumatı təmin edən səyahət proqramları hazırlayın.

8. Blockchain. Bu texnologiya səyahət sənayesinə əməliyyat təhlükəsizliyi və şəffaflıq gətirə bilər ki, bu da sifarişlər və ödənişlər üçün xüsusilə vacibdir.

Bu sahələr yaxın illərdə turizmin simasını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişə, onu istifadəçilər üçün daha əlçatan, rahat və fərdiləşdirə bilər. Telekommunikasiya texnologiyalarının intensiv inkişafı və ölkədə turizm müəssisələrinin təsərrüfat fəaliyyətinin bütün sahələrinə geniş şəkildə nüfuz etməsi əhalinin həyat keyfiyyətini yaxşılaşdıracaqdır.

Turizmin informasiya sənayesinin inkişafı regionlarda işsizlik problemlərinin həllinə, yerli büdcələrə daxilolmaların əhəmiyyətli dərəcədə artmasına, özəl şirkətlər tərəfindən bu sahəyə investisiyaların yatırılmasına, ərazilərin abadlaşdırılmasına töhfə verəcək. Bələdiyyə və idarələrin internet saytlarında yerləşdirilən turistlərin attraksionlar, inkişaf etdirilmiş istiqamətlər və cəlbedici marşrutlar haqqında məlumat portalları, saytlar turizmin regional və ölkə səviyyəsində inkişafında böyük rol oynaya bilər. Bu turist axınları ixtisaslaşmış turist və coğrafi informasiya sistemlərindən istifadə etməklə idarə oluna bilər. Rəqəmsal mühitdə turizm biznesinin bu və digər sahələri müvafiq infrastruktur, maddi bazanın inkişafı, dövlət tərəfindən investisiya və dəstək, daxili turizmin inkişafına əlavə investisiyalar tələb edir.

Mehmanxana və turizm təşkilatlarının fəaliyyətində innovativ texnologiyaların artan rolu onların vahid informasiya məkanına inteqrasiyasına kömək edir, turizm biznesinin əsas sektorlarının rəqəmsal ekosistemlər formatına keçidi proseslərini intensivləşdirir. Rəqəmsallaşma mehmanxana və turizm biznes subyektlərinin rəqəbatqabiliyyətli mövqelərinin artırılmasında mühüm amillərdən birinə və innovativ inkişaf vektoruna çevrildiyindən onların fəaliyyətinin rəqəmsal və texnoloji aspektlərinin öyrənilməsi zərurəti tamamilə aydındır.

Qonaqpərvərlik və turizm sənayesində rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi turizm biznesinin bütün iştirakçıları üçün yeni imkanlar açır. Rəqəmsal texnologiyalardan istifadə turizm şirkətləri üçün xərclərə qənaət edilməsini təmin edir, müsbət turist təcrübəsinin formalaşmasına, eləcə də turizm istiqamətlərinin effektiv təbliğinə və populyarlaşmasına töhfə verir.

Qonaqpərvərlik və turizm sənayesinin rəqəmsal transformasiyası əsasən son illərdə innovativ texnologiyaların sürətli inkişafı ilə əlaqələndirilir ki, bu da bir tərəfdən turistik

məkanları ziyarət edərkən unikal turist təcrübəsi almağı gözləyən yeni “ağıllı” turistlər nəslinin formalaşmasına töhfə verdi, digər tərəfdən isə turizm biznesinin səmərəliliyini artırdı. Yeni turizm xidmətləri əsasən turistlərin rahatlığını və təhlükəsizliyini təmin etmək və onların təəssüratlarına təsir etmək üçün nəzərdə tutulmuş innovativ texnologiyalara əsaslanır. Beləliklə, müasir qloballaşan dünyanın daim dəyişən yüksək tələblərinə cavab olaraq, rəqəmsal texnologiyalar bir çox funksiyaları özündə birləşdirərək sürətlə inkişaf etmiş və qonaqpərvərlik və turizm sənayesində möhkəm şəkildə yerləşmişdir.

Beləliklə, rəqəmsal iqtisadiyyat kateqoriyalarına rəqəmsallaşma, rəqəmsal transformasiya və oxşar və bir-birini tamamlayan digər terminlər daxil edilməlidir. Rəqəmsal iqtisadiyyat sənayedən asılı olaraq bir çox fərqli formalar alan rəqəmsallaşmanı özündə birləşdirən rəqəmsal transformasiyanı sintez edir. Rəqəmsallaşma cəmiyyətin həyatının iqtisadi komponentində ən fəal şəkildə özünü göstərir ki, bu da xidmət sektorunda ən çox əksini tapır. Bundan başqa, ümumi rəqəmsallaşma prosesinə bir sıra oxşar prosedurlar (rəqəmləşdirmə, informasiyalaşdırma, avtomatlaşdırma, kompüterləşdirmə) daxildir.

Beləliklə, rəqəmsal transformasiya proseslərinin xidmət sektoru, o cümlədən turizm və qonaqpərvərlik sektoru ilə bağlı aktiv olduğunu və onu əsaslı şəkildə dəyişdirdiyini iddia etmək olar.

Ədəbiyyat

1. Charlesworth, A. (2018) Digital Marketing: A Practical Approach / A. Charlesworth. – New York: Routledge
2. Bhatia, P.S. (2017) Fundamentals of Digital Marketing / P.S. Bhatia. – New Delhi: Pearson India
3. Charlesworth, A. (2020) Absolute Essentials of Digital Marketing. New York: Routledge
4. Chaffey, D. (2019) Digital Marketing. 7th Edition / D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick. – Loughborough University: Pearson

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

F.M.Mammadova, A.E.Jafarova, A.I.Isgandarova

SUMMARY

This work deals with the problems of ecotourism. It is stated that in the context of rapid development of digital technologies and globalization, ecotourism is becoming increasingly important as a tool for sustainable development of regions. Ecotourism is focused on visiting natural areas with the aim of preserving nature, raising environmental awareness and supporting local communities. Successful functioning of ecotourism requires an effective infrastructure that must meet both environmental and economic requirements. In this context, digital technologies are a key factor in optimizing the ecotourism infrastructure.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ф.М.Мамедова, А.Э.Джафарова, А.И.Искандерова

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена проблемам экотуризма. Отмечается, что в условиях стремительного развития цифровых технологий и глобализации экотуризм становится все более важным инструментом устойчивого развития регионов. Экотуризм ориентирован на посещение природных территорий с целью сохранения природы, повышения экологической осведомленности и поддержки местных сообществ. Для успешного функционирования экотуризма необходима эффективная инфраструктура, которая должна отвечать как экологическим, так и экономическим требованиям. В этом контексте цифровые технологии являются ключевым фактором оптимизации инфраструктуры экотуризма.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 15 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

RƏQƏMSALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ İQTİSADI TƏDQİQATLARIN METODOLOGİYASININ İNKİŞAFI

F.T.Əsədzadə, K.R.Bağırov, M.R.Ağayev

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: feridesedov28@gmail.com

Açar sözlər: metodologiya, rəqəmsallaşma, süni intellekt, müasir texnologiyalar

Keywords: methodology, digitalization, artificial intelligence, modern technologies

Ключевые слова: методология, цифровизация, искусственный интеллект, современные технологии

Giriş

Son onilliklər ərzində dünya rəqəmsal transformasiya dövrünə qədəm qoyub ki, bu da həm iqtisadi fəaliyyətin, həm də iqtisadi proseslərin öyrənilməsinə elmi yanaşmaları kökündən dəyişdirib. Rəqəmsal texnologiyalar məlumatların toplanması, emalı və şərh edilməsi proseslərini əhəmiyyətli dərəcədə sürətləndirməyə, proqnozlaşdırmanın dəqiqliyini artırmağa və iqtisad elmini yeni reallıqlara uyğunlaşdırmağa imkan verdi. Eyni zamanda, rəqəmsallaşma elmi tədqiqatların ənənəvi metodoloji əsaslarına yenidən baxılmasını tələb edir. Böyük həcmdə məlumatların istifadəsi, süni intellektin integrasiyası, informasiyanın təhlilinin yeni üsullarının inkişafı - bütün bunlar iqtisadiyyatın metodoloji prinsiplərinin yeni reallıqlara uyğunlaşdırılması zərurətini diktə edir [6].

Metodologiyanın transformasiyası amili kimi iqtisadiyyatın rəqəmsallaşması

Rəqəmsal iqtisadiyyata keçid iqtisadi fəaliyyətin bütün sahələrini əhatə edir. IDC-nin məlumatına görə, 2024-cü ildə rəqəmsal transformasiyaya global investisiyalar 2023-cü illə müqayisədə 15% artaraq, 2,39 trilyon ABŞ dolları təşkil edəcək [1]. Rəqəmsallaşmanın əsas sahələrinə proseslərin avtomatlaşdırılması, bulud texnologiyalarının inkişafı, əşyalar Internetinin yayılması və süni intellektin tətbiqi daxildir.

İqtisadi münasibətlərin transformasiyası məlumatların toplanması və şərh edilməsinə yeni yanaşmalar tələb edir. Ənənəvi statistik mənbələr - rəsmi dövlət statistikasına, sorğular, anketlər tədricən istifadəçilərin rəqəmsal izlərindən, elektron əməliyyatlardan və sosial şəbəkələrdəki fəaliyyətdən əldə edilən məlumatlarla tamamlanır və ya əvəz olunur [7].

Beləliklə, rəqəmsallaşma iqtisadi tədqiqatlar üçün yeni reallıq yaradır. Burada məlumatlara və onların emalı metodlarına çıxış elmi işdə həlledici amillərə çevrilir.

Böyük verilənlər texnologiyaları və onların tədqiqat metodlarına təsiri

Big Data informasiyanın həcmi, alınma sürəti və müxtəlifliyi ilə xarakterizə olunur. İqtisadiyyatda böyük verilənlərdən aşağıdakılar üçün istifadə olunur:

- İstehlakçıların seçimlərinin təhlili;
- Makroiqtisadi göstəricilərin proqnozlaşdırılması;
- Maliyyə risklərinin qiymətləndirilməsi;
- Optimal biznes strategiyalarının müəyyən edilməsi.

Statista-nın hesabatına görə, qlobal böyük məlumat texnologiyası bazarının həcmi 2024-cü ildə 274 milyard ABŞ dollarına çatdı və CAGR-də təxminən 10% böyüməyə davam edir [2].

İqtisadçılar getdikcə daha çox aşağıdakı alətlərdən istifadə edirlər:

- İlk fərziyyələr olmadan verilənlərdəki gizli asılılıqları müəyyən etməyə imkan verən maşın öyrənməsi;
- Bazarın segmentləşdirilməsi üçün istifadə edilən klaster təhlili;
- Xəbərlərdən, reportajlardan və sosial şəbəkələrdən mətn məlumatlarının təhlili üçün təbii dil emalı (NLP).

Misal:

2023-cü ildə Massachusetts Texnologiya İnstitutunun (MIT) tədqiqat qrupu sosial media yazılarının böyük verilənlərin təhlili əsasında mənzil qiymətlərindəki dəyişiklikləri proqnozlaşdırmaq üçün model işləyib hazırladı ki, bu da proqnozun 92% dəqiqliyini göstərdi [3].

Bu cür nümunələr nümayiş etdirir ki, ənənəvi metodlar onların effektivliyini artırmaq üçün yeni rəqəmsal yanaşmaların inteqrasiyasını tələb edir.

Ənənəvi ekonometrik metodların dəyişdirilməsi

İqtisadiyyat elminin klassik sahəsi kimi ekonometrika da rəqəmsal transformasiya prosesindən keçir.

Əvvəllər ekonometrika nisbətən kiçik nümunələrə və məlumatların xassələri (məsələn, normal paylanma) haqqında güclü fərziyyələrə əsaslanırdı. Bu gün məlumatların həcmi artdıqca, tədqiqatçılar aşağıdakılara doğru irəliləyirlər:

- Böyük nümunələrə stoxastik modellərin tətbiqi;
- Adaptiv proqnozlaşdırma alqoritmlərindən istifadə;
- Ekonometrik modellərin maşın öyrənmə metodları ilə inteqrasiyası (məsələn, Random Forest, Gradient Boosting).

Praktik tətbiq nümunəsi:

Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) dünyanın 150-dən çox ölkəsi üçün makroiqtisadi məlumatları təhlil etmək üçün iqtisadi artım tədqiqatlarında maşın öyrənmə alqoritmlərindən istifadə etməyə başlamışdır ki, bu da qısamüddətli ÜDM proqnozlarının dəqiqliyini 12-18% artırmışdır [4].

Beləliklə, rəqəmsallaşma ekonometrik vasitələrin modernləşdirilməsini stimullaşdırır və tətbiq olunan metodoloji yanaşmaların dairəsini genişləndirir.

Tədqiqatın rəqəmsallaşdırılmasının etik aspektləri

Rəqəmsal texnologiyaların inkişafı bir sıra etik problemləri də özündə ehtiva edir:

- Məlumatların məxfiliyinin pozulması;
- Tədqiqat iştirakçılarının anonimliyinin təmin edilməsində çətinlik;
- Böyük verilənlərin təhlilinin nəticələri ilə manipulyasiya etmək imkanı.

Beləliklə, Avropa Məlumatların Mühafizəsi Təşkilatının (EDPS) hesabatına əsasən, 2024-cü ildə rəqəmsal məlumatların təhlili əsasında aparılan tədqiqat layihələrinin təxminən 37%-i fərdi məlumatlar sahəsində hüquqi tənzimləmə ilə bağlı problemlərlə üzləşmişdir [5].

Artan tənzimləmə kontekstində (Avropada GDPR, ABŞ və Asiyada oxşar aktlar) metodoloji standartlara yenidən baxılması zəruri olur:

- Fərdi məlumatlarla işləyərkən risklərin məcburi qiymətləndirilməsinin tətbiqi;
 - İstifadə olunan alqoritmlərin şəffaflığı;
 - Rəqəmsal mühitdə tədqiqatçılar üçün etik kodların hazırlanması.
- İqtisadiyyatda yeni metodoloji modellər qurularkən bu cəhətlər nəzərə alınmalıdır.

Əsas problemlər və inkişaf perspektivləri

İqtisadi tədqiqat metodologiyasının rəqəmsallaşdırılması üçün əsas problemlər bunlardır:

- Məlumatın keyfiyyəti problemi. Böyük həcmdə məlumat həmişə yüksək representativlik və etibarlılıq demək deyil.
- Tədqiqatçıların yenidən hazırlanmasına ehtiyac. İqtisadçılar proqramlaşdırma, maşın öyrənməsi və məlumatların işlənməsi sistemlərində bacarıqlara ehtiyac duyurlar.
- Rəqəmsal bərabərsizlik riskləri. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin tədqiqatçıları üçün qabaqcıl rəqəmsal texnologiyalara çıxış məhduddur.

Metodologiyanın inkişafı üçün perspektivli istiqamətlərə aşağıdakılar daxildir:

- Rəqəmsal məlumatların emalının keyfiyyətinə dair vahid standartların formalaşdırılması;
- Maşın öyrənmə nəticələrinin şərhə üçün metodların işlənilib hazırlanması;
- Tədqiqat icmaları arasında məlumat və alqoritmlərin mübadiləsi üçün açıq platformaların yaradılması.

Nəticə

Rəqəmsal texnologiyaların inkişafı iqtisadi tədqiqatların metodologiyasına güclü təsir göstərir. Böyük verilənlərin təhlilinə keçid, maşın öyrənməsi və süni intellektdən istifadə elm üçün yeni üfüqlər açır, proqnozların dəqiqliyini və analitikanın dərinliyini artırır.

Bununla belə, yeni imkanlarla yanaşı, rəqəmsallaşma məlumatların keyfiyyəti problemlərini, etik riskləri və tədqiqatçıların səlahiyyətlərinin ciddi şəkildə yenilənməsi ehtiyacını doğurur. Bu şəraitdə elmi ictimaiyyətin vəzifəsi elmi sərtliyi və etik standartları itirmədən mövcud metodoloji yanaşmaları uyğunlaşdırmaqdan, yeni texnologiyaların integrasiyasından ibarətdir.

Ədəbiyyat

1. International Data Corporation (IDC). Worldwide Digital Transformation Spending Guide, 2024. URL: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS50285724> (дата обращения: 25.04.2025).
2. Statista. Big Data Market Size Worldwide 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/254266/global-big-data-market-forecast/> (дата обращения: 25.04.2025).
3. Smith J., Johnson L. (2024) Predictive Analytics in Real Estate: Big Data Approach // Journal of Real Estate Research. – Vol. 46, No. 3. – P. 357–375.
4. International Monetary Fund. Machine Learning Applications in Macroeconomic Forecasting. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2024/10/20/Machine-Learning-Macroeconomics> (дата обращения: 25.04.2025).
5. European Data Protection Supervisor (EDPS). Annual Report 2024. URL: https://edps.europa.eu/data-protection/our-work/annual-reports_en (дата обращения: 25.04.2025).
6. Попов С.В. (2023) Методы анализа больших данных в экономических исследованиях // Вестник экономики и права. — № 1 (67). — с. 34–42.
7. Иванова Н.П., Лебедев А.В. (2024) Цифровизация экономики: вызовы для научной методологии // Экономическая наука современной России. — № 2. — с. 55–62.

DEVELOPMENT OF THE METHODOLOGY OF ECONOMIC RESEARCH IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

F.T.Asadzadeh, K.R.Bagirov, M.R.Aghayev

SUMMARY

The article is devoted to the changes occurring in the methodology of economic research under the influence of digitalization processes. New methods of collecting, processing and analyzing economic data are considered. Special attention is paid to the use of big data technologies, machine learning and artificial intelligence. Statistical data are provided and practical examples are considered. The main problems and challenges facing the scientific community in the context of the digital transformation of the economy are highlighted.

РАЗВИТИЕ МЕТОДОЛОГИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ф.Т.Асадзаде, К.Р.Багиров, М.Р.Агаев

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена изменениям, происходящим в методологии экономических исследований под влиянием процессов цифровизации. Рассматриваются новые методы сбора, обработки и анализа экономических данных. Особое внимание уде-

лено использованию технологий больших данных, машинного обучения и искусственного интеллекта. Приведены статистические данные и рассмотрены практические примеры. Выделены основные проблемы и вызовы, стоящие перед научным сообществом в условиях цифровой трансформации экономики.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 15 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

TURİZMDƏ İSTEHLAKÇILARLA ƏLAQƏLƏRİN QURULMASI ÜÇÜN RƏQƏMSAL VASİTƏLƏR

G.A.Xudaverdiyeva, Ə.E.İbadzadə, M.E.Babayeva

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: gulnurkhudaverdieva@gmail.com

Açar sözlər: turizm, rəqəmsal marketinq, istehlakçı davranışı, COVID-19

Keywords: tourism, digital marketing, consumer behavior, COVID-19

Ключевые слова: туризм, цифровой маркетинг, поведение потребителей, COVID-19

Turizm kifayət qədər yüksək və aktiv rəqabətin mövcud olduğu dinamik inkişaf edən xidmət sahəsidir. Odur ki, turizm şirkətləri öz mövqelərini qorumaq və üstünlüklərini artırmaq üçün dünyada baş verən dəyişikliklərə operativ uyğunlaşmalı və bu sahəyə birbaşa təsir göstərməli, daha doğrusu, cəmiyyətin qloballaşma və rəqəmsallaşma tempi ilə ayaqlaşmalıdırlar. Bu proseslər sürətli reaksiya və artıq mövcud və yaxşı qurulmuş sistemə yeni mexanizmlərin daxil edilməsini tələb edir [1]. Cəmiyyətin hazırkı inkişaf mərhələsinə uyğun gələn yeni alətləri mənimsəmədən turizm şirkətlərinin rəqabət üstünlüyünü saxlamaq şansı olmayacaq [2]. Odur ki, indi bütün mövcud rəqəmsal marketinq imkanlarından istifadə etmək və getdikcə tələbkarlaşan istehlakçının bütün ehtiyaclarına cavab verən yeniliklər yaratmaq lazımdır.

Tez-tez sinonim kimi istifadə edilə bilən bir neçə termin (e-marketing, rəqəmsal marketinq, internet marketinqi) var ki, bu da bir o qədər də düzgün deyil. İnternet marketinqi ən sadə mənada marketinq məqsədlərinə çatmaq üçün İnternet texnologiyalarından istifadə kimi müəyyən edilə bilər [3]. Elektron və rəqəmsal marketinq anlayışları daha genişdir. Bəzi tədqiqatçılar terminləri bir-birini əvəz edə bilən hesab edir və izah edirlər ki, e-marketing getdikcə rəqəmsal marketinq konsepsiyası ilə əvəzlənən köhnə anlayışdır [4]. Buna görə də başlamaq üçün rəqəmsal marketinq konsepsiyasına nəyin daxil olduğunu müəyyənləşdirməyə dəyər. Vahid, ümumi qəbul edilmiş tərif yoxdur, buna görə də ən ümumi olanları təhlil etmək və onları ən vacib aspektləri özündə cəmləşdirəcək ümumi birinə endirmək lazımdır.

Amerikalı tədqiqatçılar C.Ştrauss və R.Frost elektron marketinqi “fərdlərin və təşkilatların məqsədlərinə cavab verən sonrakı mübadilə üçün müxtəlif konsepsiyaların planlaşdırılması və həyata keçirilməsi, qiymətlərin təyin edilməsi üçün elektron məlumatların və proqramların istifadəsi” kimi müəyyən etmişlər [5].

Sonradan, ədəbiyyat təhlilindən göründüyü kimi, “rəqəmsal marketinq” termini öz mənasını genişləndirdi: rəqəmsal kanallardan istifadə etməklə sadə marketinqdən müştəriləri cəlb etməyə, onlarla sonradan ünsiyyətə və onları saxlamağa yönəlmiş rəqəmsal texnologiyaların istifadəsinə əsaslanan prosesə qədər [6].

Turizmdə yeni texnologiyalar və istehlakçı münasibətləri

- content-marketing - müvafiq rəqəmsal məzmun vasitəsilə müştəri ehtiyaclarının müəyyən edilməsini, proqnozlaşdırılmasını və təmin edilməsini əhatə edən prosesdir;

- e-poçt marketinqi - "auditoriyaya kommersiya və ya xeyriyyə mesajlarının çatdırılması vasitəsi kimi elektron poçtdan istifadə edən birbaşa marketinq forması" [7];
- axtarış sisteminin optimallaşdırılması və ya SEO - bir və ya bir neçə axtarış sistemində görünmə qabiliyyətini yaxşılaşdırmaq üçün marketinq və ya texniki planın hazırlanması prosesidir";
- kontekstli reklam – “ümumi internet səhifəsinin məzmununda kommersiya reklamının yerləşdirilməsi”;
- mobil marketinq – mobil cihazların marketinq kommunikasiyası vasitəsi kimi istifadəsi;
- sosial şəbəkələr - məzmunundan istifadə edərək müştərini brend haqqında məlumatlandırma biləcəyiniz kanallar və platformalar toplusu;
- viral marketinq - İnternetdə ağızdan ağıza yayılma ;
- onlayn PR – “ictimaiyyətlə əlaqələr üçün sosial mediadan istifadə”;
- media reklamı (onlayn media və reklam);
- şirkət veb-saytı.

Turizmdə rəqəmsal marketinq alətləri

Bəzi tədqiqatçılar hesab edirlər ki, turizm sektorundakı istehlakçılar səyahətlə bağlı seçimlərində rəqəmsal marketinqdən daha çox təsirlənə bilər. Çox vaxt müştəri hər hansı bir sualı və ya hər hansı problemi olarsa, istədiyi vaxt satın aldığı və ya xidmət almağı planlaşdırdığı şirkətlə əlaqə saxlaya biləcəyini gözləyir. Rəqəmsal marketinq alətlərinə sahib olmaq şirkətə 24/7 müştəri üçün əlçatan olmağa və daha çox əlaqə nöqtəsi yaratmağa kömək edir. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, turizm şirkətləri fiziki məhsullar deyil, xidmətlər təklif edirlər. Onlar maddi şeylərlə müqayisədə bəzi spesifik keyfiyyətlərə malikdirlər: qeyri-maddilik, mənbədən ayrılmazlıq (istehlakçı öz provayderinin iştirakı ilə xidməti aldıqda), keyfiyyətin uyğunsuzluğu, bərpa olunmaması. Məhz qeyri-maddilik xidmətlərin əsas xüsusiyyətlərindən biridir, çünki istehlakçı xidməti əlində tuta, ona toxuna və fiziki olaraq yoxlaya bilmədiyi üçün “kor-koranə” qərar verməli olur.

Bəzi araşdırmalara görə, turizm sektorunda istehlakçı davranışına təsir edən uzun müddətdir mövcud olan amillərlə yanaşı (qərar vermə xüsusiyyətləri, dəyərlər, motivasiya, özünə hörmət və şəxsiyyət, gözləntilər, münasibətlər, qavrayışlar, məmnunluq, inam və sədaqət) daha üç faktor var: texnologiya, etik istehlak (istehsal olunan məhsul və xidmətlərin satın alınması və ətraf mühitə ən az ziyan vurmaqla).

Artıq tanınmış rəqəmsal marketinq alətlərinə əlavə olaraq, turizmdə istehlakçılarla qarşılıqlı əlaqə üçün yaxşı uyğun gələn bəzi digərlərini qeyd etmək lazımdır. Məsələn, hekayə. İndiki vaxtda insanlar sosial şəbəkələr vasitəsilə həyatlarında baş verənləri paylaşmağı sevirilər və bunun sayəsində bu alət rəqəmsal formatda aktiv şəkildə istifadə olunmağa başlayıb. E-poçt marketinqi səyahətçiləri səyahət hekayələrini danışmağa və təcrübələrini bölüşməyə təşviq edə bilər ki, bu da başqalarını eyni təcrübələrə və oxşar təcrübələrə sahib olmağa təşviq edəcək [8]. Ayrı-ayrılıqda nəzərdən keçirilməli olan başqa bir vasitə bloqdur (tarixli qeydlərin tərs xronoloji ardıcılıqla düzüldüyü və mətn, şəkillər və multimedia ehtiva edən tez-tez redaktə edilən veb səhifələr). Belə bloqların populyarlığının zirvəsini 2007-2008-ci illər adlandırmaq olar, çünki bundan sonra videobloqlar adı mətn bloqlarını əvəz etdi. Orijinal formada ən populyar tanıtım vasitəsi olmasa da, turizm sənayesində kifayət qədər tətbiq olunur. Bir çox səyahət agentləri və bə-

lödçiləri bloqqlərdir, öz səhifələrini (bloqlarını) idarə edirlər: fərdi, rəqəmsal platformalarda və ya şirkət saytlarında. Həmçinin, bu sahədəki əksər işəgötürənlər işçilərinə yeni tendensiyalardan xəbərdar olmaq üçün müasir bloqosferanı izləməyi tapşırırlar. Hazırda Rusiyada Yandex.Zen və ya Telegram messengeri kimi bloqçuluq üçün yeni platformalar yaranır, istifadəçilərinin sayı artmaqda davam edir. Bu, turizm agentlikləri üçün öz xidmətləri, cəlbəedici istiqamətlər və s. haqqında məlumatı maneəsiz şəkildə bölüşmək üçün əla fürsətdir.

Bloqların üstünlüyü ondan ibarətdir ki, onlar sosial şəbəkələrdəki qısa yazılardan daha mənalı, ətraflı məlumat verirlər. Əlbəttə ki, veb-saytlarda olduğu kimi, istifadəçi interaktivlik səviyyəsini, təqdim olunan məlumatların keyfiyyətini və əyləncə məzmununu qiymətləndirir. Yuxarıda göstərilən meyarları yüksək səviyyədə saxlamaqla istehlakçını məmnun etmək və onun etibarını qazanmaq olar ki, bu da göstərilən xidmətlərin müvafiq keyfiyyəti ilə təkrar alış-verişə və həqiqi istehlakçı loyallığına səbəb olur. Bununla belə, bloqlar sosial media ilə müqayisədə daha az maraqlı onlayn platformalar olaraq qalır. Turizm xidmətlərinin sosial şəbəkələrdə yüksək keyfiyyətli təbliği bu gün zəruridir, çünki bu platformalarda yerləşdirilən məzmunun səviyyəsi ilk növbədə istehlakçının nə dərəcədə maraqlı olduğunu və onu alış-veriş etməyə sövq edib-etməyəcəyini müəyyən edəcək.

Təbii ki, COVID-19 pandemiyası turizm sənayesinə də öz təsirini göstərmişdir. Bu, nəinki maddi itkilərə və bu xidmətlərə tələbin azalmasına səbəb oldu, həm də turizm agentliklərini onlayn kanalların inkişafına təkan verdi. Səyahət agentlikləri yeni reallıqlara uyğunlaşmalı və xidmətlərini tanımaq üçün strategiyalarını dəyişməli idilər. COVID-19 pandemiyası səbəbindən dünya intensiv rəqəmsallaşmanı yaşayır. Turizm sənayesi şirkətlərə istehlakçılarla davamlı dialoq aparmağa və onlarla əlaqələri inkişaf etdirməyə kömək edən rəqəmsal platformaları fəal şəkildə işə salır. Məsələn, 2021-ci ilin iyul-sentyabr aylarında Google Play və iOS-da səyahət kateqoriyasında tətbiq yükləmələri müvafiq olaraq 35% və 15% artıb və turizm sənayesində chatbotlardan istifadə son dörd il ərzində 11 dəfə artıb. Üstəlik, pandemiya turizmdə virtual reallığın inkişafı üçün katalizatora çevrilmişdir. VR turizmi “kompüter texnologiyasından istifadə etməklə yaradılan üçölçülü mühit vasitəsilə turistlərə virtual təcrübələr təqdim edən texnologiyaya əsaslanan səyahət təcrübəsidir” — turizm xidmətlərinin təşviqi yollarından birinə çevrilmişdir. Məsələ bu tendensiyaların uzunmüddətli olub-olmamasıdır.

Nəticə

Beləliklə, son on ildə informasiya-kommunikasiya texnologiyaları turizm sektorunda inqilab etdi. Rəqəmsal marketing alətləri həqiqətən turizm kommunikasiyalarının idarə edilməsində faydalıdır və həmçinin daha çox müştəriyə uyğun xidmətlər yaratmağa kömək edir. Rəqəmsal vasitələrin təqdim etdiyi bütün imkanlara baxmayaraq, bəzi risklər və çətinliklər də mövcuddur. Məsələn, yeni rəqəmsal texnologiyalardan istifadə etməyi öyrənmək üçün əlavə pul və vaxt tələb oluna bilər və texnologiyanın bu günlərdə inkişaf sürətini nəzərə alsaq, bu, çətin iş ola bilər. Bununla belə, şirkət bazarda güclü və davamlı mövqeyə sahib olmağı gözlədiyi təqdirdə, səyahət şirkətlərinin marketing strategiyasına rəqəmsal vasitələrin daxil edilməsi qaçılmazdır.

Ədəbiyyat

1. Герасименко В.В., Слепенкова Е.М. (2019) Трансформация методов и инструментов конкурентного анализа в условиях цифровой экономики // Вестник Московского Университета. Серия 6. Экономика. — № 6. — с.126–146.
2. Морозов М.А., Морозова Н.С. (2020) Как современные технологии меняют сферу туризма и подход к организации бизнеса // Сервис в России и за рубежом. — Т.14. — № 2 (89). — с.205-211
3. Maurer, C. (2021) Digital Marketing in Tourism. Handbook of E-Tourism, 1–24. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_82-1
4. Strauss, J., & Frost, R. (2006) E-Marketing: International Edition, 6th Edition, 183
5. Kannan, P.K., & Li, H. «Alice» (2017) Digital marketing: A framework, review and research agenda. International Journal of Research in Marketing, 34 (1), 22–45.<https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
6. American Marketing Association. (2022) What is digital marketing? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ama.org/pages/what-is-digital-marketing/>
7. Sung, E.C. (2021) The effects of augmented reality mobile app advertising: Viral marketing via shared social experience. Journal of Business Research, 122, 75–87
8. Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J.C., Iandolo, F., & Fisk, R. (2019) Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age. Cities, 87, 10–20. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.12.025>

DIGITAL TOOLS FOR BUILDING RELATIONSHIPS WITH CONSUMERS IN TOURISM

G.A.Khudaverdiyeva, A.E.Ibadzadeh, M.E.Babayeva

SUMMARY

Despite international events and other external factors, the tourism industry remains one of the fastest growing service sectors. Part of the catalyst for development is the digitalization of society, which creates new challenges for this industry. In this article, the ways to use digital marketing and its tools in tourism are discussed. The analysis of digital marketing tools and the possibilities of using them to build interactive relationships with consumers in the tourism industry is presented. In order to identify the main methods of using digital marketing tools in tourism, an analysis of scientific articles and other secondary sources of information is conducted, and the current situation in the tourism market is reviewed, taking into account a number of external circumstances. Also, the growing need to study digital marketing trends and accelerate their application in the tourism sector so that tourism companies can increase their competitive advantages and make the tourism product more convenient for customers is discussed.

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ ОТНОШЕНИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Г.А.Худавердиева, А.Э.Ибадзаде, М.Э.Бабаева

РЕЗЮМЕ

Несмотря на разного рода международные события и другие внешние факторы, туристическая индустрия остается одной из самых быстрорастущих секторов услуг. Одним из катализаторов роста является цифровизация общества, которая создает новые вызовы для этой отрасли. В данной статье изучаются способы использования цифрового маркетинга и его инструментов в сфере туризма. Представлен анализ инструментов цифрового маркетинга и возможностей их использования для построения интерактивных отношений с потребителями в сфере туризма. Для выявления основных методов использования инструментов цифрового маркетинга в туризме проведен анализ научных статей и других вторичных источников информации, а также рассмотрена текущая ситуация на рынке туризма с учетом ряда внешних обстоятельств. Также обсуждается растущая потребность в изучении тенденций цифрового маркетинга и ускорении их внедрения в сфере туризма, чтобы туристические компании могли повысить свои конкурентные преимущества и сделать туристический продукт более удобным для клиентов.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 15 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

UOT № 339.33

LİZİNQIN YARANMASI, ZƏRURƏTİ VƏ İQTİSADİYYATDA ROLU

K.G.Nəsibov, M.Z.Əlizadə, S.V.Şaliyev

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: nesibov.vip19@gmail.com

Açar sözlər: lizinq, mülkiyyət, lizinq şirkətləri

Keywords: leasing, property, leasing companies

Ключевые слова: лизинг, имущество, лизинговые компании

Malik olduğu iqtisadi mahiyyət və məzmununa görə lizinq əməliyyatlarının izahına müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. L.Taraseviç və A.Dobrinin öz əsərlərində lizinq kreditləşmənin müasir formalarından biri kimi qiymətləndirirdilər [1].

O.Lavruşin lizinq əməliyyatlarını malik olduğu digər iqtisadi mahiyyətinə görə “kredit-icarə” adlandırırdı. İqtisadi ədəbiyyatda tez-tez rast gəlinən mühüm yanaşmalardan biri lizinqin birbaşa investisiyalara aid edilməsidir. Belə yanaşmaya V.Vidyapinin və Q.Juravlyovun əsərlərində rast gəlinir [2].

Lizinq əməliyyatlarının getdikcə inkişaf edən iqtisadiyyatda daha çox istifadə edilməsi, onun sərhədlərinin, əhatə dairəsinin böyüməsi bu əməliyyat növünü bazar infrastrukturunun zəruri elementinə çevirmişdir. Belə bir yanaşmaya S.R.İbrahimovanın əsərlərində rast gəlinir [3].

Lizinq bir çox əlamətlərinə və prinsiplərinə görə investisiyaya, kreditə və icarə əməliyyatlarına uyğun və oxşardır. Belə oxşarlıq və uyğunluq əlamətlərinə görə M.M.Bağırov lizinq əmlakın icarəsi əməliyyatı adlandırır.

Qeyd edilən yanaşmaların hər birinin məntiqəuyğun əsası vardır. Lizinqin kreditləşmənin müasir formalarından biri kimi izah olunması ona əsaslanır ki, lizinq əməliyyatlarının həyata keçirilməsi prinsipləri, yəni ödənişlik, müddətliklik, qaytarılma, məqsədlilik və təminatlılıq prinsipləri eyni ilə kreditləşmə əməliyyatlarında olduğu kimidir.

Mülkiyyət münasibətlərinin getdikcə inkişaf etməsi ona gətirib çıxardı ki, daşınar əmlakın lizinqə verilməsi İngiltərədə qanunvericilik qaydasında XVIII əsrin axırlarında geniş yayılmağa başladı. XIX əsrdə bu ölkədə daşınar əşyalar içərisində daha çox kənd təsərrüfatı istehsal alətləri lizinqə verilirdi. Burada sənayenin güclü inkişaf etməsi və müxtəlif növ avadanlıqların istehsalının artması nəticəsində XX əsrin əvvəllərinə lizinqə verilən daşınar əmlakın sayı həddən artıq çoxalmışdı. Bu ölkədə gəmi yol nəqliyyatının və kömür istehsalının vüsət alması XIX əsrin sonu və XX əsrin əvvəllərində lizinq bazasının xeyli dərəcədə genişlənməsinə gətirib çıxardı. Məhz elə bu sahələrin daha sürətlə inkişaf etməsində lizinqin rolu əvəzsiz olmuşdu. Kömür istehsalının çoxalması onun daşınması üçün çoxlu sayda vaqonların olmasını tələb edirdi. İstehsalçılar isə bunun üçün zəruri olan külli miqdarda vəsaitə malik deyildilər. Elə bu zərurət lokomotivləri və vaqonları icarəyə verə bilən yeni müəssisələrin meydana gəlməsinə təkan verdi. Həmin müəssisələr vəsaitlərini daha etibarlı yerləşdirərək, lokomotiv və vaqonları kömür istehsalçılarına uzun müd-

dəyərlərin lizinqə verməyə başladılar.

İngiltərədə lizinq inkişafında yeni bir mərhələ XIX əsrin sonlarında, daha doğrusu 1889-cu ildə traktorlar haqqında qanun qəbul edilməsi ilə başladı. Bu qanun qəbul edilməsinə qədər icarə-satış müqaviləsi icarə müqaviləsi sayılırdı. Bu müqavilənin əvvəlcədən müəyyən edilmiş müddəti başa çatdığı halda icarəçi icarəyə verilən əmlaka mülkiyyət hüququnu əldə edirdi. Bu onun hüququ yox, vəzifəsi sayılırdı. Daha doğrusu bu mülkiyyət üzərində hüquq məcburi qaydada, mütləq icarəçiyə keçirdi. Qeyd edilən qanun qəbul edildikdən sonra isə icarə satqı müqaviləsi elə şərtlərlə müəyyən edildi ki, həmin şərtlərə görə icarəçi icarəyə verilən əmlakı satın ala bilərdi. Lakin bu onun vəzifəsi yox, hüquqi hesab edilirdi. Belə dəyişiklik nəticəsində ölkədə getdikcə lizinq bazarı daha da təkmilləşməyə doğru gedirdi [4].

Araşdırmalar sübut edir ki, dünya bazarında lizinq xidmətlərinin formalaşmasına təsir edən amillər aşağıdakılardan ibarətdir:

- likvid vəsaitlərin həcmnin kifayət qədər olmaması;
 - investisiyaların optimallaşdırılmasına sövq edən rəqabətin güclənməsi;
 - istehsalın genişləndirilməsi məqsədilə müəssisələrin zəruri maliyyə resurslarının ayırması
- imkanlarını məhdudlaşdıran mənfəətin azaldılması.

XIX əsrin 70-ci illərində ABŞ-da Kleyton qanunu qəbul edildikdən sonra qiymət ayrılma-seçkiliyi şəraitində, yəni qeyri-mükəmməl rəqabətin mövcud olduğu şəraitdə eyni əməliyyata müxtəlif səviyyəli qiymətin qoyulması qadağan edildi. Bununla da lizinqalanlar üçün əlverişli olmayan bir çox şərtlər ləğv olundu və lizinq bazarı daha da inkişaf etməyə başladı.

Həmin dövrlərdə ABŞ-da lizinqin sürətli inkişafını əks etdirən digər bir sahədəki fəaliyyət növü idi. Tarixi mənbələr göstərirdi ki, ABŞ-ın məşhur telefon şirkəti olan "Bell" (Bell Telephone Company) telefon aparatlarının geniş miqyasda yayılması üçün lizinqdən istifadə etmişdir. Şirkət öz telefon aparatlarının satışından daha çox onların lizinqə verilməsi vasitəsilə gəlir götürəcəyinə inanır və 1877-ci ildə satışını ləğv edərək telefon aparatlarını öz müştərilərinə icarə verməyə başlamışdır. Bir sıra tarixçilər və Avstriya tədqiqatçısı V.Xoyer öz əsərlərində məhz iqtisadi ədəbiyyatlarda lizinqin ilk dəfə işlədilməsini 1877-ci ildə həmin telefon şirkətinin apardığı əməliyyatlar nəticəsində baş verdiyini göstərir [5]. Tarixi mənbələr sübut edir ki, ötən əsrin əvvəllərində Amerika Birləşmiş Ştatlarında iqtisadi münasibətlərin sürətlə inkişaf etməsi, yeni münasibətlərin formalaşması nəticəsində istehsalçılarda öz iqtisadi fəaliyyətlərinin maliyyələşdirilməsinin yeni formalarının tətbiq edilməsinə maraq artdı. Belə formalardan biri isə əməliyyat üçün hissə-hissə yəni mərhələlərlə qismən kredit vermək və eyni qayda ilə onun qaytarılmasını təmin etməkdən ibarət idi. Müştəri onun fəaliyyəti üçün zəruri olan texnika, qurğu, avadanlıq, bina, torpaq və s. fəaliyyətinə müqavilə əsasında cəlb etməyə və onların pulunu satıcıya müəyyən edilmiş qrafik əsasında hissə-hissə ödəməyə başladı. Məhz bu proses nəticəsində satıcı tərəfindən icarəçiyə fəaliyyət üçün zəruri olan əmlakın lizinq yolu ilə verilməsinin əsası, bünövrəsi qoyuldu [5]. Tədqiqatlar göstərir ki, lizinq əməliyyatlarının inkişaf etdirilməsində, onun iqtisadi fəaliyyət növü kimi formalaşmasında ABŞ-ın rolu əvəzsizdir. Bu əməliyyat növünün strukturlaşması, idarəetmə mexanizminin təşkili və təkmilləşdirilməsi, müxtəlif mənbələr hesabına maliyyələşdirilmənin aparılması üsul, qayda formaları məhz bu ölkədə ötən əsrin ortalarından başlayaraq daha da geniş yayılmışdır. Mənbələrin sübut etdiyi kimi İkinci Dünya müharibəsindən sonra ABŞ-da li-

zing əməliyyatları daha təkmil xarakter almışdır. Bunun bir neçə səbəbi var.

Birinci səbəb ondan ibarət idi ki, ölkə iqtisadiyyatı güclü inkişaf edirdi və iqtisadiyyatın sahələrinin sürətli inkişafını təmin etmək üçün daha mütərəqqi maliyyələşmə üsulların tətbiq etmək zərurəti var idi.

İkinci səbəb ondan ibarət idi ki, bu ölkədə -elmi texniki inkişaf sürətlə gedirdi və bunun nəticəsində isə istehsalçılar öz texniki arsenalını yeniləmək məcburiyyətində qalırdılar. Bu prosesi uğurla idarə etmək üçün lizinq çox səmərəli vasitə idi.

Üçüncü səbəb ondan ibarət idi ki, ölkədə sabit maliyyə bazarı və onun fonunda etibarlı kredit bazarı yaranmışdı ki, bu bazarın resurslarını səmərəli və etibarlı qaydada istifadə etmək üçün lizinq bazarı çox əlverişli idi.

Lizinqin təsərrüfatda böyük vüsət almasını və iqtisadiyyatda onun artım əhəmiyyətini görən ABŞ hökuməti lizinqin inkişafı, təşkili, təkmilləşdirilməsi ilə, əlaqədar zəruri dövlət proqramı qəbul etdi. Bu səbəbdən də bir çox alimlər ABŞ-ı lizinqin yeni bir sahibkarlıq fəaliyyəti növü, biznes növü kimi meydana gəlmisinin vətəni sayırlar [6].

Ötən əsrin ikinci yarısının əvvəllərində ABŞ-da yerinə yetirilmiş lizinq əməliyyatlarının həcmi bir milyard dollar olmuş, növbəti iyirmi il ərzində onun həcmi yüz dəfə artmışdır. Bu sahənin səmərəli fəaliyyət göstərməsi nəticəsində lizinqin tərəfdarları, istifadəçiləri daha da çoxalmış və ən müxtəlif maliyyə qrupları, o cümlədən banklar da lizinq əməliyyatı ilə məşğul olmağa başlamışlar. Vəziyyəti nəzərə alaraq Amerika Mərkəzi Bankının (FES) Müdirlər şurası 1971-ci ildə lizinq əməliyyatları ilə əlaqədar xüsusi qərar qəbul etdi. Həmin tarixli qərara əsasən lizinq əməliyyatları aparmaq üçün banklara icazə verildi. Bunun üçün banklar lizinq firması yarada bilər və ya bankın lizinq şöbəsini yaradaraq bu fəaliyyət növü ilə məşğul ola bilərdilər. Qərara əsasən banklar lizinqə həm daşınar, həm də danışmaz əmlakı verə bilərdilər. ABŞ hökuməti iqtisadiyyatda lizinqin artan rolu və əhəmiyyətini görərək, bu biznes növünü daha da inkişaf etdirmək məqsədilə ötən əsrin 70-ci illərinin əvvəlində lizinq şirkətləri üçün kredit resursları bazarını yaratmaqla prosesə güclü təkan verdi.

Bütün parametrləri ilə tərəflərin maraqlarını təmin edən lizinq əməliyyatlarının əhəmiyyətini nəzərə alan ABŞ hökuməti bu fəaliyyət növünü ötən əsrin 60-cı illərindən başlayaraq Avropa ölkələrində tətbiq etməyə başladılar. Həmin dövrlərdə Avropa ölkələrində lizinq şirkətləri yaranmağa başladılar. Qısa müddət ərzində Avropada lizinq bazarının hüququ statusu, vəzifə və funksiyaları müəyyən edildi. Bu əsasda da qeyd edilən bazar sürətlə inkişaf etdi.

Lizinq əməliyyatlarından ölkə iqtisadiyyatının inkişafında geniş istifadə edən Avropa dövlətlərindən biri İtaliyadır. Bu ölkədə lizinq şirkətləri ötən əsrin 50-ci illərinin sonu, 60-cı illərin əvvəllərində yaradılmağa başlamışdır. Mənbələrin məlumatına əsasən rəsmi surətdə qeydiyyatdan keçən ilk lizinq şirkəti İtaliyada 1963-cü ildə yaradılmışdır [7]. Dövlətin bu biznes sahəsi üçün yaratdığı münbit şərait nəticəsində 20 il ərzində burada 2000-dən çox lizinq şirkəti yaradılaraq fəaliyyət göstərmişdir. İtaliyanın bir neçə iri lizinq şirkətləri beynəlxalq lizinqlə məşğul olaraq daha geniş miqyasda fəaliyyət göstərmiş və səmərəli nəticələr əldə etmişlər. Onlara aşağıdakılar aid edilə bilər: "İtaliz", "Lokat", "Savalizinq", "Lokafit", "Gentrolizinq". Belə iri lizinq şirkətləri ölkədə və xaricdə fəaliyyət göstərən 30 mindən çox müəssisəyə müxtəlif lizinq xidmətləri təqdim edirdilər.

Ötən əsrin 90-cı illərinə yaxın İtaliyada fəaliyyət göstərən ilk iyirmilikdə yer alan lizinq şirkətləri ölkənin lizinq bazarında aparılan əməliyyatların 80%-ni özündə cəmləşdirirdi. Mənbələr sübut edir ki, Fransada olduğu kimi bu ölkədə də iqtisadiyyatın sürətli in-

kişafında lizinqin xüsusi rolu və əhəmiyyəti olmuşdur [7].

Lizinq əməliyyatlarının iqtisadiyyatda rolunu müəyyən edən çoxsaylı parametrlər mövcuddur. Bunlar hər şeydən əvvəl bu əməliyyatın investisiya prosesində və eyni zamanda maliyyə sektorunda vasitəçiliyin inkişaf etdirilməsi faktoru ilə əlaqədardır. Lizinq əməliyyatlarında investisiyalardan istifadə edilməsi üçün bu tip vəsaitlərin istifadəsi üzrə qərarın qəbul edilməsi, seçilmiş istiqamətdə məqsədin müəyyən edilməsi, investisiya qoyulacaq lizinq obyektinin seçilməsi, əməliyyatın təşkili, tənzimlənməsi, idarə edilməsi və nəticələrin qiymətləndirilməsi kimi mühüm məsələlərin həlli məhz lizinqin rolu ilə əlaqədardır. Məhz bu əməliyyat, yəni lizinq əməliyyatı vasitəsilə sərbəst pul vəsaitləri və digər mənbəli maliyyə vəsaitləri real sektorda uzunmüddətli aktivlərə çevrilərək yeni dəyər yaratmaq mənbəyinə çevrilirlər [9].

Lizinq əməliyyatlarının iqtisadiyyatda yaratmış olduğu səmərəni nəzərə alaraq, onun digər əməliyyatlarla müqayisədəki üstünlüklərini müəyyən etmək olar. Onlara aşağıdakıları aid edə bilərik: lizinq əməliyyatları əsas kapitalın yenilənməsi üsulu kimi çıxış edərək, yeni texnika və texnologiyanın tətbiqini təmin edir və sürətləndirir; bu əməliyyatlar zamanı biznes fəaliyyəti ilə məşğul olaraq lizinqgötürən rolunda çıxış edən subyektin maliyyə vəsaitlərindən istifadə olunmur; bu əməliyyatlarda lizinq götürəndən girov tələb olunmur, eyni zamanda onun kredit qabiliyyətini sübut etməyə ehtiyac yaranmır; bu əməliyyat öz-özünü maliyyələşdirir, çünki lizinqdən əldə edilən gəlir təkrar fasiləsiz fəaliyyətin təşkili üçün mənbə rolunu oynayır; kredit əməliyyatlarında olduğu kimi əvvəlcədən ödəniş və ya müəyyən qədər dəyərdə aktivlərə malik olmaq tələbi yaranmır; bu əməliyyatlar üzrə tərtib edilmiş aylıq ödəniş tələbi lizinq obyektindən dərhal istifadə zərurəti yaradır və s. [10].

Ədəbiyyat

1. Добрынин А.И., Тарасевич Л.С. (2002) Экономическая теория. Учебник. Издательство СПГУЭФ, 526 с.
2. Видяпина В.И., Г.П. Журавлева. (2002) Экономическая теория. Учебник. Издательство СПГУЭФ, 536 с.
3. S.R.Ibrahimova. (2024) Monetary stabilization policy the financial crisis, XIV International scientific conference. Tokyo, Japan
4. M.M.Orucov. (2020) Milli iqtisadiyyatın müasir inkişaf modeli. OYU. Ped.xəb., №54
5. M.M.Orucov. (2024) İlham Əliyevin prezidentliyi dövründə Azərbaycan iqtisadiyyatı: 20 ildə qət olunmuş uzun yol, OYU-nin Elmi və Pedaqoji xəbərləri, № 63
6. M.M.Orucov. (2024) Elements of credit policy and stimulation of credit investments in the real economy. Sciences of Europe (Praha, Czech Republic), № 153
7. Ibrahimova S.R. (2024) Diversification of economy of the Republic of Azerbaijan on the base of sustainable development of non-oil sector. XIV International scientific conference. Toronto, Canada
8. M.M.Orucov. (2025) New trends and challenges to the global economy. XIV International Scientific Conference. Stockholm, Sweden
9. Ibrahimova S.R. (2025) Application of money supply targeting regime within the framework of monetary policy. International scientific conference. Seoul, South Korea

**THE EMERGENCE OF LEASING, ITS NECESSITY
AND ROLE IN ECONOMY**

K.G.Nasibov, M.Z.Alizadeh, S.V.Shaliyev

SUMMARY

This article focuses on the emergence of leasing, its necessity and its role in the economy. The path of the market emergence and the need for leasing development based on the use of innovative methods at the present stage are analyzed.

**ВОЗНИКНОВЕНИЕ ЛИЗИНГА, ЕГО НЕОБХОДИМОСТЬ
И РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ**

К.Г.Насибов, М.З.Ализаде, С.В.Шалиев

РЕЗЮМЕ

В статье основное внимание уделяется возникновению лизинга, его необходимости и роли в экономике. Представлен анализ путей возникновения рынка и необходимость развития лизинга на основе применения инновационных методов на современном этапе.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 15 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

UOT № 330.101.54

**AZƏRBAYCANDA ƏHALİNİN GƏLİRLƏRİNƏ TƏSİR EDƏN
MAKROİQTİSADI GÖSTƏRİCİLƏRİN DİNAMİKASININ
MÜQAYİSƏLİ TƏHLİLİ**

K.M.Qəhrəmanov, Ç.Ş.Seyfullayeva, A.T.İsmaylova

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: gahramanovkenan.505@gmail.com

Açar sözlər: makroiqtisadi göstəricilər, əhalinin gəliri, investisiya, kredit, cari hesabın saldosu

Keywords: macroeconomic indicators, household income, investment, credit, current account balance

Ключевые слова: макроэкономические показатели, доходы населения, инвестиции, кредит, сальдо текущего счета

Giriş

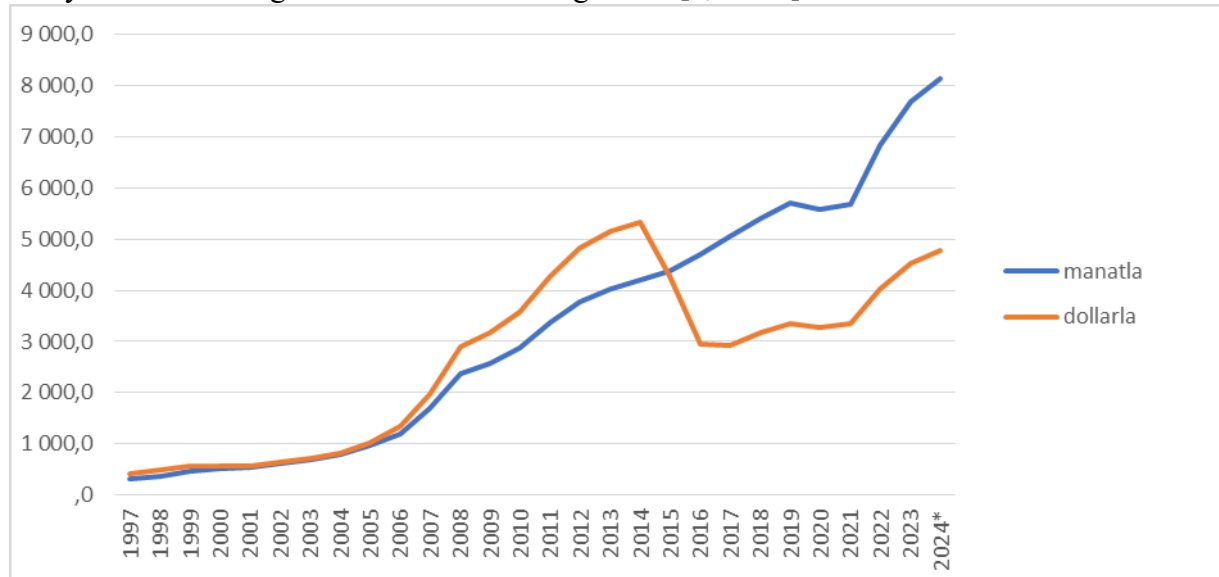
Müasir dövrdə əhalinin gəlir səviyyəsinin mövcud vəziyyəti və dinamikası istənilən ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının mühüm göstəricisi hesab olunur. Qlobal iqtisadi qeyri-sabitlik, valyuta dəyişkənliyi və daxili maliyyə siyasətində baş verən transformasiyalar şəraitində vətəndaşların gəlirlərinə təsir edən amillərin öyrənilməsi xüsusilə aktuallaşır. İnkişaf etməkdə olan iqtisadiyyata və xarici ticarət axınlarından yüksək asılılığa malik olan Azərbaycan üçün əhalinin gəlirləri makroiqtisadi proseslərlə sıx bağlıdır.

Son illərdə Azərbaycan iqtisadiyyatında həm daxili struktur islahatları, həm də xarici çağırışlarla – o cümlədən neft şokları, devalvasiyalar və pandemiyanın nəticələri ilə bağlı – mühüm dəyişikliklər baş vermişdir. Bu kontekstdə kredit qoyuluşlarının həcmi, əsas kapitalla yatırılan investisiyalar, tədiyə balansının cari hesabı və əsas fondların dəyəri kimi əsas makroiqtisadi göstəricilərin təhlili, eləcə də onların real və nominal gəlirlərə təsiri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir [1, s.51].

Bu tədqiqatın məqsədi qeyd olunan makroiqtisadi göstəricilərin dinamikasının müqayisəli təhlilini aparmaq və onların 2014–2023-cü illər dövründə milli və xarici valyutada ifadə olunan gəlirlərə təsir dərəcəsini qiymətləndirməkdir. Təhlil rəsmi statistik məlumatlara əsaslanır. Əldə olunan nəticələr dövlətin iqtisadi siyasəti ilə əhalinin rifah səviyyəsi arasında qarşılıqlı əlaqənin daha dərinədən başa düşülməsinə, eləcə də gəlirlərin davamlı artımına şərait yaradan və ya əngəl törədən amillərin müəyyən edilməsinə imkan verir [2, s.33].

Əsas hissə. Makroiqtisadi göstəricilərlə əhalinin gəlir səviyyəsi arasında qarşılıqlı əlaqə məsələsi iqtisadi elmdə geniş şəkildə tədqiq olunur. Klassik makroiqtisadi nəzəriyyəyə görə, investisiyalar, kreditləşmə, əsas kapitalın formalaşması və tədiyə balansı kimi amillər gəlirlərin və iqtisadi artımın əsas hərəkətverici qüvvələri kimi çıxış edir. Bu qarşılıqlı əlaqələr həm neokeynsian, həm də institusional yanaşmalarda əks olunmuşdur [3, s.889].

Post-sovet məkanında aparılan tədqiqatlar uzunmüddətli gəlir artımını müəyyən edən əsas amillərdən biri kimi əsas kapitalla yatırılan investisiyaların əhəmiyyətini vurğulayır [4, s.49]. Bundan əlavə, makromaliyyə sabitliyi qorunduğu halda, kredit qoyuluşlarının genişlənməsi istehlak və sahibkarlıq fəallığını stimullaşdırır ki, bu da dolayısı ilə əhalinin gəlirlərinə müsbət təsir göstərir [3, s.756].



Şəkil 1. Əhalinin gəlirləri - manat və dollar ilə

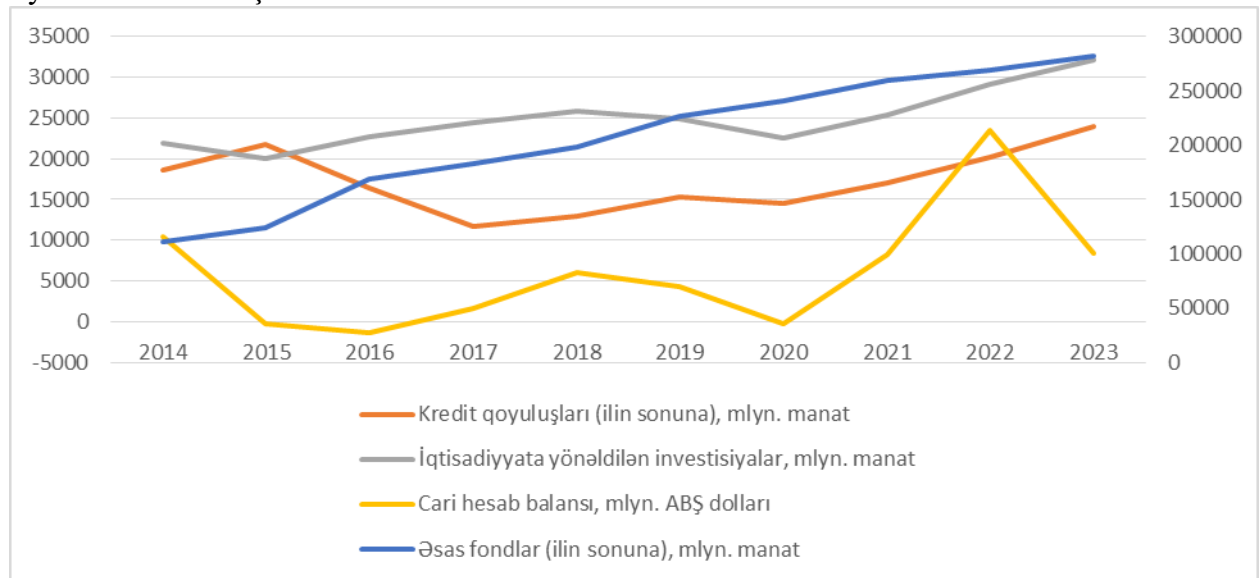
Mənbə: [5]

1997–2023-cü illər ərzində əhalinin gəlirlərinin dinamikası: təsviri təhlil və müqayisəli yanaşma. Qrafikdə 1997–2023-cü illər ərzində Azərbaycan vətəndaşlarının gəlir dinamikası milli valyutada (manatla) və ABŞ dolları ilə təqdim olunmuşdur. Aşağıda bu göstəricilərin təsviri xüsusiyyətləri və müqayisəli təhlili verilmişdir. Milli valyutada ifadə olunmuş gəlirlər 1997-ci ildən 2008-ci ilə qədər davamlı və sabit artım nümayiş etdirmişdir. 2008–2014-cü illər dövründə bu artım sürətlənərək daha qabarıq xarakter almışdır. 2014–2016-cı illərdə isə qısa müddətli durğunluq müşahidə olunmuş, lakin sonradan gəlirlər bərpa olunaraq artmağa davam etmişdir. 2020–2023-cü illərdə isə gəlirlərdə xüsusilə 2021-ci ildən sonra kəskin sıçrayış qeydə alınmışdır.

ABŞ dolları ilə ifadə olunan gəlirlər isə 2014-cü ilə qədər manatla olan gəlir trendi ilə demək olar ki, üst-üstə düşür və bu, milli valyutanın məzənnəsinin nisbətən sabit olduğunu göstərir. Lakin 2015–2016-cı illərdə gəlirlərdə kəskin azalma baş vermişdir ki, bu da milli valyutanın devalvasiyası ilə bağlı olmuşdur. Həmin dövrdə manatla olan artıma baxmayaraq, dollar ifadəsində gəlirlər kəskin şəkildə azalmışdır. 2016-cı ildən sonra isə gəlirlərdə müəyyən dəyişkənlik (volatillik) müşahidə olunur. 2022–2023-cü illərdə müvəqqəti artım qeydə alınsa da, gəlirlər hələ də 2014-cü ildəki böhrandan əvvəlki səviyyəyə çatmamışdır.

Milli valyutada əhalinin real gəlirləri bütün dövr ərzində müsbət dinamika göstərmiş, xüsusilə son illərdə daha nəzərəcərpacaq artım qeydə alınmışdır. Lakin ABŞ dolları ilə ifadədə vəziyyət daha mürəkkəbdir: 2015–2016-cı illərdə baş verən valyuta şokları və devalvasiya nəticəsində gəlirlərin beynəlxalq alıcılıq qabiliyyəti xeyli azalmışdır. Bu vəziyyət, yaşayış səviyyəsinin və xarici iqtisadi müqayisələrin daha dəqiq aparılması üçün gəlirlərin həm milli, həm də beynəlxalq valyutada qiymətləndirilməsinin vacib-

liyini bir daha önə çıxarır.



Şəkil 2. Makroiqtisadi göstəricilərin dinamikası

Mənbə: [5]

2-ci qrafikdə 2014–2023-cü illər üzrə Azərbaycanın əsas makroiqtisadi göstəriciləri təqdim olunmuşdur: kredit qoyuluşları, iqtisadiyyata investisiyalar, cari hesabın saldosu və əsas fondlar. Bu göstəricilərin mərhələli təhlilini aparaq və müqayisəli xarakteristikasını verək.

1. Kredit qoyuluşları. 2014–2016-cı illərdə bu göstərici təxminən 19 milyard manatdan 12 milyard manata qədər azalmışdır ki, bu da bank kreditləşməsinin zəiflədiyini göstərir. Bunun əsas səbəbləri sırasında devalvasiya və maliyyə risklərinin artması ola bilər. 2017–2023-cü illərdə kredit qoyuluşları tədricən artmağa başlamış, xüsusilə 2021-ci ildən sonra sürətlənmiş və 2023-cü ildə təxminən 22 milyard manatla maksimuma çatmışdır. Bu dinamika maliyyə sisteminə inamın bərpa olunduğuna işarə edir.

2. İqtisadiyyata investisiyalar. İnvestisiyalar ümumilikdə yüksək və sabit səviyyədə olmuşdur — 20 milyarddan 28 milyard manatadək. 2015–2018-ci illərdə davamlı artım müşahidə olunmuşdur. 2019–2020-ci illərdə pandemiyanın təsiri ilə müəyyən geriləmə yaşanmış, lakin 2021–2023-cü illərdə bu göstərici yenidən artaraq maksimum səviyyəyə — 28 milyard manata çatmışdır.

3. Cari hesabın saldosu. 2014–2015-ci illərdə kəskin azalma müşahidə olunmuş, 2015–2016-cı illərdə isə göstərici mənfi zonaya düşmüşdür. 2017–2019-cu illərdə vəziyyət yaxşılaşmış və saldo yenidən müsbət olmuşdur. 2020-ci ildə pandemiyanın təsiri ilə göstərici sıfıra və ya mənfi səviyyəyə enmişdir. 2021–2022-ci illərdə, enerji resurslarının ixracının artması fonunda, saldo sürətlə artaraq təxminən 22 milyard ABŞ dollarına çatmışdır. Lakin 2023-cü ildə yenidən nəzərəcarpacaq azalma qeydə alınmışdır ki, bu da xarici ticarət şəraitindəki dəyişikliklərlə bağlı ola bilər.

4. Əsas fondlar. Bu göstərici 2014-cü ildəki təxminən 10 milyard manatdan başlayaraq 2023-cü ildə 32 milyard manatadək davamlı artım göstərmişdir. 2017-ci ildən etibarən artım tempi daha da sürətlənmişdir. Bu, əsas kapitalın yığılması və istehsal infrastrukturunun yenilənməsi prosesini əks etdirir.

Nəticələr

2014–2016-cı illərdə kredit qoyuluşlarının həcmi kəskin şəkildə azalmış, 2016-cı ildə minimum səviyyəyə enmişdir. Bu, valyuta şoklarının və biznes aktivliyinin azalmasının nəticəsi olmuşdur. 2017-ci ildən etibarən kredit aktivliyində bərpa prosesi başlamış və 2023-cü ilə qədər göstərici dövr ərzində ən yüksək səviyyəyə çatmışdır.

İqtisadiyyata yönələn investisiyalar xüsusilə 2015–2018-ci illərdə dayanıqlı artım nümayiş etdirmiş, 2019–2020-ci illərdəki qısamüddətli azalmaya baxmayaraq, sonrakı illərdə bərpa olunmuşdur. Əsas fondlar isə bütün illər ərzində davamlı olaraq artmış, bu isə infrastrukturun inkişafını və əsas istehsal güclərinin müasirləşdirilməsini əks etdirmişdir.

Cari hesabın saldosu isə ən dəyişkən göstərici olmuşdur: 2015–2016-cı illərdəki enişdən sonra o, bərpa olunmuş, 2022-ci ildə maksimuma çatmış, lakin 2023-cü ildə yenidən azalmışdır. Ən böyük dəyişikliklər 2014–2016-cı illərə təsadüf edir, halbuki 2021-ci ildən etibarən makroiqtisadi göstəricilər artım və sabitlik tendensiyası nümayiş etdirmişdir.

Ümumilikdə, iqtisadiyyat ayrı-ayrı böhran dövrlərinə baxmayaraq, xüsusilə investisiyalar və əsas fondların artımı baxımından bərpa qabiliyyəti və inkişaf potensialı nümayiş etdirmişdir. Azərbaycan iqtisadiyyatı xarici şoklara (devalvasiya, pandemiya) baxmayaraq, dayanıqlı investisiya aktivliyi göstərməkdə davam edir. Cari hesab saldosu neft qiymətləri və geosiyasi dəyişikliklərə həssas olduğundan, daha dəyişkən xarakter daşıyır. Kredit qoyuluşları 2014-cü ildən sonra azalsa da, 2017-ci ildən etibarən artım trayektoriyasına keçmişdir. Əsas fondlardakı artım isə sabit olmuş, infrastrukturun inkişafı və modernləşdirilməsi üzrə uzunmüddətli strategiyanı əks etdirmişdir.

Ədəbiyyat

1. Aliyev, K. (2020) Diversification and non-oil economic growth in Azerbaijan: Challenges and prospects. *Baku Economic Review*, 18(2), 45–59.
2. Kudrin, A., & Gurvich, E. (2015) A new growth model for the Russian economy. *Russian Journal of Economics*, 1(1), 30–54.
3. Levine, R. (2005) Finance and growth: Theory and evidence. In P.Aghion & S.Durlauf (Eds.), *Handbook of Economic Growth* (Vol. 1, pp. 865–934), Elsevier.
4. Мамедов, Э. (2021) Роль структурной трансформации экономики в устойчивом развитии доходов населения. *Экономика и предпринимательство*, 5(126), 47–53.
5. Сайт Государственного Комитета по статистике Азербайджанской Республики https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF MACROECONOMIC INDICATORS AFFECTING THE INCOMES OF POPULATION IN AZERBAIJAN

K.M.Gahramanov, Ch.Sh.Seyfullayeva, A.T.Ismayilova

SUMMARY

This article presents a comparative analysis of the dynamics of key macroeconomic indicators which affected household income levels in Azerbaijan over the

period of 2014–2023. Such indicators as the volume of credit investments, investments in the economy, current account balance and the value of fixed capital assets are considered.

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ВЛИЯЮЩИХ
НА ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

К.М.Гахраманов, Ч.Ш.Сейфуллаева, А.Т.Исмаилова

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена сравнительному анализу динамики ключевых макроэкономических показателей, влиявших на уровень доходов населения в Азербайджане в период с 2014 по 2023 годы. Рассмотрены такие индикаторы, как объем кредитных вложений, инвестиции в экономику, сальдо текущего счета и стоимость основных фондов.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 15 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

**AZƏRBAYCANIN QEYRİ-NEFT İXRAC POTENSİALI
VƏ BEYNƏLXALQ BAZARLARDA DAYANIQLI İŞTİRAK**

K.X.Hüseynov, E.M.İsmayılov, A.B.Vəliyeva

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: huseynovkamran090@gmail.com

Açar sözlər: neft asılılığı, qeyri-neft ixracı, iqtisadi şaxələndirmə, nəqliyyat-logistika infrastrukturu, rəqabət qabiliyyəti

Keywords: oil dependence, non-oil exports, economic diversification, transport and logistics infrastructure, competitiveness

Ключевые слова: зависимость от нефти, ненефтяной экспорт, экономическая диверсификация, транспортно-логистическая инфраструктура, конкурентоспособность

Giriş

Azərbaycan iqtisadiyyatı XX əsrin ikinci yarısında və XXI əsrin əvvəllərində neft və qaz sahələrinin yüksək gəlirliliyi ilə xarakterizə olunmuşdur. Bu sektorda əldə edilən gəlirlər ölkənin ümumi iqtisadiyyatına mühüm təsir göstərmiş və Azərbaycanın inkişaf modelində əsas yer tutmuşdur. 2000-ci illərin ortalarından sonra "Şahdəniz" və "Xəzər dənizi" kimi iri enerji layihələri ilə Azərbaycan beynəlxalq neft bazarlarında əhəmiyyətli mövqə qazandı. Bu dövrdə ölkə iqtisadiyyatı neft ixracından asılı olaraq inkişaf etmiş, bütövlükdə dövlət büdcəsi və xarici ticarət balansı əsasən bu sektordan gələn gəlirlərdən formalaşmışdır.

Neft və qaz gəlirləri iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və qeyri-neft sahələrinin inkişafı üçün zəruri olan investisiyaların təmin edilməsi məqsədilə də istifadə olunmuşdur. Lakin bu asılılıq həm də bir sıra struktural problemləri və iqtisadiyyat risklərini də ortaya qoymuşdur. Neft qiymətlərinin dünya bazarlarında dəyişkənliyi, iqtisadi sabitlik və sosial rifah məsələlərini təhdid edərək, ölkənin iqtisadiyyatını bir çox hallarda qeyri-sabit vəziyyətə gətirmişdir. Bu səbəbdən, Azərbaycanın iqtisadi inkişaf modeli zamanla daha çox qeyri-neft sektoru üzərində balansın qurulmasına və iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə yönəlmişdir. Azərbaycan iqtisadiyyatının ticarət və investisiya potensialı qeyri-neft ixracını stimullaşdırmaqla iqtisadi artımın əsas dayaqlarından birinə çevrilə bilər" [10, s.89]. Neft asılılığından azad olmaq məqsədilə ölkə müxtəlif iqtisadi islahatlara və strateji dəyişikliklərə ehtiyac duymuşdur.

Azərbaycanın qeyri-neft ixracının hazırkı vəziyyəti

Azərbaycanın qeyri-neft ixracı son illərdə mühüm inkişaf mərhələsinə daxil olmuşdur. Ölkənin iqtisadiyyatında qeyri-neft sektorunun əhəmiyyəti artmaqdadır və bu sahənin inkişafı Azərbaycanı daha dayanıqlı iqtisadi struktura yaxınlaşdırmaqda əsas rol oynayır. Azərbaycan iqtisadiyyatında qeyri-neft ixracının artırılması, iqtisadi inkişafın dayanıqlı və şaxələndirilmiş olmasına zəmin yaradır [1, s.98].

Dövlətin həyata keçirdiyi iqtisadi islahatlar, özəl sektorun stimullaşdırılması və xarici investisiyaların cəlb edilməsi, qeyri-neft ixracının həcmində artmasına şərait yaratmışdır. İqtisadi inkişafın davamlılığı üçün qeyri-neft sektorunun ixrac imkanlarının genişləndirilməsi prioritet istiqamətlərdən biri hesab olunur [3, s.112].

Statistikaya əsasən, 2010-cu ildən sonra qeyri-neft ixracının ümumi ticarət dövriyyəsidəki payı artmış və bu sahənin müxtəlif sektorları, xüsusən aqrar və sənaye məhsullarının ixracı, Azərbaycan iqtisadiyyatının şaxələndirilməsində mühüm rol oynamışdır. Məsələn, 2020-ci ildən başlayaraq, qeyri-neft ixracının ümumi ixracdakı payı 25-30% arasında dəyişmiş, bu da ölkənin iqtisadi inkişafında qeyri-neft sektorunun rolunun artdığını göstərir.

İxrac tendensiyalarına baxıldıqda, Azərbaycan məhsullarının əsas ixrac bazarları arasında Avropa İttifaqı, Asiya və Yaxın Şərq ölkələri yer almaqdadır. Kənd təsərrüfatı sektoru Azərbaycanın qeyri-neft ixracında mühüm yer tutur və onun ixrac potensialı getdikcə artır [9, s.55]. Xüsusilə kənd təsərrüfatı məhsulları, meyvə-tərəvəz, qida məhsulları və qeyri-neft sənaye məhsulları Azərbaycanın əsas ixrac istiqamətləri olaraq ön plana çıxır. Bu sahələrdə istehsalın artması, Azərbaycanın qeyri-neft ixrac potensialını daha da gücləndirir.

Əsas ixrac məhsulları, sektorlar və xarici bazar coğrafiyası

Azərbaycanın qeyri-neft ixracının əsasını müxtəlif sahələr təşkil edir, xüsusən aqrar və sənaye məhsulları ön plana çıxır. Aqrar sektor, ölkənin qeyri-neft ixracının mühüm hissəsini təşkil edir və kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı son illərdə əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Azərbaycanın iqlimi və təbii şəraiti, müxtəlif meyvə və tərəvəz növlərinin istehsalı üçün əlverişli mühit yaradır. Ölkə dünya bazarlarında meyvə-tərəvəz, xüsusən nar, üzüm, pomidor və tut kimi məhsulların ixracı ilə tanınır. Azərbaycan, həmçinin orqanik kənd təsərrüfatı məhsulları və qida maddələrinin ixracında artım müşahidə edir. Azərbaycanın qeyri-neft məhsullarının dünya bazarlarında rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün institusional və texnoloji islahatların aparılması vacib şərtədir [2, s.78].

Sənaye sektoru da qeyri-neft ixracında mühüm yer tutur. Xüsusilə, metal emalı, kimya sənayesi və tikinti materialları istehsalı sahələrində inkişaf müşahidə edilir. Azərbaycanın sənaye məhsullarının əsas ixrac bazarları arasında Avropa, Asiya və Yaxın Şərq ölkələri yer alır. Azərbaycanda neft və qaz istehsalından əldə edilən gəlirlər, bu sektorların inkişafına və daha yüksək keyfiyyətli məhsulların istehsalına sərmayə yatırılmasına imkan yaratmışdır. Eyni zamanda, tekstil və geyim sənayesi, həmçinin maşınqayırma və avadanlıq istehsalı sahələrində də artım müşahidə edilir. İnnovativ texnologiyaların tətbiqi qeyri-neft məhsullarının rəqabət qabiliyyətini artırmaqla yanaşı, ixrac coğrafiyasını da genişləndirir [6, s.41]. Azərbaycanın qeyri-neft ixracının coğrafiyası son illərdə genişlənməmiş və müxtəlif bazarlara yönəlmişdir. Ənənəvi olaraq, Azərbaycan məhsullarının ixracı əsasən postsovet ölkələrinə və Yaxın Şərq bazarlarına istiqamətlənmişdi. Lakin son dövrlərdə, ölkə beynəlxalq iqtisadi əlaqələrini daha da diversifikasiya edərək, Avropa İttifaqı, Asiya və digər regionlarla da əməkdaşlıq etməyə başlamışdır. Azərbaycanın əsas ixrac bazarları arasında Türkiyə, Rusiya, Gürcüstan, İran, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri və Çin yer alır. Avropa ölkələrinə, xüsusilə İtaliya və Almaniyaya kimi ölkələrə də qeyri-neft məhsullarının ixracı artmaqdadır. Eyni zamanda, Azərbaycanın kənd təsərrüfatı və qida məhsulları, həmçinin sənaye istehsalı məhsulları, xüsusilə

də inşaat materialları və metal məhsullarına bu bazarlarda tələbat var.

Azərbaycanın ixrac istiqamətləri, xarici ticarət siyasətinin və iqtisadi əlaqələrinin inkişafı ilə əlaqəli olaraq müxtəlifliyi artırmaqdadır. Bu da ölkənin iqtisadiyyatının xarici bazarlara olan asılılığını azaltmağa və yeni ixrac kanallarının açılmasına imkan yaratmışdır. Xüsusilə, Çin və Hindistan kimi sürətlə inkişaf edən bazarlara yönəlik təşviqlər, Azərbaycanın qeyri-neft ixracının artımını dəstəkləyir.

Nəqliyyat-logistika infrastrukturunun inkişafı

Azərbaycanın qeyri-neft ixrac potensialının artırılması və beynəlxalq bazarlarda dayanıqlı iştirakının təmin edilməsi üçün nəqliyyat-logistika infrastrukturunun inkişafı mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ölkə, geosiyasi mövqeyi ilə beynəlxalq ticarət yollarının qovşağında yerləşir və bu, ona strateji üstünlük verir. Azərbaycanın xarici ticarət siyasəti regional əməkdaşlıq mexanizmləri ilə uyğunlaşdırılmalı və yeni bazarlara çıxış imkanlarını genişləndirəcək strateji yanaşmalar əsasında qurulmalıdır [4, s.112]. Nəqliyyat-logistika infrastrukturunun modernləşdirilməsi və genişləndirilməsi, Azərbaycan məhsullarının dünya bazarlarına daha sürətli və sərfəli şəkildə çatdırılmasını təmin edir.

Nəqliyyat infrastrukturunu, xüsusilə də dəmir yolu, avtomobil yolu və dəniz nəqliyyatı sahələrində inkişaf etməkdədir. Bakı-Tbilisi-Kars dəmir yolu layihəsi, Asiya və Avropanı birləşdirən mühüm bir nəqliyyat koridoru olaraq Azərbaycanın iqtisadi əlaqələrini genişləndirir. Bu dəmir yolu, yalnız region daxilində deyil, həm də Avropa və Asiya bazarlarına ixracatın artırılmasında önəmli rol oynayır. Bundan əlavə, Bakı Limanı və digər dəniz limanları, Azərbaycanın logistik qabiliyyətini artıraraq, məhsulların sürətli və təhlükəsiz daşınmasını təmin edir. Həmçinin, Azərbaycan, Xəzər dənizindəki strateji mövqeyindən istifadə edərək, ölkənin daşımacılıq potensialını gücləndirir.

Rəqabətliklik, keyfiyyət standartları və innovativ inkişaf problemləri

Azərbaycanın qeyri-neft ixracının qarşısında duran ən böyük çətinliklərdən biri, beynəlxalq bazarlarda yüksək rəqabətə tab gətirmək və məhsulların keyfiyyətinin qlobal standartlara uyğunlaşdırılmasıdır. Dünya bazarlarında Azərbaycanın məhsullarına olan tələbatın artırılması üçün əsas şərtlərdən biri, istehsalın keyfiyyətinin yüksəldilməsi və beynəlxalq sertifikatların alınmasıdır. Bir çox ölkə, xüsusilə inkişaf etmiş bazarlarda, yalnız yüksək keyfiyyətli və ekoloji cəhətdən təmiz məhsulları qəbul edir. Bu, Azərbaycan məhsullarının bazara daxil olması və rəqabətə davamlı olması üçün vacib bir şərt halına gəlir. Qeyri-neft sahələrinin inkişafı üçün regionlarda sənaye zonalarının və texnoparkların yaradılması iqtisadi aktivliyin artırılmasına mühüm töhfə verir [5, s.74]. Azərbaycan istehsalçıları beynəlxalq bazarlara daxil olmaq üçün standartlara uyğunluq məsələlərinə diqqət yetirməlidir. Məsələn, kənd təsərrüfatı sahəsində istehsal olunan məhsulların keyfiyyəti, sanitariya və fitosanitar tələblərə cavab verməlidir. Bunun üçün dövlət, müvafiq qurumlar və özəl sektor arasında sıx əməkdaşlıq tələb olunur. Rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün məhsul çeşidlərinin genişləndirilməsi, müasir texnologiyaların tətbiqi və istehsalın optimallaşdırılması zəruridir. Eyni zamanda, məhsulun təqdimat və paketlənməsi də beynəlxalq bazarlarda böyük əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, qida məhsulları və kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracında packaging və brendinq, məhsulun bazarda mövqeyini müəyyən edən əsas faktorlardır. Azərbaycan məhsullarının beynəlxalq bazarlarda üstünlük qazanması üçün daha geniş və peşəkar brendinq strategiyalarına ehti-

yac vardır.

Qeyri-neft ixracının qarşısında duran bir digər böyük problem texnologiya və innovasiya sahəsindəki gerilikdir. Müasir dünyada istehsal proseslərində texnoloji yeniliklərin tətbiqi, məhsulun keyfiyyətinin artırılması və rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi üçün vacibdir. Azərbaycanda bir çox sahələrdə hələ də müasir texnologiyaların tətbiqi məhduddur. Bu, məhsul istehsalının səmərəliliyini və keyfiyyətini aşağı salır, eyni zamanda qiymətlərin yüksək olmasına səbəb olur. İnnovasiya sahəsində də Azərbaycan hələ inkişaf etmiş ölkələrdən geri qalır. Yeni texnologiyaların və innovativ həllərin istehsalda tətbiqi, ölkənin qeyri-neft ixracının artırılması üçün böyük əhəmiyyət daşıyır. Bununla yanaşı, texnoloji inkişafın təkcə istehsal deyil, həm də məhsulun marketinqi və paylanmasına təsiri vardır. Yalnız müasir texnologiyalarla istehsal edilən məhsullar, dünya bazarında daha çox tələb görür və bu da ölkənin ixrac potensialını artırır.

Nəticə və təkliflər

Qeyri-neft ixracının genişləndirilməsi, Azərbaycanın iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi və dayanıqlı inkişafı üçün strateji əhəmiyyət daşıyır. Azərbaycanın ixrac strategiyasında regional və global bazarlarda brend formalaşdırmaq prioritet məsələlərdən biridir [7, s.58]. Dövlət, qeyri-neft ixracını artırmaq məqsədilə bir sıra siyasətlər və islahatlar həyata keçirir. Bu siyasətlərin əsas məqsədi, qeyri-neft sektorunun rəqabət qabiliyyətini artırmaq, yeni bazarlara çıxış yollarını açmaq və iqtisadiyyatın diversifikasiyasını təmin etməkdir.

Dövlətin bu istiqamətdə atdığı addımlar arasında iqtisadi zonaların yaradılması, xarici ticarət əlaqələrinin gücləndirilməsi, kiçik və orta sahibkarlığın dəstəklənməsi və yeni ixrac strategiyalarının tətbiqi yer alır. Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun inkişafı, neft asılılığından azad olmaq üçün strateji bir istiqamət kimi müəyyən edilmişdir [8, s.42]. Eyni zamanda, vergi siyasətində və gömrük prosedurlarında asanlaşdırmalar edilməsi, ixracatçıların maliyyə dəstəyi alması üçün proqramların genişləndirilməsi qeyri-neft ixracının artmasına şərait yaradır. Azərbaycan, həmçinin beynəlxalq ticarət əlaqələrini genişləndirərək, Avropa, Asiya və Yaxın Şərq bazarlarına məhsulların çıxarılmasını təşviq edir. Dövlət, müvafiq sahələrdə texnoloji yeniliklərin tətbiqi və standartların yüksəldilməsi məqsədilə beynəlxalq əməkdaşlıq və investisiyaların cəlb edilməsi istiqamətində də addımlar atır. Bu yanaşmalar, qeyri-neft ixracının genişləndirilməsinə və iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə təkan verəcəkdir.

Ədəbiyyat

1. Əliyev, N. (2016) Azərbaycanın qeyri-neft ixrac potensialı. Bakı: İqtisadiyyat Nəşriyyatı (s.98).
2. Həsənov, S. (2019) İqtisadi inkişaf və diversifikasiya siyasəti. Bakı: Dövlət Nəşriyyatı (s.78).
3. Məmmədov, E. (2020) Azərbaycan iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi və qeyri-neft sektoru. Bakı: İqtisadi Araşdırmalar Mərkəzi (s.112).
4. Rəsulov, R. (2017) Azərbaycanın xarici ticarət siyasəti: Strateji istiqamətlər. Bakı: Xarici Əlaqələr Kitabxanası (s.112).
5. Məmmədov, E. (2021) Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyri-neft sahələrinin inkişafı. Bakı: İqtisadi Tədqiqatlar Mərkəzi (s.74).

6. Nəsirov, M. (2018) İqtisadiyyatda innovasiyaların rolu. Bakı: Akademik Nəşriyyat (s.41).
7. Quliyev, F. (2015) Azərbaycan və dünya bazarları: İxrac perspektivləri. Bakı: Dünya İqtisadiyyatı Nəşriyyatı (s.58).
8. Əliyev, S. (2020) Neft asılılığından azad olma və qeyri-neft sektorunun inkişafı. Bakı: İqtisadiyyat və İdarəetmə Universiteti Nəşriyyatı (s.42).
9. Hüseynov, T. (2014) Kənd təsərrüfatının ixrac potensialı. Bakı: Kənd Təsərrüfatı Nəşriyyatı (s.55).
10. İsmayılov, A. (2016) Azərbaycan iqtisadiyyatının ticarət və investisiya potensialı. Bakı: Dövlət İqtisad Universiteti Nəşriyyatı (s.89).
11. Babayev, V. (2017) Azərbaycanın qeyri-neft ixracı və bazar şəbəkələri. Bakı: İqtisadiyyat İnstitutu Nəşriyyatı.

NON-OIL EXPORT POTENTIAL OF AZERBAIJAN AND SUSTAINABLE PARTICIPATION IN INTERNATIONAL MARKETS

K.Kh.Huseynov, E.M.Ismayilov, A.B.Valiyeva

SUMMARY

This article deals with the necessity of Azerbaijan's transition from an oil-dependent economic model to the development of the non-oil sector. The analysis of current situation with non-oil exports, key sectors, export geography, and infrastructure capabilities is presented.

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НЕНЕФТЯНОГО СЕКТОРА АЗЕРБАЙДЖАНА И УСТОЙЧИВОЕ УЧАСТИЕ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ

К.Х.Гусейнов, Э.М.Исмаилов, А.Б.Валиева

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается необходимость перехода экономики Азербайджана от модели, зависящей от нефти, к развитию ненефтяного сектора. Анализируется текущее состояние ненефтяного экспорта, ключевые сектора, география экспорта и инфраструктурные возможности.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 16 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATIN İNKİŞAFI VƏ ONUN ƏMƏK BAZARINA TƏSİRİ: AZƏRBAYCANDA TENDENSİYALAR VƏ PERSPEKTİVLƏR

N.F.Bayramov, H.S.Şirinli, F.V.Cavadlı

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: nicatbayram18@gmail.com

Açar sözlər: rəqəmsallaşma, əmək bazarı, texnoloji dəyişikliklər, iqtisadi inkişaf, sosial təsirlər

Keywords: digitalization, labor market, technological changes, economic development, social impacts

Ключевые слова: цифровизация, рынок труда, технологические изменения, экономическое развитие, социальные эффекты

Müasir dövrdə qloballaşma və texnoloji innovasiyalar iqtisadiyyatın bütün sahələrinə təsir etməkdədir. Xüsusilə rəqəmsallaşma prosesi son illərdə sürətlənmiş və yeni iqtisadi model – rəqəmsal iqtisadiyyat – formalaşmağa başlamışdır. Bu yeni iqtisadiyyat modeli yalnız məhsul və xidmətlərin istehsal və bölüşdürülməsini deyil, həm də əmək bazarını, məşğulluq strukturunu və tələb olunan bacarıqları ciddi şəkildə dəyişməkdədir [6]. Azərbaycan da bu global transformasiyanın bir hissəsi olaraq rəqəmsal inkişaf proseslərinə integrasiya olunmağa çalışır.

Rəqəmsal iqtisadiyyat — informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) geniş tətbiqi ilə formalaşan, məhsul və xidmətlərin yaradılması, bölüşdürülməsi və istehlakının əsasən rəqəmsal platformalar vasitəsilə həyata keçirildiyi yeni iqtisadi modeldir. Bu modeldə intellektual kapital, rəqəmsal məlumatlar, proqram təminatı və texnoloji biliklər əsas istehsal vasitələrinə çevrilmişdir (Bukht & Heeks, 2018). Rəqəmsal iqtisadiyyat e-ticarət, süni intellekt, böyük verilənlər (big data), bulud texnologiyaları, internet əşyaları (IoT), blokçeyn və digər innovativ texnoloji elementlərlə bağlıdır [13].

Son on ildə rəqəmsal iqtisadiyyatın global inkişafı sürətlənmişdir. Dünya Bankının (2021) məlumatına əsasən, rəqəmsal texnologiyaların iqtisadiyyata təsiri ÜDM-in artım tempinə və məhsuldarlığa əhəmiyyətli müsbət təsir göstərir. İnkişaf etmiş ölkələrdə rəqəmsal iqtisadiyyatın ÜDM-də payı 30–40%-ə çatmışdır. Məsələn, ABŞ-da bu rəqəm 2022-ci ildə 38%, Böyük Britaniyada isə 33% olmuşdur.

Azərbaycan iqtisadiyyatında da rəqəmsallaşma meyilləri dinamik şəkildə inkişaf edir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən, 2023-cü ildə ölkə üzrə İnternet istifadəçilərinin sayı 88%-ə çatmış, şəhər yerlərində bu göstərici 94%, kənd yerlərində isə 79% olmuşdur. Bu, rəqəmsal infrastrukturun genişləndirilməsinin nəticəsidir. “Aztelekom” və “Baktelecom” şirkətləri vasitəsilə həyata keçirilən GPON texnologiyasına keçid layihəsi ilə 2024-cü ilin sonunadək 1 milyondan artıq ev təsərrüfatının yüksək sürətli internetlə təmin olunması planlaşdırılır [1].

E-hökumət sistemləri və rəqəmsal xidmətlər sahəsində də mühüm nailiyyətlər əldə olunmuşdur. 2023-cü ilin sonuna qədər “ASAN xidmət” mərkəzləri və “myGov” platfor-

ması üzərindən 650-dən çox elektron xidmət göstərilmiş və ümumilikdə 55 milyondan artıq müraciət qeydə alınmışdır. “E-sosial” portalı vasitəsilə işə əmək, sosial təminat və məşğulluqla bağlı məlumatlar və xidmətlər vətəndaşlara onlayn təqdim olunur.

Bundan əlavə, “Technest”, “INNOLAND”, “SABAH Hub” kimi təşəbbüslər vasitəsilə gənclərin rəqəmsal bacarıqları inkişaf etdirilir. 2023-cü ildə yalnız “Technest” proqramı üzrə 4,800 nəfər rəqəmsal sahələr üzrə təlimlərə cəlb olunmuşdur [8].

Lakin çağırışlar da qalmaqdadır. Rəqəmsal savadlılığın regionlar üzrə qeyri-bərabərliyi, peşə təhsilində texnologiya ilə ayaqlaşma bilməyən proqramlar və texniki mütəxəssislərin çatışmazlığı hələ də əsas maneələrdir. BMT İnkişaf Proqramının (2022) məlumatına əsasən, Azərbaycanda rəqəmsal inklüzivlik göstəricisi (Digital Inclusion Index) 0.61-dir ki, bu da dünya orta göstəricisindən aşağıdır (0.67).

Nəticə etibarilə, Azərbaycan iqtisadiyyatında rəqəmsallaşma istiqamətində ciddi irəliləyişlər müşahidə olunsa da, bu sahədə davamlı inkişaf üçün kadr hazırlığı, rəqəmsal təhsil, infrastrukturun genişləndirilməsi və bazar tənzimləmələrinin təkmilləşdirilməsi kimi prioritetlərə daha çox diqqət yetirilməlidir.

Azərbaycan da rəqəmsal transformasiyanı prioritet istiqamət kimi müəyyənləşdirmişdir. "Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər" və "2022–2026-cı illər üçün Rəqəmsal Transformasiya Strategiyası" bu sahədə dövlətin uzunmüddətli vizionunu əks etdirir [4]. İKT sektoru üzrə statistika göstərir ki, bu sahənin ÜDM-dəki payı ardıcıl artmaqdadır.

Aşağıdakı cədvəldə müxtəlif ölkələr üzrə rəqəmsal iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payının illər üzrə dəyişimi təqdim olunmuşdur:

Yuxarıdakı rəqəmlər göstərir ki, rəqəmsal iqtisadiyyat artıq ənənəvi iqtisadi modellərin alternativini deyil, bilavasitə onun əsas struktur hissəsinə çevrilməkdədir. Azərbaycan isə hələ ilkin mərhələdə olsa da, bu istiqamətdə irəliləyişə nail olmaq üçün strateji addımlar atmaqdadır.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı ənənəvi əmək bazarını dərin və köklü şəkildə dəyişdirir. Yeni texnologiyaların geniş tətbiqi nəticəsində bir tərəfdən bəzi peşələr sıradan çıxır, digər tərəfdən isə daha çevik, texnologiya yönümlü və yüksək ixtisas tələb edən yeni iş yerləri yaranır [15]. Bu proses əmək bazarında struktur dəyişikliyi ilə yanaşı, əmək münasibətlərinin və iş mühitinin formalaşma qaydalarını da dəyişir. Ən çox təsirə məruz qalan sahələrdən biri sənaye və istehsalıdır. Avtomatlaşdırma və robotlaşma səbəbindən təkrar olunan fiziki əməyə olan ehtiyac azalır [7]. Eyni zamanda proqramlaşdırma, məlumat analizi, süni intellekt, kibertəhlükəsizlik və sistem mühəndisliyi kimi sahələrdə ixtisaslaşmış kadrlara tələbat sürətlə artır (OECD, 2022). McKinsey Global Institute-un araşdırmasına görə, 2030-cu ilə qədər dünya üzrə 375 milyon insanın peşəsini dəyişməsi və ya yeni bacarıqlar qazanması lazım gələcək [12].

Azərbaycan əmək bazarında da oxşar tendensiyalar müşahidə olunur. Dövlət tərəfindən rəqəmsal bacarıqların inkişafı üçün müxtəlif təşəbbüslər həyata keçirilir. “Rəqəmsal bacarıqlar” proqramı çərçivəsində təhsil və peşə hazırlığı sahəsində İKT-yönümlü ixtisaslara keçid təşviq olunur [5]. Bununla belə, qeyri-formal sektorun böyük paya malik olması və regionlararası rəqəmsal fərqlər bu keçid prosesini çətinləşdirən əsas amillər sırasındadır.

Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, rəqəmsallaşmanın uğurlu nəticə verməsi üçün yalnız texnoloji deyil, həm də institusional və sosial uyğunlaşma tələb olunur. Əmək bazasının rəqəmsal iqtisadiyyata uyğunlaşması üçün hökumət, təhsil müəssisələri və biznes

strukturuları arasında koordinasiya əməkdaşlığı zəruridir [11].

Beləliklə, rəqəmsallaşma bir tərəfdən işsizliyin artması kimi təhlükələri, digər tərəfdən isə innovativ inkişaf və məhsuldarlıq artımı kimi imkanları bir arada təqdim edir [10]. Əmək bazarının bu yeni çağırışlara cavab verə bilməsi üçün insan kapitalının rəqəmsal transformasiyası əsas prioritet kimi qəbul edilməlidir.

Azərbaycan iqtisadiyyatında rəqəmsallaşma meyilləri

Son illərdə Azərbaycan rəqəmsal transformasiya istiqamətində mühüm addımlar atmış, bu sahənin institusional və texnoloji bazasını gücləndirmək üçün kompleks tədbirlər həyata keçirmişdir. "Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair milli prioritetlər" sənədində rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı əsas strateji hədəflərdən biri kimi müəyyən olunmuşdur [3, 9].

Hazırda ölkədə rəqəmsal iqtisadiyyatın əsas istiqamətləri aşağıdakı sahələri əhatə edir:

- Elektron hökumət və rəqəmsal xidmətlər: "myGov" platforması, "ASAN xidmət" sisteminin genişləndirilməsi, elektron sənəd dövriyyəsi və e-vergilər sistemləri rəqəmsallaşmanın uğurlu nümunələridir.
- Rəqəmsal bankçılıq və fintech: Son illərdə bank sektorunda mobil tətbiqlərin, rəqəmsal ödəniş sistemlərinin və onlayn bankçılıq xidmətlərinin payı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Məsələn, 2023-cü ildə nağdsız ödənişlərin ümumi dövriyyədəki payı 50%-i keçmişdir [2].
- Startap və innovasiya ekosistemi: "INNOLAND", "SABAH.Hub", "Technest" və "Innovation Agency" kimi təşəbbüslər texnoloji sahibkarlığın inkişafında mühüm rol oynayır.
- Kənd təsərrüfatında rəqəmsallaşma: "E-Aqrar" sistemi vasitəsilə fermerlər subsidiya müraciətləri, torpaq uçotu və məhsuldarlıq hesabatlarını elektron formada idarə edə bilir.

Əmək bazarında dəyişikliklər də bu meyillərin tərkib hissəsidir. Yeni yaranan ixtisaslar – məlumat analitikləri, proqram təminatı mühəndisləri, kiber təhlükəsizlik mütəxəssisləri və süni intellekt üzrə peşələr – işçi qüvvəsinə olan tələbləri dəyişmişdir [11]. Ənənəvi peşələr isə avtomatlaşdırma səbəbindən ya rəqəmsal bacarıqlarla təchiz olunmalı, ya da əmək bazarından sıxışdırılmaq təhlükəsi ilə üzləşir.

Bununla belə, rəqəmsallaşmanın regionlar üzrə qeyri-bərabərliyi, rəqəmsal savadlılığın aşağı səviyyəsi, və texniki kadr çatışmazlığı bu sahədə qarşıya çıxan əsas çağırışlardır [14]. Bu problemlərin həlli üçün "Rəqəmsal bacarıqlar üzrə milli strategiya", peşə təhsili proqramlarının yenilənməsi və texnoloji parkların regionlarda yaradılması vacib hesab olunur.

Yekun olaraq qeyd etmək olar ki, Azərbaycanda rəqəmsallaşma meyilləri yüksələn xətt üzrə inkişaf edir. Dövlət siyasətinin dəstəyi, texnoloji təşəbbüslərin çoxalması və əmək bazarının transformasiyası bu prosesin davamlı olacağını göstərir [4].

Araşdırma göstərdi ki, rəqəmsal iqtisadiyyat müasir dövrdə iqtisadi inkişafın əsas hərəkətverici qüvvəsinə çevrilmişdir. Qlobal miqyasda rəqəmsallaşma məhsuldarlığı artırır, yeni iş imkanları yaradır və dövlət idarəçiliyinin çevikliyini gücləndirir. Eyni tendensiya Azərbaycanda da müşahidə olunmaqdadır. Dövlət tərəfindən rəqəmsallaşma sahəsində qəbul edilmiş strateji sənədlər və təşəbbüslər bu sahənin inkişafına ciddi təkan vermişdir [3].

Lakin rəqəmsal iqtisadiyyatın tam potensialından istifadə etmək üçün qarşıda duran bəzi sistemli çətinliklərin aradan qaldırılması vacibdir. Əsas çağırışlar sırasında regionlarda rəqəmsal infrastrukturun qeyri-bərabər inkişafı, əhəlinin rəqəmsal savadlılıq səviyyəsinin aşağı olması, işçi qüvvəsinin uyğun bacarıqlarla təmin olunmaması və texnoloji investisiyalara məhdud çıxış kimi problemlər durur [14].

Bu problemlərin həlli üçün aşağıdakı tövsiyələr irəli sürülə bilər:

1. Rəqəmsal savadlılığın artırılması: Məktəb və universitetlərdə İKT-yönümlü tədris proqramlarının gücləndirilməsi və həyatboyu təhsil təşəbbüslərinin genişləndirilməsi.
2. Regionlarda internet və texnologiyaya çıxışın yaxşılaşdırılması: İnfrastruktur layihələrinin regionlara yönəldilməsi, xüsusilə kənd yerlərində genişzolaqlı internetə çıxışın təmin olunması.
3. İnnovasiya mühitinin inkişafı: Startaplar üçün vergi güzəştləri, texnoloji parkların sayının artırılması və beynəlxalq texnologiya transferi imkanlarının dəstəklənməsi.
4. Əmək bazarının rəqəmsal iqtisadiyyata uyğunlaşdırılması: Mövcud kadr potensialının rəqəmsal bacarıqlarla təkmilləşdirilməsi və yeni peşə yönümlü ixtisasların formalaşdırılması [14].
5. Dövlət-özəl sektor əməkdaşlığının təşviqi: Rəqəmsal innovasiyaların tətbiqində dövlətin yönəldici və özəl sektorun təşəbbüskar rolunun balanslaşdırılması.

Nəticə etibarilə, rəqəmsal iqtisadiyyat təkcə texnoloji deyil, həm də sosial-iqtisadi modernizasiya prosesidir. Bu sahədə davamlı uğur üçün strateji planlama ilə yanaşı, adaptiv və çevik idarəetmə modeli tələb olunur.

Ədəbiyyat

1. AR Dövlət Statistika Komitəsi. (2023) İKT sahəsi üzrə statistik göstəricilər.
2. Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı. (2023) Maliyyə sabitliyi hesabatı.
3. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı. (2021) Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair milli prioritetlər.
4. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi. (2021) Rəqəmsal transformasiya strategiyası 2022–2026.
5. Azərbaycan Respublikasının Təhsil Nazirliyi. (2022) Rəqəmsal bacarıqlar layihəsi.
6. Bukht, R., & Heeks, R. (2018) Defining, conceptualising and measuring the digital economy. Development Informatics Working Paper Series.
7. China Academy of Information and Communications Technology. (2023) Digital China Development Report.
8. Dövlət Statistika Komitəsi. (2023) İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə statistik göstəricilər.
9. Əliyev, S. (2023) Rəqəmsal transformasiya və ictimai idarəetmədə effektivlik. İqtisadi İslahatlar Elmi-Praktik Jurnalı, 2(35), 54-60.
10. Eurostat. (2023) Digital economy and society statistics.OECD. (2020). The digital transformation of SMEs. OECD Publishing.
11. International Labour Organization (ILO). (2021) Skills for a digital economy.
12. McKinsey Global Institute. (2018) Jobs lost, jobs gained: Workforce transitions in a time of automation.
13. OECD. (2022) Automation, skills use and training. OECD Publishing.
14. OECD. (2022) Measuring the digital transformation.
15. U.S. Bureau of Economic Analysis. (2023) Digital Economy Satellite Account.

DEVELOPMENT OF DIGITAL ECONOMY AND ITS IMPACT ON LABOR MARKET: TRENDS AND PROSPECTS IN AZERBAIJAN

N.F.Bayramov, H.S.Shirinli, F.V.Javadli

SUMMARY

This article explores the concept, development stages, and national context of digital economy. Based on global statistics, the dynamics of digitalization is analyzed, along with its practical application in Azerbaijan. The research highlights that the digital economy has become a key driver of modern economic growth. While Azerbaijan has made significant progress in digital transformation, challenges remain in infrastructure development and digital literacy. Recommendations are made to ensure sustainable development of digital economy.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК ТРУДА: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Н.Ф.Байрамов, Х.С.Ширинли, Ф.В.Джавадлы

РЕЗЮМЕ

В статье рассматриваются понятие, этапы развития и национальные особенности цифровой экономики. На основе глобальных статистических данных проанализирована динамика цифровизации и ее применение в Азербайджане. Исследование показывает, что цифровая экономика стала важным фактором экономического роста. Несмотря на достигнутые успехи, в Азербайджане сохраняются проблемы с инфраструктурой и цифровой грамотностью. Представлены рекомендации для устойчивого развития цифровой экономики.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 16 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

UOT № 33

TİCARƏT ŞƏBƏKƏLƏRİNİN STRUKTURU VƏ SÜNİ İNTELLEKT VASİTƏSİLƏ ÜDM-İN PROQNOZLAŞDIRILMASI

N.İ.Həsənov, E.R.Əliyev, G.B.Məmmədova

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: hasanov_neriman@mail.ru

Açar sözlər: maşın öyrənməsi, iqtisadi proqnozlaşdırma, beynəlxalq ticarət, şəbəkə təhlili, makroiqtisadi model

Keywords: machine learning, economic forecasting, international trade, network analysis, macroeconomic model

Ключевые слова: машинное обучение, экономическое прогнозирование, международная торговля, сетевой анализ, макроэкономическая модель

Giriş

Maşın öyrənməsi (ML) — böyük həcmli məlumatlarda mürəkkəb qanunauyğunluqları aşkar edə bilən modellərin qurulmasına əsaslanan məlumat analizi sahəsidir. Ənənəvi statistik modellərdən fərqli olaraq, ML alqoritmləri dəyişənlər arasındakı qarşılıqlı təsirləri, qeyri-xətti əlaqələri və gizli strukturları əvvəlcədən müəyyən funksional asılılıqları vermədən müəyyənləşdirmək qabiliyyətinə malikdir. Xüsusilə, Random Forest və XGBoost kimi ansambl metodları, eləcə də çoxölçülü və zəif strukturlu məlumatlarla işləyə bilən neyron şəbəkə arxitekturları bu sahədə ən perspektivli alətlər kimi qiymətləndirilir.

Digər tərəfdən, şəbəkə təhlili ölkələr arasındakı qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrin modelləşdirilməsi üçün güclü bir analitik yanaşma təqdim edir. Əgər beynəlxalq ticarəti istiqamətli qraf formasında təsvir etsək, burada qrafın düyünləri ölkələri, qolları isə ticarət axınlarını təmsil edər, o zaman bu şəbəkənin üzərində bir sıra struktur metriklərini hesablamaq mümkündür. Onların arasında:

- Dərəcə mərkəziliyi (degree centrality);
- Aralıq mərkəziliyi (betweenness centrality);
- Klasterləşmə əmsalı (clustering coefficient);
- Şəbəkə sıxlığı (network density) [1].

Bu metriklərin hər biri ölkənin beynəlxalq sistemdəki rolunu, ticarət tərəfdaşlarından asılılıq səviyyəsini, global axınlara inteqrasiya dərəcəsini və iqtisadi həssaslığını əks etdirir. Jackson (2010) və Newman (2018) tərəfindən aparılmış tədqiqatlar göstərir ki, şəbəkə topologiyası iqtisadi sabitlik və böhranların yayılma dinamikasında mühüm rol oynayır [1][2]. Belə göstəricilərin ML modellərinə inteqrasiyası yalnız proqnozların dəqiqliyini artırmaqla kifayətlənmir, həm də əldə edilən nəticələrin daha dərin təhlilinə imkan verir.

Nəticə etibarilə, bu tədqiqatın elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, burada maşın öyrənməsi və şəbəkə təhlili birləşdirilərək, ÜDM-in proqnozlaşdırılması üçün kompleks modellər qurulur. Bu modellər ölkələrin xarici iqtisadi fəaliyyətini həm miqdar, həm də struktur

baxımından əhatə etməyə qadirdir. Növbəti bölmələrdə bu yanaşmanın reallaşdırıldığı metodologiya, əldə edilən nəticələr və onların elmi-praktik şərtləri təqdim olunacaq.

Tədqiqatın metodologiyası

Bu tədqiqatın əsas məqsədi, ölkələrin xarici iqtisadi əlaqələrini əks etdirən şəbəkə göstəricilərindən və maşın öyrənməsi alqoritmlərindən istifadə etməklə ÜDM-in artım tempini proqnozlaşdırın modelin qurulmasıdır. Bu məqsədə nail olmaq üçün ardıcıl mərhələləri əhatə edən metodoloji çərçivə hazırlanmışdır. Bu mərhələlərə məlumatların toplanması, qlobal ticarət şəbəkələrinin qurulması, əsas xüsusiyyətlərin çıxarılması, model seçimi və onların proqnostik effektivliyinin qiymətləndirilməsi daxildir.

İlkin məlumat mənbəyi kimi 2001–2021-ci illəri əhatə edən ölkələrarası beynəlxalq ticarət statistikasından istifadə edilmişdir. Bu məlumatlar UN COMTRADE bazasından əldə olunmuşdur. Makroiqtisadi göstəricilər, o cümlədən ÜDM-in real artım tempinə dair məlumatlar isə Dünya Bankı və Beynəlxalq Valyuta Fondunun açıq mənbələrindən götürülmüşdür. Bütün məlumatlar emal olunaraq boşluqlardan təmizlənmiş, vahid formata salınmış və inflyasiya amili nəzərə alınaraq düzəliş edilmişdir.

Qlobal ticarət sistemi yönlü və çəkili qraf formasında modelləşdirilmişdir. Hər bir kənar (rəqəmsal əlaqə) müəyyən bir ildə iki ölkə arasında ABŞ dolları ilə ifadə olunan ticarət həcmi əks etdirirdi. Şəbəkənin həm çəkili, həm də istiqamətli olması modelin həm ixrac, həm də idxal axınlarını dəqiq şəkildə əks etdirməsinə imkan yaratmış və bu da assimetrik şəbəkə metriklərinin hesablanması üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb etmişdir [3].

Hər bir ölkə və il üzrə aşağıdakı şəbəkə göstəriciləri hesablanmışdır:

- In-degree / Out-degree – ticarət tərəfdaşlarının sayı;
- Çəkili dərəcə mərkəziliyi (weighted degree) – ölkənin ümumi ticarət aktivliyini göstərir;
- Klasterləşmə əmsalı – ölkənin ticarət şəbəkəsindəki lokal birləşmələrini əks etdirir;
- Aralıq mərkəziliyi (betweenness centrality) – ölkənin vasitəçi və strateji mövqeyini qiymətləndirir;
- PageRank – ölkənin şəbəkədəki “əhəmiyyət dərəcəsini” qiymətləndirən göstəricidir və ticarət əlaqələrinə uyğunlaşdırılmışdır.

Proqnoz modellərinin keyfiyyəti test seçmələri üzərində aşağıdakı statistik meyarlar vasitəsilə qiymətləndirilmişdir:

- MAE (orta mütləq səhv);
- RMSE (kvadrat səhv orta kökü);
- R^2 (determinasiya əmsalı).

Əlavə olaraq, modellərin müxtəlif ölkələr və illər üzrə sabitliyi təhlil edilmiş, həmçinin proqnoz nəticələrinin izahında şəbəkə göstəricilərinin rolu SHAP (SHapley Additive Explanations) metodu vasitəsilə qiymətləndirilmişdir. Bu yanaşma hər bir dəyişənin modelin çıxışına nə dərəcədə təsir etdiyini ölçməyə imkan verir və şəbəkə xüsusiyyətlərinin proqnostik əhəmiyyətini daha dərinlən anlamağa şərait yaradır [4].

Nəticələr və təhlil

Aparılmış modelləşdirmə göstərdi ki, şəbəkə xarakteristikalarının izahedici dəyişənlər tərkibinə daxil edilməsi ÜDM-in artım tempinin proqnozlaşdırılmasında dəqiqliyi əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Xüsusilə XGBoost və Random Forest modelləri ən yüksək proqnostik nəticələr göstərmiş və bu da ansambl əsaslı alqoritmlərin yüksək ölçülü

və strukturlaşdırılmış məlumatlarla işləməkdə sabit və effektiv olduğunu bir daha sübut etmişdir [5].

Test verilənləri üzərində aparılmış qiymətləndirməyə əsasən modellərin nəticələri aşağıdakı kimi olmuşdur:

Model	MAE	RMSE	R ²
Xətti regressiya	1,98	2,51	0,41
Random Forest	1,21	1,62	0,72
XGBoost	1,15	1,55	0,75
MLP	1,29	1,68	0,69

XGBoost modeli dəqiqlik və sabitlik arasında ən optimal tarazlığı təmin etmişdir. Eyni zamanda, Random Forest kimi baza modeli də klassik xətti regressiya ilə müqayisədə proqnozun dəqiqliyini 30%-dən çox artıraraq yüksək effektivlik göstərmişdir.

Əlamətlərin əhəmiyyətinə dair təhlil göstərmişdir ki, ən informativ şəbəkə dəyişənləri bunlar olmuşdur:

- Aralıq mərkəziliyi (Betweenness centrality) — xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün ən önəmli ilk üç göstəricidən biri kimi çıxış etmişdir;
- PageRank — ölkənin qlobal şəbəkədəki təsirini əks etdirir və sabit iqtisadi artımla müsbət korrelyasiya göstərmişdir;
- Klasterləşmə əmsalı — 2008 və 2020-ci illərdəki qlobal şoklar zamanı xüsusilə əhəmiyyətli olmuşdur.

SHAP metodu təsdiq etmişdir ki, şəbəkə göstəriciləri yalnız ənənəvi dəyişənləri (investisiya səviyyəsi, məşğulluq, inflyasiya və s.) tamamlamır, bəzi hallarda proqnozun izahında əsas rol oynayır. Bu, xüsusilə xarici ticarətə yüksək dərəcədə bağlı olan ölkələr üçün daha qabarıq şəkildə müşahidə olunur.

Eyni zamanda, maraqlı bir meyil də qeydə alınmışdır: şəbəkə əsaslı göstəricilərdən istifadə edən modellərin dəqiqliyi açıq və kiçik iqtisadiyyatlarda (məsələn, Sinqapur, Estoniya, Vyetnam) daha yüksək olmuşdur. Əvəzində, ABŞ, Çin və Hindistan kimi iri iqtisadiyyatlar şəbəkə strukturlarındakı dəyişikliklərə daha az həssaslıq göstərmişlər ki, bu da həmin ölkələrdə daxili tələbin yüksək paya malik olması ilə izah olunur.

Maraqlı nəticələr qlobal böhran dövrlərinin təhlili zamanı müşahidə edilmişdir. 2008 və 2020-ci illərdəki qlobal şoklar zamanı yalnız makroiqtisadi dəyişənlərə əsaslanan modellərin dəqiqliyi kəskin şəkildə azalmışdır. Bunun əksinə olaraq, şəbəkə göstəricilərini nəzərə alan modellər sabitliyini qorumuş və daha dəqiq proqnozlar vermişdir. Bu nəticələr belə bir fərziyyəni təsdiqləyir ki, ölkələrin xarici ticarət əlaqələrinin strukturu onların xarici şoklara qarşı dayanıqlılığının göstəricisi kimi çıxış edə bilər [6].

Bu tədqiqat göstərdi ki, beynəlxalq ticarət şəbəkəsinin struktur göstəricilərinin məşin öyrənməsi modellərinə inteqrasiyası iqtisadi artımın proqnozlaşdırılmasında dəqiqliyi əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Bu yanaşma makroiqtisadi təhlilin imkanlarını genişləndirərək yalnız daxili iqtisadi göstəriciləri deyil, həm də ölkənin xarici iqtisadi əlaqələrinin strukturunu əsas təsir amili kimi nəzərə alır.

Əldə olunan nəticələr təsdiq edir ki, qlobal ticarət şəbəkəsində yüksək inteqrasiya səviyyəsinə və strateji mövqeyə malik olan ölkələr daha sabit və proqnozlaşdırıla bilən ÜDM artımı nümayiş etdirirlər. Bu xüsusilə qlobal iqtisadi böhranlar zamanı özünü büruzə verir – belə dövrlərdə şəbəkəyə əsaslanan modellər klassik yanaşmalardan daha uyğun-

laşan və həssas olur [7].

Nəzəri baxımdan, bu tədqiqat ticarət şəbəkəsinin makroiqtisadi məlumat daşıyıcısı kimi nəzərdən keçirildiyi struktur iqtisadi diaqnostika konsepsiyasının inkişafına töhfə verir. Praktiki baxımdan isə təklif olunan model hökumətlər, beynəlxalq təşkilatlar və investisiya qurumları tərəfindən iqtisadi dayanıqlılığın qiymətləndirilməsi, antikrizis tədbirlərinin hazırlanması və uzunmüddətli planlaşdırma üçün istifadə oluna bilər.

Ədəbiyyat

1. Jackson, M. O. (2010) Social and Economic Networks. Princeton University Press.
2. Newman, M. E. J. (2018) Networks: An Introduction. Oxford University Press.
3. Hidalgo, C.A., & Hausmann, R. (2009) The building blocks of economic complexity. Proceedings of the National Academy of Sciences, 106 (26), 10570–10575.
4. Silva, T.C., Wilhelm, P.V. B., & Amancio, D.R. (2024) Machine Learning and Economic Forecasting: The Role of International Trade Networks. arXiv preprint arXiv:2404.08712.
5. World Bank. (2023) World Development Indicators. <https://databank.worldbank.org>
6. UN COMTRADE Database. (2023) United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://comtrade.un.org>
7. Lundberg, S.M., & Lee, S.-I. (2017) A unified approach to interpreting model predictions. Advances in Neural Information Processing Systems, 30, 4765–4774.

TRADE NETWORK STRUCTURES AND GDP FORECASTING USING AI

N.İ.Hasanov, E.R.Aliyev, G.B.Mammadova

SUMMARY

In the context of growing interdependence among national economies, traditional macroeconomic forecasting methods face limitations in capturing the complex structural relationships between countries. This study proposes a new approach to forecasting the growth rates of Gross Domestic Product (GDP) based on the integration of machine learning algorithms and network analysis of the structure of international trade. Using data from UN COMTRADE and the World Bank for the period 2001–2021, models are developed based on trade network metrics and implemented through algorithms such as Random Forest, XGBoost, and neural networks. The results demonstrate a significant improvement in forecasting accuracy compared to traditional models, especially during periods of global economic shocks.

СТРУКТУРА ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ И ПРОГНОЗ ВВП С ПОМОЩЬЮ ИИ

Н.И.Гасанов, Э.Р.Алиев, Г.Б.Мамедова

РЕЗЮМЕ

В условиях растущей взаимозависимости национальных экономик традиционные методы макроэкономического прогнозирования сталкиваются с ограничениями в учёте сложных структурных взаимосвязей между странами. В данном исследовании предложен новый подход к прогнозированию темпов роста валового внутреннего продукта (ВВП), основанный на интеграции алгоритмов машинного обучения и сетевого анализа структуры международной торговли. Используя данные UN COMTRADE и Всемирного банка за 2001–2021 годы, построены модели на основе метрик торговой сети и реализованы алгоритмы Random Forest, XGBoost и нейросетевые структуры. Результаты показывают значительное улучшение точности прогнозов по сравнению с традиционными моделями, особенно в периоды глобальных экономических потрясений.

Мəqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 16 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATIN İNKİŞAFINDA SAHİBKARLIQ TƏHSİLİNİN ROLU

R.V.İmanova, Ə.Q.Cəfərov, E.N.Şirəliyev

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: rimanova1982@gmail.com

Açar sözlər: rəqəmsal iqtisadiyyat, sahibkarlıq təhsili, innovasiya, startap, rəqəmsallaşma

Keywords: digital economy, entrepreneurial education, innovation, startup, digitalization

Ключевые слова: цифровая экономика, предпринимательское образование, инновации, стартап, цифровизация

Giriş

Müasir dövrdə texnologiyaların sürətli inkişafı və rəqəmsallaşmanın geniş vüsət alması nəticəsində iqtisadiyyatın strukturu köklü şəkildə dəyişir [8]. Bu yeni iqtisadi sistem – rəqəmsal iqtisadiyyat – informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının əsas güc mənbəyinə çevrildiyi bir mühitdə formalaşır [1]. Belə bir şəraitdə sahibkarlıq təhsilinin rolu daha da aktuallaşır, çünki bu sahə gənc nəslin rəqəmsal bacarıqlarını inkişaf etdirməklə yanaşı, onları yeni iqtisadi modelə uyğun şəkildə yönləndirir.

Sahibkarlıq təhsili – fərdlərdə biznes qurmaq, idarə etmək və inkişaf etdirmək bacarıqlarını formalaşdıran, innovativ düşüncəni və liderlik keyfiyyətlərini gücləndirən bir təhsil sahəsidir [2]. Bu təhsil növü yalnız biznes sahəsində deyil, şəxsi təşəbbüskarlığın, yaradıcılığın və çevik qərarvermə bacarığının inkişafında da mühüm rol oynayır. Rəqəmsal iqtisadiyyat şəraitində sahibkarlıq təhsili daha əhəmiyyətli hala gəlmişdir [3]. Çünki müasir sahibkar yalnız məhsul istehsal etməklə kifayətlənmir, həm də rəqəmsal alətlərlə bazara çıxış yolları axtarır, elektron kommersiya platformalarından istifadə edir və rəqəmsal ekosistemin bir hissəsinə çevrilir. Bu səbəbdən, təhsil müəssisələri rəqəmsal texnologiyalarla zənginləşdirilmiş proqramlar hazırlamalı, tələbələrə informasiya texnologiyalarına əsaslanan biznes modellərini öyrətməlidirlər. Sahibkarlıq təhsilinin əsas funksiyalarına aşağıdakılar daxildir:

- İqtisadiyyata töhfə verə biləcək yeni ideyaların formalaşdırılması;
- Startap düşüncəsinin və yaradıcılığın təşviqi;
- Gənclərdə öz biznesini qurmaq istəyinin stimullaşdırılması;
- Müasir bazar tələblərinə cavab verən peşəkarların hazırlanması.

Rəqəmsal iqtisadiyyat — informasiyanın, rəqəmsal texnologiyaların və İnternet xidmətlərinin dominant rol oynadığı bir iqtisadiyyat növüdür. Bu iqtisadiyyatda əsas dəyər rəqəmsal platformalar, onlayn ticarət, süni intellekt, blokçeyn texnologiyası və avtomatlaşdırma vasitəsilə formalaşır. Ənənəvi istehsalat modelləri geridə qalır, yerini isə daha çevik, innovativ və texnoloji həllərə əsaslanan sistemlər tutur.

Rəqəmsal sahibkarlığın formaları və təcrübədə tətbiqi

Rəqəmsal sahibkarlıq – texnologiyalardan istifadə edərək biznes qurmaq və idarə etmək prosesidir. Bu sahibkarlıq forması, ənənəvi biznes modellərindən fərqli olaraq, rəqəmsal platformalar, proqram təminatı, sosial media, onlayn ödəniş sistemləri və digər texnoloji vasitələr üzərində qurulur [1]. Rəqəmsal sahibkarlar məhsul və ya xidmətlərini fiziki məkan olmadan, qlobal auditoriyaya çıxara bilir və ən əsası, fəaliyyətlərini daha səmərəli və çevik şəkildə idarə edə bilirlər [3].

Rəqəmsal sahibkarlığın bir neçə əsas forması mövcuddur:

- **E-ticarət (Elektron ticarət):** Məhsul və xidmətlərin onlayn satışı. Məsələn, Amazon, Etsy, AliExpress kimi platformalarda fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlar.
- **Startaplar:** Texnoloji yeniliklərə əsaslanan, tez böyümək potensialı olan bizneslər. Startaplar adətən mobil tətbiqlər, proqram təminatları və xidmət platformaları ilə əlaqəli olur. Məsələn, Uber, Glovo, Bolt və s. [4], [6].
- **SaaS (Software as a Service):** Xidmət kimi proqram təminatı təklif edən şirkətlər. Bu modellərdə istifadəçilər proqram təminatını onlayn olaraq icarəyə götürürlər. Məsələn, Zoom, Canva, Dropbox.
- **Digital content creation (rəqəmsal məzmun yaradılması):** YouTube, TikTok, Instagram kimi platformalarda məzmun yaradaraq gəlir əldə edən fərdi sahibkarlar.
- **Freelance və rəqəmsal xidmətlər:** Freelancerlər internet üzərindən qlobal müştərilərə xidmət göstərirlər. Bu xidmətlərə dizayn, proqramlaşdırma, yazı yazmaq, tərcümə, məsləhət vermək və s. daxildir [2], [8].

Rəqəmsal sahibkarlıq bir sıra üstünlüklərə malikdir:

- **Aşağı başlanğıc xərcləri:** Fiziki ofis və ya mağaza tələb olunmur;
- **Qlobal miqyasda fəaliyyət:** Yerli deyil, beynəlxalq bazarlara çıxış imkanı;
- **Avtomatlaşdırma:** Müxtəlif texnologiyalar sayəsində əməliyyatlar daha sürətli və səmərəli aparılır [5], [9].
- **Davamlı innovasiya:** Rəqəmsal sahibkarlar bazarda yeni ehtiyaclara daha tez cavab verə bilirlər;

Azərbaycan və dünya təcrübəsində uğurlu rəqəmsal sahibkarlıq nümunələri çoxdur:

- **Azərbaycan kontekstində:** Son illərdə Azərbaycanda bir sıra texnoloji startaplar formalaşmışdır. Məsələn, "Keepface" adlı influencer marketing platforması beynəlxalq bazara çıxaraq uğurlu nəticələr göstərmişdir. Həmçinin "WoopCar" və "Bonpara" kimi yerli rəqəmsal startaplar da uğur qazanmışdır.
- **Beynəlxalq nümunələr:** Estoniyada yaradılan "TransferWise" (indiki Wise) sadəcə bir fikir – daha ucuz beynəlxalq pul köçürməsi – əsasında qlobal texnoloji startapa çevrilmişdir. Həmçinin, Airbnb, Spotify, Shopify kimi şirkətlər də sahibkarlıq təhsili və texnologiyanın vəhdəti ilə qurulmuşdur [6].

Rəqəmsal iqtisadiyyatın tələblərinə uyğun kadr hazırlığı üçün sahibkarlıq təhsilinin tədris proqramlarında mühüm yer tutması zəruridir. Müasir təhsil sistemində bu sahəyə yanaşma təkcə biznes ixtisasları ilə məhdudlaşmamalıdır. Sahibkarlıq təhsili humanitar, texniki və hətta təbiət elmləri üzrə təhsil alan tələbələr üçün də əlçatan olmalıdır.

Bölgələrdə sahibkarlıq təhsilinin təşviqi həm sosial, həm də iqtisadi baxımdan böyük əhəmiyyət daşıyır. Rəqəmsal texnologiyalar sayəsində region gəncləri də paytaxtla eyni imkanlara çıxış əldə edə bilirlər. Bu məqsədlə:

- Onlayn təhsil platformaları genişləndirilməlidir;

- Regionlarda innovasiya mərkəzləri və texnoparklar yaradılmalıdır;
- Sahibkarlıq mövzusunda yerli mentorluq proqramları tətbiq olunmalıdır.

Bu addımlar həm regionların iqtisadi fəallığını artıracaq, həm də rəqəmsal iqtisadiyyatın ölkə üzrə balanslı inkişafına xidmət edəcəkdir.

Nəticə və təkliflər

Yuxarıda qeyd olunan problemlərin həlli məqsədilə aşağıdakı addımlar atıla bilər:

- Kurikulumların müasirləşdirilməsi

Universitet və kollec proqramlarında sahibkarlıq təhsili daha çevik və innovativ formada təqdim olunmalıdır. Yeni texnologiyalar, rəqəmsal platformalar, startap menecmenti və digər aktual mövzular dərs proqramlarına daxil edilməlidir.

- Universitet-biznes əməkdaşlığının gücləndirilməsi

Təhsil müəssisələri biznes sektoru ilə daha sıx əməkdaşlıq etməli, tələbələr üçün real biznes layihələr, təcrübə proqramları və işgüzar oyunlar təşkil olunmalıdır.

- Startap inkubator və akseleratorlarının yaradılması

Hər bir universitetdə tələbələrin biznes ideyalarını reallaşdırma biləcəyi texnoparklar, innovasiya mərkəzləri, inkubator və akseleratorlar yaradılmalıdır. Burada tələbələrə həm texniki dəstək, həm də maliyyələşmə imkanları təqdim olunmalıdır.

- Onlayn və hibrid təhsil platformalarının genişləndirilməsi

Xüsusilə regionlarda yaşayan gənclər üçün onlayn kurslar, vebinarlar, distant mentorluq proqramları təşkil olunmalıdır. Bu sahədə beynəlxalq platformalarla əməkdaşlıq vacibdir (Coursera, EdX, FutureLearn və s.).

- Sahibkarlıq mədəniyyətinin təşviqi

Gənclər arasında təşəbbüskarlıq və yaradıcılıq ruhunu gücləndirmək üçün məktəb və universitet səviyyəsində maarifləndirici tədbirlər, müsabiqələr və seminarlar təşkil olunmalıdır. Uğurlu sahibkarların təcrübələrini paylaşması bu baxımdan olduqca dəyərlidir.

- Dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi

Sahibkarlıq təhsili sahəsində çalışan müəllim və təlimçilər üçün əlavə təlimlər keçirilməli, maliyyə vəsaitləri ayrılmalı və bu sahədə fəaliyyət göstərən startaplara güzəştli vergi və kredit imkanları təqdim edilməlidir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı ilə sahibkarlıq təhsilinin rolu daha da artır. Sahibkarlıq təhsili, tələbələrə rəqəmsal alətləri effektiv istifadə etmə, yeni iş imkanları yaratma və innovativ həllər təklif etmə bacarıqları öyrətməklə, rəqəmsal iqtisadiyyatda uğur qazanmağa imkan verir. Bu təhsil sahəsi, iqtisadiyyatın gələcək inkişafını təmin etmək üçün çox vacibdir.

Ədəbiyyat

1. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014) The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. W. W. Norton & Company.
2. Kuratko, D.F. (2005) The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty. Pearson Education.
3. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010) Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley.
4. Saebi, T., Lien, B.K., & Shieh, C. (2019) Business Model Innovation for Sustainability: A Review. Journal of Cleaner Production, 213, 86-105.

5. Dyer, J.H., Gregersen, H.B., & Christensen, C.M. (2011) The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators. Harvard Business Press.
6. Teece, D.J. (2010) Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range Planning, 43(2-3), 172-194.
7. Porter, M.E. (2001) Strategy and the Internet. Harvard Business Review, 79(3), 62-78.
8. Schwab, K. (2016) The Fourth Industrial Revolution. Crown Business.
9. Nambisan, S., & Baron, R.A. (2009) Virtual Customer Environments: Testing a Model of Volitional Participation in Value Co-Creation. Journal of Product Innovation Management, 26(4), 392-406.

THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN DEVELOPMENT OF DIGITAL ECONOMY

R.V.Imanova, A.G.Jafarov, E.N.Shiraliyev

SUMMARY

In today's rapidly evolving technological landscape, the structure of the global economy is undergoing fundamental changes, giving rise to a new model — the digital economy. In this context, entrepreneurial education becomes increasingly essential for equipping young people with the skills required to thrive in a digital environment. This article explores the role of entrepreneurial education in the digital economy, emphasizing its core functions such as fostering startup thinking, promoting innovation, developing digital skills, and enhancing analytical capabilities. The key forms of digital entrepreneurship, including e-commerce, SaaS, freelancing, and content creation, supported by successful examples from both Azerbaijan and international practice, are analyzed. The importance of curriculum modernization, expanding online learning platforms, establishing startup incubators and accelerators at universities, and enhancing state support is stressed. In conclusion, it is stated that the entrepreneurial education is a crucial pillar for sustainable economic development in the age of digital transformation.

РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Р.В.Иманова, А.Г.Джафаров, Э.Н.Ширалиев

РЕЗЮМЕ

В условиях стремительного развития технологий и цифровизации структура современной экономики радикально изменилась, что привело к формированию новой модели — цифровой экономики. В этой среде предпринимательское образование играет важную роль в подготовке молодых людей к требованиям цифровой эпохи. Статья рассматривает значение предпринимательского образования в условиях цифровой экономики, выделяя его ключевые функции, включая развитие стартап-мышления, инновационного подхода, цифровых навыков и аналитического мышления. Также анализируются формы цифрового предприни-

мательства, такие как электронная коммерция, SaaS, фриланс и цифровое контент-производство, приводятся успешные примеры из Азербайджана и мирового опыта. Основное внимание в статье уделено необходимости модернизации образовательных программ, расширению онлайн-платформ, созданию инкубаторов и акселераторов при университетах, а также государственной поддержке. В заключение подчеркивается, что предпринимательское образование — это неотъемлемая часть устойчивого экономического развития в эпоху цифровизации.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 16 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

XARİCİ İQTİSADI SİYASƏTİN NƏZƏRİ ƏSASLARININ SİSTEMLİ TƏHLİLİ

X.X.Əsədullayeva, H.R.İmanzadə, V.A.Quluzadə

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: hicraniman8@gmail.com

Açar sözlər: xarici iqtisadi siyasət, investisiya, ticarət

Keywords: foreign economic policy, investment, trade

Ключевые слова: внешнеэкономическая политика, инвестиции, торговля

Giriş

Xarici iqtisadi siyasətin inkişafı milli iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafını səciyyələndirən əsas istiqamətlərdən biridir. Xarici iqtisadi siyasətin doğru formalaşdırılması makroiqtisadi tarazlığı şərtləndirən amil kimi də çıxış edə bilər. Belə ki, xarici iqtisadi siyasət əsas makroiqtisadi tarazlığın amillərindən olan xarici tarazlıq bölməsinin də inkişafını təmin etməkdədir. Biz bunu açıq iqtisadiyyatda makroiqtisadi tarazlıq tənliyinin təhlilində də görə bilərik:

$$(S - İ) + (T - G) = (X - M). \quad (1)$$

Burada S – əmanətlər,

$İ$ – investisiyalar,

T – vergilər,

G – dövlət xərcləri,

X – ixrac,

M – idxaldır [1].

$(S - İ)$ ifadəsi, yəni əmanətlərlə investisiyaların fərqi, özəl sektorun əmanət və ya yığım tarazlığı mənasında səciyyələndirilir. $(T - G)$ ifadəsi, yəni vergilər ilə dövlət xərclərinin fərqi, büdcə tarazlığı deməkdir. Bu səbəbdən $(S - İ)$ ifadəsi ilə $(T - G)$ ifadələrinin cəmi daxili tarazlığı verir. Bərabərliyin sağ tərəfində mövcud olan $(X - M)$, yəni ixrac ilə idxalın fərqi isə xalis ixracı və yaxud digər adı ilə xarici tarazlığı ifadə edir. Bu səbəbdən tədqiqatımızın əsas istiqamətlərindən biri də xarici tarazlıq ilə bağlıdır ki, bu da öz növbəsində xarici iqtisadi siyasətin, o cümlədən ticarət və investisiya siyasətinin hansı formada aparılması ilə sıx əlaqəlidir.

Xarici iqtisadi siyasət anlayışının təhlili

Xarici iqtisadi siyasət anlayışı dünya alimləri tərəfindən müxtəlif formalarda izah olunmuşdur. J.Okamotoya görə, xarici iqtisadi siyasət ölkənin məhsul və xidmətlərinin, birbaşa xarici investisiyalar da daxil olmaqla, kapitalın transsərhəd hərəkəti zamanı digər ölkələrin milli iqtisadiyyatına təsir edə biləcək siyasətidir [2].

J.Okamotonun transsərhədlik anlayışına müəyyən mənada yaxın olan alimlərdən biri də məhz D.Sagentdir. Belə ki, D.Sagent öz elmi araşdırmasında xarici iqtisadi siyasəti transsərhəd iqtisadi axınların idarəedilməsinin başlıca istiqaməti kimi qiymətləndirir ki, bu da J.Okamotonun fikirləri ilə müəyyən mənada bənzərlik təşkil etməkdədir [3].

A.V.Melnikov və digərləri xarici iqtisadi siyasət və onun nəzəri metodoloji əsasları ilə bağlı ən geniş tədqiqat aparan şəxslər kimi qiymətləndirilə bilər. Belə ki, A.V.Melnikova görə xarici iqtisadi siyasət dövlətin və dövlət orqanlarının xarici iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsi istiqamətinin müəyyən edilməsi və beynəlxalq əmək bölgüsündə ölkənin iştirakının ən münasib formaya gətirilməsi üzrə məqsədyönlü hərəkətlər məcmusudur. Digər tərəfdən A.V.Melnikova və digərlərinə görə xarici iqtisadi siyasətin əsas tərkibi aşağıdakı kimidir:

- Xarici investorların milli iqtisadiyyata yerləşdirdikləri investisiya barədə siyasət
- Xarici ölkələrdə milli investisiyanın tənzimlənməsi siyasəti
- İxrac və idxal siyasəti ilə birlikdə xarici ticarət siyasəti
- Valyuta siyasəti

Eyni zamanda A.V.Melnikov və digərləri burada olduqca maraqlı bir məsələyə toxunaraq xarici iqtisadi siyasətin əsas tərkibinə ölkələrin başlıca prioritet istiqamətlərindən olan milli iqtisadiyyatın təhlükəsizliyini təmin edilməsi çərçivəsində formalaşan müəyyən vəzifələri də əlavə edirlər. Belə ki, A.V.Melnikov və digərlərinə görə bu vəzifələrin ən başlıcası müxtəlif regionlar və dövlətlər ilə xarici iqtisadi əlaqələrin coğrafi tarazlığıdır. Alimlər öz əsərində bu vəzifəni qorunma ehtiyacı olaraq adlandırmışlar. Həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, A.V.Melnikov və digərləri xarici iqtisadi siyasətin başlıca alətini ticarət-siyasi mexanizm olaraq təsnifləndirirlər [4].

Düşünürük ki, burada alimlər xarici iqtisadi siyasətin bütün tərkib hissələrinin yəni xarici ticarət, investisiya və valyuta əlaqələrinin coğrafi diversifikasiyasını nəzərə tutmuşlar ki, hər hansısa bir ölkədə yarana biləcək müəyyən iqtisadi problemlərə qarşı adaptiv mexanizm yaradaraq xarici iqtisadi siyasəti neqativlərdən qorumaqdadır.

A.V.Melnikov və digərlərinin önə qoyduğu xarici iqtisadi siyasət tərfi də elm cəmiyyəti tərəfindən olduqca məşhur tərif olaraq qeydə almaq mümkündür. Belə ki, O.R.Rəcəbov və A.Q.Maqaqedova öz elmi əsərlərində birbaşa olaraq A.V.Melnikovun tərəfindən çıxış edərək xarici iqtisadi əlaqələrin izahını verməyə çalışmışlar [5].

Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, Z.K.Rəcəbova, S.Z.Xidirova və G.A.Gülmaqaqedova da A.V.Melnikov və digərlərinin tərəfindən yola çıxaraq xarici iqtisadi siyasətin tərfini əsaslandırmağa çalışmışlardır. Z.K.Rəcəbova, S.Z.Xidirova və G.A.Gülmaqaqedova həmçinin xarici iqtisadi siyasətin tərkibinin təsnifatını da A.V.Melnikov və digərlərinin təsnifatında olduğu kimi səciyyələndirmişlərdir [6].

V.N.Burmistrovun da xarici iqtisadi siyasət ilə bağlı olduqca maraqlı tərfi vardır. Belə ki, V.N.Burmistrova görə xarici iqtisadi siyasət dövlətin xarici iqtisadi əlaqələrinin bütün vektorlarının inkişafının və rasionallığının artırılmasına istiqamətlənən kompleks fəaliyyət proqramlarıdır [7].

Digər tərəfdən vurğulamaq lazımdır ki, A.K.Şermuxamedovun təklif etdiyi tərif əslində V.N.Burmistrovun təklif etdiyi tərifə olduqca bənzəyir. Belə ki, A.K.Şermuxamedova görə xarici iqtisadi siyasət dövlətin başlıca strateji xəttinə mütənəsib və ona paralel olaraq həyata keçirdiyi xarici iqtisadi əlaqələr siyasətinin kompleksidir [8].

A.G.Oleynov xarici iqtisadi siyasəti iki istiqamətdə yəni geniş və dar mənada izah edir. Belə ki, A.G.Oleynova görə geniş mənada xarici iqtisadi siyasət dövlətin digər döv-

lətlər, sahibkarlıq subyektləri və beynəlxalq təşkilatlar ilə iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsini və formalaşmasını şərtləndirən başlıca fəaliyyətdir. Dar mənada isə xarici iqtisadi siyasət özündə aşağıdakı istiqamətlər üzrə dövlət siyasətini ehtiva edir.

- Mal və xidmətlərin ixracı;
- Xarici investisiyaların cəlb edilməsi;
- Kapitalın xaricə ixracı;
- Xarici kreditlər;
- Beynəlxalq iqtisadi layihələrin həyata keçirilməsi;
- Digər dövlətlərə iqtisadi yardımın göstərilməsi.

Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, A.G.Oleynov öz elmi araşdırmalarında xarici iqtisadi siyasəti xarici ticarət, pul-kredit siyasəti, valyuta siyasəti və büdcə-vergi siyasəti olaraq 4 istiqamətə ayırır [9].

N.A.Çumakovaya və V.Y.Saprikinaya görə isə ölkənin digər ölkələr ilə xarici iqtisadi əlaqələrinin qurulmasının, yerli istehsalçıların dünya bazarında mənafeələrinin qorunmasının, milli iqtisadiyyatın təhlükəsizliyinin eyni zamanda tədiyyə balansının və onun başlıca komponenti olan ticarət balansının tarazlaşdırılmasının təmin edilməsini xarici iqtisadi siyasətin başlıca məqsədləri kimi qiymətləndirmişdir. Çünki N.A.Çumakovaya və V.Y.Saprikinaya görə xarici iqtisadi siyasət ölkənin daxili iqtisadi siyasətinin məntiqi davamı olaraq ölkənin sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasına birbaşa bağlıdır [10].

Xarici iqtisadi siyasət anlayışı, onun tərif və məğzi ilə bağlı ən sadə fikiri isə A.Q.Qrayznova irəli sürmüşdür. A.Q.Qrayznova xarici iqtisadi siyasəti çoxistiqamətli siyasət olaraq adlandıraraq qısa və düşündürücü anlayışdan çıxış edir ki, bu tərif digər təriflər ilə müqayisədə daha identifikdir. Əslində fikrimizcə burada A.Q.Qrayznova hər hansısa yeni tərifdən daha çox xarici iqtisadi siyasətin spesifik xüsusiyyəti ilə bağlı öz fikrini ortaya qoymaqladır [11].

V.N.Kulakov xarici iqtisadi siyasət anlayışını daha əhatəli formada ifadə edir. Belə ki, V.N.Kulakova görə dövlətin xarici iqtisadi siyasəti onun siyasi, iqtisadi, sosial, hərbi və digər istiqamətlər üzrə öz potensialını inkişaf etdirmək və dünya təsərrüfat sistemində rəqəbat qabiliyyətini təmin etmək məqsədilə xarici iqtisadi əlaqələrin formalaşması və istifadəsi müstəvisində məqsədyönlü fəaliyyətdir. Eyni zamanda V.N.Kulakov qeyd edir ki, dünyanın iqtisadi inkişaf tarixində xarici iqtisadi siyasətin əsasən proteksionist və azad ticarət olmaq üzrə iki başlıca tipi mövcuddur [12].

Sözügedən alimlərin fikirlərinin müqayisəli təhlili onu deməyə imkan verir ki, xarici iqtisadi siyasət geniş mənalı bir kateqoriya olmaqla yanaşı ölkələrin beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdəki fəaliyyətinin formalaşdırılması və tənzimlənməsinə istiqamətlənmiş bir siyasətdir. Bu siyasət özündə beynəlxalq ticarəti, kapitalın transsərhəd hərəkətini, işçi qüvvəsinin hərəkətini və s. faktorları ehtiva etməkdədir.

Ədəbiyyat

1. Eğilmez, M. (2022) Makro Ekonomi, Türkiye’den Örneklerle. Remzi Kitap Evi, 6. İstanbul.
2. Okamoto, J. (1997) Foreign Economic Policy Making in Australia: Analytical Framework and the Role of the State (No. 3). IDE APEC Study Center.
3. Sargent, D. (2017) Foreign economic policy. In Oxford Research Encyclopedia of American History.

4. Мельников, А.Б., Артемова, Е.И., Белова, Л.А., & Тюпаков, К.Э. (2013) Мировая экономика и международные экономические отношения (в схемах и таблицах). Краснодар: КубГАУ, 240 с.
5. Раджабов, О.Р., & Магомедова, А.Г. (2021) Методологические Основы Внешнеэкономической Политики России. Вклад молодых ученых в инновационное развитие АПК, 253.
6. Раджабова, З.К., Хидирова, С.З., & Гюльмагомедова, Г.А. (2023) Внешнеэкономическая политика России и основные этапы ее развития. Социально-гуманитарные знания, (3), 138-141.
7. Бурмистров, В.Н. (2009) Внешнеэкономическая политика России: современное состояние и основные направления оптимизации. Российский внешнеэкономический вестник, (7), 58-67.
8. Шермухамедов, А.К. (2022) Цели и Задачи Экспортной Политики в Республике Узбекистан. Архив научных исследований, 4(1).
9. Олейнов, А.Г. (2016) Внешнеэкономическая политика стран мира: теория и методология анализа. Мировое и национальное хозяйство.
10. Чумакова, Н.А., & Сапрыкина, В.Ю. (2016) Современные тенденции внешнеэкономической деятельности. Научный вестник Южного института менеджмента, (4), 42-46.
11. Грязнова, А.Г. (2001) Участие России в АТЭС новые импульсы к сотрудничеству. Финансы: теория и практика, (3), 13-21.
12. Кулаков, В.Н. (2018) Внешнеэкономическая деятельность. Курс лекций: учебно-методическое пособие.

SYSTEMIC ANALYSIS OF THEORETICAL FOUNDATIONS OF FOREIGN ECONOMIC POLICY

K.K.Asadullayeva, H.R.Imanzadeh, V.A.Guluzadeh

SUMMARY

This work deals with the foreign economic policy, one of most important fields of economic science. It should be noted that within the framework of both geopolitical and geoeconomic realities that are taking shape today, the world economic system has entered a period of long-term transformation. The structural crisis that has been forming in certain blocs of the world's leading economic powers since the beginning of the 19th century, the global financial crisis of 2008, which significantly undermined the social well-being of the world's population, the Covid-19 pandemic, which led the transport-logistics and production chain to a serious situation of turbulence, and the Russian military aggression against Ukraine, which further deepened the structural crisis, have further accelerated the process of transition from a unipolar to a multipolar world order. It is in this context that the study of foreign economic policy processes becomes necessary, and this work is just aimed at a systematic analysis of the theoretical foundations of foreign economic policy in a period of intense turbulence.

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Х.Х.Асадуллаева, Х.Р.Иманзаде, В.А.Гулузаде

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена одной из важнейших сфер экономической науки, коей является внешнеэкономическая политика. Следует отметить, что в рамках как геополитических, так и геоэкономических реалий, складывающихся сегодня, мировая экономическая система вступила в период длительной трансформации. Структурный кризис, развивавшийся в отдельных блоках ведущих экономических держав мира с начала XIX века, мировой финансовый кризис 2008 года, существенно подорвавший социальное благополучие населения планеты, пандемия COVID-19, приведшая в состояние серьезной турбулентности транспортно-логистические и производственные цепочки, а также военная агрессия России против Украины, еще больше углубившая структурный кризис, ускорили процесс перехода от однополярного к многополярному мироустройству. Именно в этом контексте изучение внешнеэкономических процессов является необходимым, и данная работа направлена именно на системный анализ теоретических основ внешнеэкономической политики в периоды интенсивной турбулентности.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 17 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

**2013-2017 VƏ 2020-2023-CÜ İLLƏR ÜZRƏ
AZƏRBAYCANIN MDB ÖLKƏLƏRİ İLƏ
TİCARƏT DÖVRİYYƏSİNİN MÜQAYİSƏLİ TƏHLİLİ**

S.R.Quliyev, S.T.Hüseynova, A.Ş.Abbasova

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: senan.quliyev010@gmail.com

Açar sözlər: xarici ticarət dövriyyəsi, idxal, ixrac, siyasi münasibətlər

Keywords: foreign trade turnover, import, export, political relations

Ключевые слова: внешнеторговый оборот, импорт, экспорт, политические отношения

Hazırda dünya iqtisadiyyatının 237 subyektindən 187-si ilə Azərbaycan Respublikasının xarici ticarət əlaqələri mövcuddur. Bunlardan 9 ölkə MDB ölkələridir. Beynəlxalq ticarətin 50 subyekti ilə ticarət münasibətlərimiz yoxdur [3]. 2013-cü ildə Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsi 34 687 919,3 min ABŞ dolları olmuşdur. Bu həcm 4 062 880,9 min ABŞ dolları -11,71%-i MDB ölkələrinin payına düşmüşdür.

2015-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi yenə də azalaraq 21 945 815,6 min ABŞ dollarına düşmüşdür. Bu statistikanın 2014-cü ildə 2 921 244,1 min ABŞ dolları - 9,41 %-i, 2015-ci ildə isə 2 487 471,5 min ABŞ dolları - 11,33 %-i MDB ölkələrinin payına düşmüşdür [3].

2013-2017-cü illər üzrə Rusiya, Qazaxstan, Türkmənistan, Belarusiya və Ukrayna Xarici ticarət dövriyyəsində ilk beşliyinə daxil olan ölkələr olmuşlar. Lakin 2013-cü ildə göstəricilər 2 583 022,8 min ABŞ dolları xarici ticarət dövriyyəsindən 2014-cü ildə 1954751,7 min ABŞ dollarına enmişdir. 2015-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi yenə də azalaraq, 1855 692,3 min ABŞ dollarına düşmüşdür. Ukrayna ilə Azərbaycan arasında ticarət istiqamətləri də rəngarəng olmuşdur. Belə ki, 2013-cü ilin yekunu üzrə 864 689,2 min ABŞ dollarına malik olan göstəricilər 2014-cü ildə 468 021,7 min ABŞ dolları həcminə enmişdir. Bu göstərici ötən ilki göstəricinin 50%-nə yaxın olmuşdur. 2015-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi bir az da enərək, 333 129 min ABŞ dollarına düşmüşdür [3].

Xarici ticarət münasibətlərinin davamı olaraq, Qazaxstanla ticarət dövriyyəsi 2013-cü ilin 370 997,6 min ABŞ dolları həcmindən 2014-cü ildə 250 895,6 min ABŞ dolları həcminə, 2015-ci ildə isə 116 883,4 min ABŞ dolları həcminə qədər enmişdir. Belarusla Azərbaycanla XTD də 2013-cü ilin 102 031,4 min ABŞ dolları həcmindən 2014-cü ildə 99 032,7 min ABŞ dolları həcminə, 2015-ci ildə isə 93 674,6 min ABŞ dolları həcminə qədər mənfi göstəricilərlə yadda qalmışdır. Beşliyi Türkmənistan Azərbaycanla XTD - 2013-cü ildə 88 152,4 min ABŞ dollarından 2014-cü ildə 51 201,2 min ABŞ dolları enişlə, 2015-ci ildə isə yenə də azalaraq 52 433,9 min ABŞ dollarına düşməsi ilə yekunlaşdırmışdır [3].

Tədqiqatçılar belə hesab edir ki, bu enmələrin səbəbi heç də ölkələrarası münasibətlərlə əlaqəli deyil. Dünya bazarlarında neftin qiymətinin kəskin şəkildə aşağı düşməsi bu prosesə də ciddi təsir etmişdir. Eyni zamanda ixrac və idxal məhsullarının həc-

mi deyil, qiymətləri azaldığından, göstəricilər də azalmışdır. Qeyd etməliyik ki, əsas əmtəə göstəricilərinin klassifikasiyasına nəzər salsaq bunu daha aydın görmüş olarıq. Nəzərə alsaq ki, 2003-cü ildən etibarən Azərbaycanın xarici ölkələrlə ticarət münasibətlərinin, o cümlədən ixrac potensialının artırılması, ölkəmizə xarici investisiyaların cəlb edilməsi məqsədi ilə “Azərbaycanda ixracın və investisiyaların Təşviqi Fondu-AZPROMO” strukturu yaradılmışdır. Daha sonra Azərbaycan Respublikasının ixracın və investisiyaların Təşviqi Agentliyinə çevrilmişdir. Agentlik WAIPA (World Association of Investment Promotion Agencies) - İnvestisiya Təşviqi Dünya Agentlikləri Assosiasiyasının üzvü və Mərkəzi Asiya üzrə regional direktor olaraq, qeyri neft sektorlarına investisiyaların cəlb edilməsi və ixrac potensialının stimullaşdırılması sahəsində geniş fəaliyyət göstərməkdədir [2].

Qeyri-neft məhsulları sahəsində xarici ticarət dövriyyəsinin artırılması məqsədi ilə həyata keçirilən tədbirlərlə yanaşı Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin 05 oktyabr 2016-cı il tarixli Fərmanı imzalanmışdır [5]. Fərmana əsasən, “Made in Azerbaijan” brendi adı ilə ixrac məhsullarının təşviqi artırılması qarşıya qoyulmuşdur. Pandemiya dönməndə bu islahatların müsbət təsiri özünü göstərmiş 2017-ci ildə 24 103 278,5 min ABŞ dollarından, 2018-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi yenə də artaraq, 30 954 982,9 min ABŞ dollarına, 2019-cu ildə isə 33 302 678,5 min ABŞ dollarına yüksəlmişdir. Analoji olaraq, bu göstəricilərin 2017-ci ildə 3 525 038,9 min ABŞ dolları - 14,6 %-i, 2018-ci ildə isə 3 999 455,1 min ABŞ dolları - 12,9 %-i və 2019-cu ildə isə 4 610 977,9 min ABŞ dolları - 13,8 %-i MDB ölkələrinin hesabına mümkün olmuşdur [3].

2020-ci ildə Azərbaycan XTD-nin ümumi göstəriciləri 2019-cu il dünya XTD-nə nisbətən 8 838 002,4 min ABŞ dolları az olmasına baxmayaraq, MDB ölkələri üzrə XTD 2.9% artım nümayiş etdirmişdir. 2021-2023-cü illər üzrə Azərbaycan-MDB XTD müxtəlif dalğalanmalarla artım nümayiş etdirməkdədir. Rusiya Federasiyası 4 358 740,2 min ABŞ dolları XTD ilə liderliyini saxlasa da, Rusiyanın Ukraynaya hərbi təcavüzü səbəbindən Türkmənistan 773 908 min ABŞ dolları XTD ilə ikinci, Belarus 356 589,4 min ABŞ dolları XTD ilə Üçüncü, Ukrayna 353 774,6 min ABŞ dolları XTD ilə dördüncü və Qazaxstan 314 142,4 min ABŞ dolları XTD ilə beşinci mövqeyə keçmişdir [3].

Xarici ticarət dövriyyəsinin dalğalı hərəkətlərinin təhlili belə bir nəticəyə gəlməyimizə əsas verir ki, xarici bazarların əmtəə dövriyyəsi və qiymət siyasəti “keçici xəstəliklər” kimidir. Xarici bazarlarda qiymət enmələri tələb-təklif nəzəriyyəsi əsasında deyil, daha çox siyasi ambisiyalar hesabına baş verməkdədir. Burada dini və milli təəssübkeşlik də yer tutmaqdadır.

MDB ölkələri arasında XTD-nin əmtəə klassifikasiyası diqqət çəkəndir. 2024-cü il üzrə ölkəmizə 8 039 093,8 min ABŞ dolları həcmində məhsul idxal edilmişdir. İxrac edilmiş əmtəələrin həcmi isə 47 389 159,0 min ABŞ dolları həcmində olmuşdur. Beləliklə tədiyyə balansımız 39 350 065,2 min ABŞ dolları olmuşdur [1].

İxrac məhsulunun 45 822 879,8 min ABŞ dollarlıq hissəsini 96,69%-ni neft və neft məhsulları etmişdir [1] 1 566 280 min ABŞ dollarlıq hissəsini isə 1) müxtəlif ərzaq məhsulları 890 201 min ABŞ dolları həcmində və 2) 676 078 min ABŞ dolları həcmində elektrik enerjisi, müxtəlif sənaye məhsulları, toxuculuq və metallurgiya məmulatları təşkil etmişdir [1].

Cədvəl 1. İxrac edilmiş neft məhsullarının həcmi

Elektrik enerjisi, milyon kVt.s	1.753,0	94.144,1
Asiklik spirtlər, onların törəmələri, ton	474.075,6	104.425,5
Etilen polimerləri, ilkin formada, ton	115.439,7	129.475,7
İribuynuzlu heyvanın dəriləri, min ədəd	323,8	7.552,2
Emal olunmamış qoyun və quzu dəriləri, min ədəd	403,2	500,7
Kağız və karton, onlardan hazırlanan məmulatlar, ton	126,2	96,7
Pambıq lifi, ton	118.837,4	177.586,6
Pambıq ipliyi, ton	11.548,2	28.551,7
Sintetik kompleks saplardan parçalar, min kv. metr	2.079,9	415,6
Toxuculuq materiallarından kisə və paketlər, ton	8.074,8	18.921,2
Qara metallardan yarımfabrikatlar, ton	810,8	416,0
Qara metallardan çubuqlar, ton	56.791,8	36.437,9
Qara metallardan küncüklər və şvellerlər, ton	301,7	319,7
Emal olunmamış alüminium, ton	28.903,5	70.749,3
Məye nasosları, ədəd	23.357,0	6.485,3

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/trade/>

2023-cü ilin statistik məlumatları əsasında MDB ölkələri üzrə İxrac edilmiş məhsulların 1 196 411,3 min ABŞ dolları – 72,36 %-i Rusiya Federasiyasının payına düşmüşdür. 118 645,8 min ABŞ dolları – 7,17 % - Ukraynanın, 86 114 min ABŞ dolları - 5,2 %-i Türkmənistanın, 98 503,6 min ABŞ dolları – 5,95% - Qazaxstanın və 9.32%-i isə digər MDB ölkələrinin payına düşmüşdür [4].

Dünya ölkələri üzrə əsas əmtəə ixracı edilən ölkələr arasında 2019-2023-cü illəri əhatə edən beş illik dinamikanı təhlil etsək, İtaliya-Azərbaycan münasibətlərinin zirvədə olduğunu şahidi olarıq. 2022-ci ildə ixrac həcmi 17 782 508,1 min ABŞ dollarına çatırsa da, 2023-cü ildə nisbətən geriləyərək, 15 208 067,6 min ABŞ dollarına enmişdir. İtaliyanı Türkiyə təqib etməkdədir. Baxmayaraq ki, Türkiyə ixracı İtaliya ixracının 1/3-nə bərabərdir, Türkiyə-Azərbaycan münasibətləri sürətlə dərinləşməkdədir. İsrail, Yunanıstan və Hindistana olan ixrac həcmi toplam 3 999 786,6 min ABŞ dollarına bərabərdir.

Cədvəl 2. İxrac edilmiş məhsullarının həcminə görə beşliyə daxil olan ölkələrin dinamikası

	2019	2020	2021	2022	2023
Türkiyə	2.862.688,0	2.597.747,0	2.818.116,6	3.544.755,9	5.359.328,1
İtaliya	5.638.641,8	4.172.267,9	9.243.521,4	17.782.508,1	15.208.067,6
İsrail	1.331.616,2	437.500,1	898.097,0	1.682.726,0	1.401.607,3
Yunanıstan	242.758,0	523.303,2	415.415,9	1.391.812,2	1.363.448,3
Hindistan	955.865,6	456.784,5	594.430,9	1.662.623,9	1.234.731,0

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/trade/>

2025-ci ildə dünyada baş verməkdə olan hərbi münaqişələr səbəbindən ixrac həcmində azalma ola biləcəyi qənaətinəyik. İstər Yunanıstanın hərbi ritorikası, istər İsrail-Suriya-İraq-Türkiyə münasibətləri, istərsə də Pakistan-Hindistan münasibətləri yeni çağır-

rırlar və münasibətlər baxımından riskli hesab edilməkdədir.

Yekun olaraq qeyd etmək istərdik ki, Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının artırılmasına və dayanıqlı münasibətlər qurmasına daha geniş yer verilməlidir.

Ədəbiyyat

1. ADSK. (2023) İdxal. <https://www.stat.gov.az/source/trade/>:
<https://www.stat.gov.az/source/trade/>
2. AZPROMO. (2021) <https://azpromo.az/>
3. DSK. (2024) <https://www.stat.gov.az/source/trade/>
4. İxrac. (2023) <https://www.stat.gov.az/source/trade/>
5. www. President. az. (2016)

COMPARATIVE ANALYSIS OF FOREIGN TRADE TURNOVER OF AZERBAIJAN WITH CIS COUNTRIES FOR 2013-2017 AND 2020-2023

S.R.Guliyev, S.T.Huseynova, A.Sh.Abbasova

SUMMARY

This work presents an analysis of Azerbaijan's foreign trade with the CIS countries for the periods of 2013-2017 and 2020-2023. Foreign trade turnover is one of the most important macroeconomic indicators of economy. As an independent state, Azerbaijan is expanding its political and economic ties with most countries in the world. Trade relations are one of the key factors of a sustainable economy. Historically established economic and political ties with the CIS countries are expanding. Right conclusions from this analysis can have a significant impact on further investment-oriented forecasts in this direction, the authors claim.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОГО ОБОРОТА АЗЕРБАЙДЖАНА СО СТРАНАМИ СНГ ЗА 2013-2017 И 2020-2023 ГОДЫ

С.Р.Гулиев, С.Т.Гусейнова, А.Ш.Аббасова

РЕЗЮМЕ

В статье представлен анализ объемов внешней торговли Азербайджанской Республики со странами СНГ в период 2013-2017 и 2020-2023 годов. Внешнеторговый оборот является одним из важнейших макроэкономических показателей экономики. Как независимое государство, Азербайджан расширяет свои политические и экономические связи с большинством стран мира. Торговые отношения являются одним из ключевых факторов устойчивой экономики. Расширяются исторически сложившиеся экономические и политические связи со странами

СНГ. По мнению авторов, правильные выводы из этого анализа могут оказать существенное влияние на дальнейшие инвестиционно-ориентированные прогнозы в этом направлении.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 17 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

İQTİSADI TƏHLÜKƏSİZLİYİN NƏZƏRİ ASPEKTLƏRİ

S.T.Hüseynova, R.Ş.Şamilova, A.E.Əliyeva

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: sebinehuseynova.t1@gmail.com

Açar sözlər: iqtisadi təhlükəsizlik, daxili təhdidlər, xarici təhdidlər, təhlükəsizlik meyarları

Keywords: economic security, internal threats, external threats, security criteria

Ключевые слова: экономическая безопасность, внутренние угрозы, внешние угрозы, критерии безопасности

Təhlükəsizlik dedikdə, bir qayda olaraq, insanın, cəmiyyətin və dövlətin həyatı mənafeələrinin daxili və xarici təhlükələrdən qorunması başa düşülür. İqtisadi təhlükəsizlik dedikdə, ölkənin iqtisadi suverenliyini, iqtisadi məkanının vəhdətini və ölkənin strateji milli prioritetlərinin həyata keçirilməsi şərtlərini təmin edən milli iqtisadiyyatın xarici və daxili təhdidlərdən qorunması vəziyyəti başa düşülür [2].

İqtisadi təhlükəsizliyin bütün tərifləri bir-birini tamamlayır. İqtisadi təhlükəsizlik ölkənin milli təhlükəsizliyinin tərkib hissəsidir.

İqtisadi təhlükəsizliyin səviyyələrini müəyyən edən amilləri aşağıdakı qruplara bölmək olar:

1. Ölkənin geosiyasi və iqtisadi-coğrafi mövqeyi, məhsuldar qüvvələrin uğurlu və ya uğursuz yerləşdirilməsi, resursların mövcudluğu.
2. Qlobal iqtisadi sistemdə ölkənin rəqabətli mövqeyi.
3. Ölkə iqtisadiyyatının strukturunda milli təhlükəsizliyi təmin edən sənaye sahələrinin üstünlük təşkil etməsi.
4. Fors-major hallar zamanı iqtisadi təhlükəsizliyi təmin etmək üçün kifayət qədər maddi sərvətin olması [1].

Regionun iqtisadi təhlükəsizliyi xeyli dərəcədə ölkənin ümumi təhlükəsizliyindən asılıdır və eyni zamanda onu təmin edir. İqtisadi cəhətdən təhlükəsiz region müəyyən müstəqilliyə malik olan və eyni zamanda ölkə iqtisadiyyatına inteqrasiya olunmuş sabit regiondur. Bir sıra müəlliflər regionun iqtisadi təhlükəsizliyini onun xarici və daxili amillərin təsiri altında yaranan və həyatın bütün sahələrini, o cümlədən sosial sferanı əhatə edən, əhəlinin həyat keyfiyyətini bilavasitə müəyyən edən böhranlı hadisələrə tab gətirmək qabiliyyəti kimi müəyyən edirlər.

Beləliklə, regionun iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsi regionun iqtisadi maraqlarını daxili və xarici təhdidlərdən qorumaq, region iqtisadiyyatının sabitliyini və inkişaf potensialını qorumaq deməkdir. Bu, region iqtisadiyyatının sabit artım templəri, büdcə təhlükəsizliyi, əmək ehtiyatlarının sabitliyi, əhəlinin layiqli həyat səviyyəsi, müstəqil iqtisadi siyasətlə ifadə olunur.

Bölgənin iqtisadi təhlükəsizliyinin səviyyəsi regionun inkişafının sabitliyini və dinamikasını, müstəqilliyini və mənfəəti tendensiyaların təsirinə qarşı müqavimətini müəyyən edən müxtəlif göstəricilərlə ölçülə bilər [3].

Regionun iqtisadi təhlükəsizliyinə mövcud təhdidlər:

- 1) istehsal templerinin azalması və daxili və xarici bazarlarda mövqeyinin itirilməsi, elmi potensialın zəifləməsi;
- 2) zəruri mallarla təminatın pisləşməsi, işsizlərin sayının artması;
- 3) iqtisadi sferanın korrupsiyası və kriminallaşması;
- 4) ekoloji vəziyyətin pisləşməsi.

Bölgənin iqtisadi təhlükəsizliyini təmin etmək üçün daimi monitoring lazımdır ki, bu da təhdidlərin qarşısını almağa kömək etməlidir, çünki bu, regionun iqtisadiyyatında mənfi prosesləri izləməyə imkan verəcəkdir.

Elmi ədəbiyyatda həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət xüsusiyyətlərinə görə bir-birindən fərqlənən regional təhlükəsizliyin qiymətləndirilməsinə müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Bölgənin iqtisadi təhlükəsizliyinin qiymətləndirilməsinə indikativ yanaşmada aşağıdakıları xarakterizə edən göstəricilər qrupları müəyyən edilir:

- reproduksiya dinamikası, avadanlıqların aşınma dərəcəsi, texniki qəzalar;
- həyat səviyyəsi və keyfiyyəti: doğum və ölüm göstəriciləri, gözlənilən ömür uzunluğu, xəstələnmə, orta və minimum əmək haqqı və pensiyalar, yaşayış minimumu, əhali qruplarının gəlirlərindəki fərqlər, uzun müddət istifadə olunan malların mövcudluğu, cinayət və s.;

- cins, yaş və sosial qruplara görə əhalinin məşğulluğunun dinamikası;
- maliyyə resurslarının mövcudluğu;
- hüquqi və inzibati tənzimləmə mexanizmlərinin səmərəliliyi;
- ekologiya [3, s.200].

Bu göstəricilər regional iqtisadi təhlükəsizliyə əsas təhdidlərlə bağlıdır.

Bir sıra amillər iqtisadi təhlükəsizliyə yaxınlaşan təhdidləri göstərə bilər. Məsələn, istehsalın kəskin azalması (50-60%-dən çox), demoqrafik vəziyyətin pisləşməsi, ekoloji vəziyyətin pisləşməsi, işsizliyin artması (iqtisadi fəal əhalinin 15%-dən çoxu), qaçqınların meydana çıxması və bunun nəticəsində sosial gərginliyin artması, regionun profilinin dəyişməsi və əhalinin kütləvi şəkildə yenidən hazırlanması, regionlararası əlaqələrdən yüksək səviyyədə və s.

Analitik hissə iqtisadi təhlükəsizliyin diaqnostikası üçün metodologiyadır. Müəlliflər iqtisadi təhlükəsizliyin ölçülməsi üçün istiqamətlər toplusunu, onların indikativ göstəricilərini və regionların iqtisadi təhlükəsizliyinin monitoringi üçün göstəriciləri formalaşdırıblar. Göstəricilər altı blokda qruplaşdırılıb:

- 1) sənaye təhlükəsizliyi;
- 2) xarici iqtisadi təhlükəsizlik;
- 3) maliyyə təminatı;
- 4) enerji təhlükəsizliyi;
- 5) əhalinin həyat keyfiyyəti və əmək bazarı;
- 6) sosial göstəricilər.

Sənaye təhlükəsizliyi [4]:

- investisiyaların həcmnin ÜDM-ə nisbəti və əsas kapitala qoyulan investisiyaların fiziki həcm indeksi;
- baza dövrü ilə müqayisədə ərazidə sənaye istehsalının həcmində nisbi dəyişikliklər.

Xarici iqtisadi təhlükəsizlik:

- ərazi məhsullarının ixracının ümumi regional məhsula nisbəti;

– məhsulların ixracı və idxalı həcmələri arasındakı nisbət.

Maliyyə təhlükəsizliyi:

– ümumi rayon məhsulunda müəssisə və təşkilatların vaxtı keçmiş kreditor borcları;

– ərazinin müəssisə və təşkilatlarının xalis mənfəətinin ümumi regional məhsula nisbəti;

- istehlak qiymətləri indeksi.

Enerji təhlükəsizliyi:

– neft məhsulları, elektrik enerjisi, qazan və soba yanacağı balanslarında öz mənbələrinin payı;

– elektrik və istilik enerjisinin istehsalı və bölüşdürülməsi, yanacaq ehtiyatlarının hasilatı, emalı və bölüşdürülməsi ilə məşğul olan müəssisələrin əsas fondlarının orta köhnəlmə dərəcəsi.

Əhalinin həyat keyfiyyəti və əmək bazarı:

– gəlirləri yaşayış minimumundan aşağı olan əhalinin xüsusi çəkisi;

– adambaşına düşən pul gəlirinin yaşayış minimumuna nisbəti;

– təyin edilmiş pensiyaların orta məbləğinin pensiyaçının yaşayış minimumuna nisbəti;

- ümumi işsizliyin səviyyəsi.

Sosial göstəricilər:

– demoqrafik təhlükəsizlik: doğum, ölüm nisbəti; əhalinin təbii artım tempi; doğuş zamanı gözlənilən ömür; ərazilərdə narkotiklə bağlı vəziyyətin dəyişməsi və s.;

– asayiş sferası: ərazinin hər 100 min sakininə düşən qeydə alınmış cinayətlərin sayı; regionda əhalinin miqrasiya artımının səviyyəsi;

– ərzaq təhlükəsizliyi: tibbi qidalanma standartlarına uyğun olaraq kənd təsərrüfatı məhsullarının əsas növlərinə olan tələbatın ödənilmə dərəcəsi; öz istehsalımız olan ərzaq məhsulları ilə təminat dərəcəsi [5].

İqtisadi təhlükəsizlik göstəriciləri üçün həddi dəyərlərin müəyyən edilməsi tamamilə həll olunmamış mürəkkəb və qeyri-müəyyən bir vəzifədir.

İstehsalın sabit vəziyyəti üçün investisiyaların və əmanətlərin bərabərliyi zəruridir (K.R.Makkonnell və S.L.Bryuya görə, xalis milli məhsul istehsalının tarazlıq səviyyəsi əhalinin əmanətlərinin həcminə və sərmayələrə bərabər olduqda əldə edilir), buna görə də əmanətlərin və investisiyaların nisbəti birə bərabər götürülə bilər [8].

Sənaye təhlükəsizliyinin digər amili xarici investisiyaların cəlb edilməsidir. İ.V.Novikova və N.I.Krasnikov hesab edirlər ki, onların əsas kapitalla investisiyaların ümumi həcmində payı 15-17%-dən az olmamalıdır [9].

Təhlükəsizliyi qiymətləndirilən obyektin vəziyyətini xarakterizə edən ilkin göstəricilər toplusu müəyyən edilir. Seçilmiş göstəricilər müqayisəli görünüşə gətirib çıxarır. Sonra ümumi (integral) göstəricinin qiyməti göstəricilər qrupları və ya bütövlükdə obyekt üçün hesablanır. Mütəxəssis qiymətləndirmələrindən istifadə edərək ümumi göstəricinin dəyərlərindəki dəyişikliklər diapazonu artan və ya azalan təhlükəsizlik dərəcələri təyin olunan səviyyələrə bölünür [7].

Əhalinin gəlirlərə görə sosial təbəqələşməsi dərəcəsi gəlirlərin differensiallaşma əmsalı ilə xarakterizə olunur ki, bu da əhalinin ən yüksək gəlirə malik 10%-nin pul gəlirlərinin orta səviyyələri ilə ən aşağı gəlirə malik əhalinin 10%-nin nisbəti kimi müəyyən edilir. Əhalinin təhlükəsizliyinin göstəricisi kimi hər 10 min nəfərə düşən qeydə alın-

mış cinayətlərin sayı nəzərə alınacaq [6].

İqtisadiyyatda strateji vəzifələrin həlli üçün işçilərin təhsil səviyyəsinin əhəmiyyətini nəzərə alaraq “Regionda məşğulluğun strukturunda ali təhsilli mütəxəssislərin xüsusi çəkisi” göstəricisi təklif olunur. Bütün bu göstəricilər regionun sosial xüsusiyyətlərini tamamlayacaqdır.

Ədəbiyyat

1. Abalkin, L.İ. (1994) Rusiyanın iqtisadi təhlükəsizliyi: təhdidlər və onların əks olunması. İqtisadiyyatın sualları, 12.
2. Manoxina, N.V. (red.) (2014) Ekonomicheskaya bezopasnost [İqtisadi Təhlükəsizlik]. Moskva: INFRA-M. səh. 200–201.
3. Qrishina, V.I. & Qaqarina, G.Yu. (red.) (2013) Rossiyskoe ekonomicheskoe prostranstvo: problemy i perspektivy restrukturizatsii [Rusiya İqtisadi Məkanı: Yenidən Qurulmanın Problemləri və Perspektivləri]. Moskva: INFRA-M.
4. Krivorotov, V.V., Kalina, A.V. & Eriaşvili, N.D. (2017) Dövlətin və Regionların İqtisadi Təhlükəsizliyi. Moskva: YuNITI-DANA.
5. Qlazyev, S.Yu. (1997) Ölkənin İqtisadi Təhlükəsizliyinin Təmin Edilməsinin Əsasları: Alternativ İslahat Kursu. - Российский экономический журнал, 1.
6. McConnell, C.R. & Brue, S.L. (1999) İqtisadiyyat: Mətbuat, Problemlər və Siyasət: Cild. 2. [İqtisadiyyat: Prinsiplər, problemlər və siyasət: 2 cildə]. İngilis dilindən tərcümə edilmişdir. Cild. 1. Moskva: INFRA-M.
7. Novikova, İ.V. & Krasnikov, N.I. (2009) Regionda İqtisadi Təhlükəsizlik Göstəriciləri. https://sinref.ru/000_uchebniki/00800economica/001_lekcii_economica_21_raznoe_/194.htm.
8. Kazantsev, S.V. (2017) [Təhlükəsizlik Səviyyəsinin Qiymətləndirilməsi Metodologiyası haqqında]. Rusiyanın İqtisadi Təhlükəsizlik Strategiyası: İnkişaf üçün Yeni Təlimatlar. “Sənəq oxumaları” 1-ci konfransının materialları. Moskva: REA İqtisadiyyat İnstitutu. səh. 82–98. (Rus dilində).
9. Permstat.gks.ru. (n.d.) Perm diyarının illik kitabı. http://permstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/permstat/ru/publications/official_publications/electronic_versions/86763c80483b364391bf9df8830b115d.

THEORETICAL ASPECTS OF ECONOMIC SECURITY

S.T.Huseynova, R.Sh.Shamilova, A.E.Aliyeva

SUMMARY

The main purpose of this work is to analyze the theoretical aspects of economic security. The methods used are induction and deduction, logical generalization, as well as scientific abstraction. The practical limitation is that it requires a wider database. Theoretical aspects of economic security are systematically studied.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

С.Т.Гусейнова, Р.Ш.Шамилова, А.Э.Алиева

РЕЗЮМЕ

Основной целью этой работы является анализ теоретических аспектов экономической безопасности. Используются такие методы, как индукция и дедукция, логическое обобщение, научная абстракция. Практическим ограничением является необходимость в более обширной базе данных. Системно изучены теоретические аспекты экономической безопасности.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 17 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

AZƏRBAYCANDA ƏHALİNİN MƏŞĞULLUĞUNUN MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

Ş.Ə.Kərimli, Y.R.Mustafazadə, M.E.Aslanova

Odlar Yurdu Universiteti
Bakı, K.Rəhimov küçəsi 13
e-mail: kerimlisamil443@gmail.com

Açar sözlər: əmək bazarı, məşğulluq, işsizlik, orta əməkhaqqı

Keywords: labor market, employment, unemployment, average salary

Ключевые слова: рынок труда, занятость, безработица, средняя зарплата

Müasir şəraitdə əmək bazarının effektiv fəaliyyəti üçün onun xüsusi şəkildə tənzimlənməsi zəruridir. Məşğulluq sahəsində belə bir tənzimləmə mexanizminin formalaşdırılması Azərbaycanda bu istiqamətdə aparılan əsas fəaliyyət prioritetlərindən biri kimi çıxış edir. Bu tənzimləmə həm qanunvericilik vasitəsilə, həm də əməli mexanizmlərlə - aktiv məşğulluq proqramları, subsidiyalar, peşə hazırlığı və s. ilə həyata keçirilir.

Əmək bazarında dövlət siyasəti bir sıra strateji mexanizmlər və institusional yanaşmalar vasitəsilə həyata keçirilir. Bu siyasətin əsas məqsədi əhalinin məşğulluq səviyyəsinin artırılması, işsizliyin azaldılması və əmək resurslarının optimal bölgüsünün təmin edilməsidir. Dövlət məşğulluq siyasətini həyata keçirərkən həm normativ hüquqi çərçivəni formalaşdırır, həm də icra mexanizmləri ilə bu çərçivənin tətbiqini təmin edir.

Azərbaycanda məşğulluğun tənzimlənməsi ilə əlaqədar olaraq bir neçə qanun qəbul olunmuşdur:

- “AR-nın Məşğulluq Strategiyasının həyata keçirilməsi üzrə Dövlət Proqramı (2007-2010-cu illər)” [2];
- “Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyasının həyata keçirilməsi üzrə 2011-2015-ci illər üçün Dövlət Proqramı” [3];
- “2019-2030-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyası” [4];
- “Azərbaycan Respublikasında qeyri-formal məşğulluğun qarşısının alınmasına dair Tədbirlər Planı” [1].

Qloballaşma və texnoloji inkişaf fonunda bir çox ölkələr əmək bazarının tənzimlənməsi sahəsində çevik və effektiv mexanizmlər tətbiq edirlər. İnkişaf etmiş ölkələrdə dövlətin əmək bazarına dair siyasətində əsas prioritetlər dayanıqlı məşğulluğun təmin edilməsi, əmək münasibətlərində sosial ədalətin qorunması, işçi qüvvəsinin bacarıqlarının daim yenilənməsi və əmək bazarının texnoloji dəyişikliklərə uyğunlaşmasının dəstəklənməsidir. Bu ölkələrdə dövlət siyasəti bir tərəfdən yüksək məhsuldarlığa əsaslanan iş yerlərinin yaradılmasına yönəldiyi halda, digər tərəfdən sosial müdafiə və bərabərlik prinsiplərinə sadiqliyi ilə seçilir. Məsələn, İsveç və Danimarka kimi Skandinaviya ölkələrində əmək bazarında əsas hədəf “fleksikürlük” modelini tətbiq etməklə həm işçi hüquqlarını qorumaq, həm də iqtisadiyyatın çevikliyini təmin etməkdir. “Fleksikürlük” əmək bazarında eyni zamanda çevikliyi və təhlükəsizliyi artırmaq üçün in-

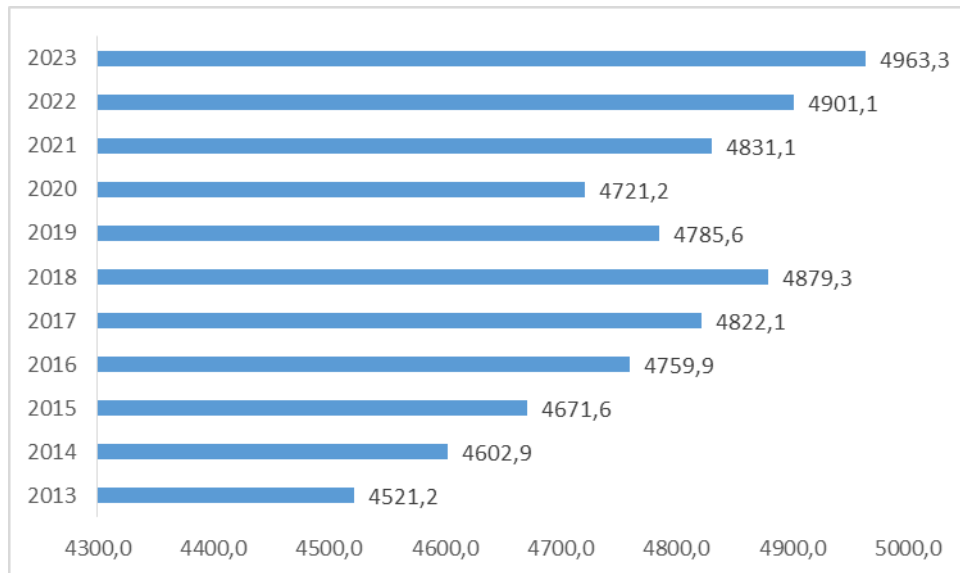
teqrasiya olunmuş strategiyadır. O, işəgötürənlərin çevik işçi qüvvəsinə olan ehtiyacını işçilərin təhlükəsizlik ehtiyacları ilə uzlaşdırmağa çalışır [6]. Avropa İttifaqı milli hökumətlər, sosial tərəfdaşlar və akademiklərlə işləyərək bir sıra ümumi çevik təhlükəsizlik prinsipləri müəyyən edib və ölkələrin onları dörd komponent vasitəsilə necə həyata keçirə biləcəyini araşdırır:

- çevik və etibarlı müqavilə razılaşmaları;
- hərtərəfli ömürboyu öyrənmə strategiyaları;
- səmərəli fəal əmək bazarı siyasəti;
- müasir sosial təminat sistemləri.

Almaniyada isə prioritet istiqamətlərdən biri peşə təhsili sisteminin inkişafı və əmək bazarının real tələblərinə uyğun kadr hazırlığıdır. Peşə təhsili Almaniya təhsil sistemində mühüm rol oynayır. Hər il məzun olan şagirdlərin təxminən 60%-i peşə təhsilini seçir. Bu tələbələrin 70%-ə qədəri ikili sistem üzrə təhsil alır, qalan hissəsi isə peşə məktəblərində tam ştatlı məktəb əsaslı təhsili tamamlayır. Bu sistem "ikili" adlandırılır, çünki təlim iki yerdə – müəssisədə və peşə məktəbində aparılır. Hal-hazırda Almaniya 349 tanınmış ixtisas üzrə 2 ildən 3,5 ilə qədər müddətdə peşə təhsili almaq mümkündür [7].

Azərbaycanda məşğulluğun mövcud vəziyyəti

Azərbaycan iqtisadiyyatında müşahidə olunan müsbət sosial-iqtisadi transformasiyalar əmək bazarının strukturuna və əhəlinin məşğulluq səviyyəsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir (Qrafik 1).



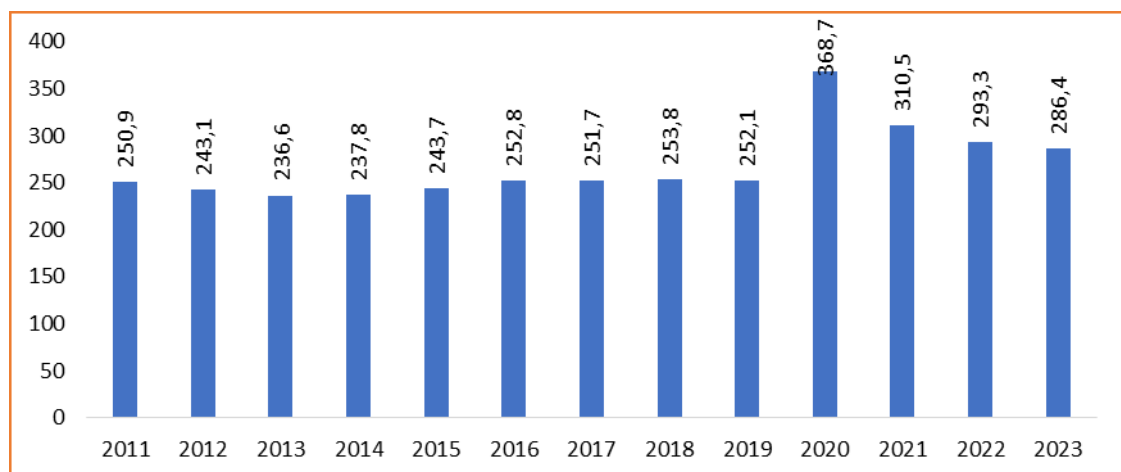
Qrafik 1. Azərbaycanda məşğul əhəlinin sayı (ilin sonuna), min nəfər

Mənbə: [5] əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Qrafik 1-ə əsasən, Azərbaycanda məşğul əhəlinin sayında son on il ərzində müsbət inkişaf meyilləri müşahidə olunur. Belə ki, 2023-cü ildə 2013-cü illə müqayisədə məşğul əhəlinin sayı 1,2 dəfə artmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, xüsusilə son illərdə məşğulluq səviyyəsinin artması ölkədə iqtisadi sabitlik və dövlətin apardığı məşğulluq siyasəti ilə

əlaqələndirilə bilər. Pandemiya səbəbindən yaranan qısamüddətli geriləməyə baxmayaraq, dövlətin əhalinin iş yerlərinin qorunub saxlanması, işçilərin rifah səviyyəsinin yaxşılaşdırılması daim diqqət mərkəzində olmuşdur. Məşğul əhalinin mülkiyyət növlərinə əsasən Azərbaycanda 2023-cü ildə məşğul əhalinin 78,6%-i özəl, 21,4%-i isə dövlət sahəsində fəaliyyət göstərmişdir [5]. Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə məşğul əhalinin fəaliyyət növləri üzrə bölgüsü və bu bölgülərdə çalışanların orta aylıq əmək haqqısı maraqlı doğuran məqamlardandır. Məşğul əhalinin iqtisadi fəaliyyət növlərinə əsasən 2023-cü ildə kənd təsərrüfatı, o cümlədən meşə təsərrüfatı və balıqçılıq, ticarət və nəqliyyat vasitələrinin təmiri, tikinti və təhsil sahəsində məşğul olanların sayı üstünlük təşkil etmişdir. Əhalinin məşğulluq səviyyəsinin artması, bir qayda olaraq, onların maddi rifahının və gəlir imkanlarının yüksəlməsinə şərait yaradır. 2023-cü ildə orta aylıq nominal əməkhaqqı il öncə 1) mədənçıxarma sənayesi, 2) maliyyə və sığorta fəaliyyəti, 3) peşə, elmi və texniki fəaliyyət, 4) informasiya və rabitə, 5) dövlət idarəetməsi və müdafiə, sosial təminat, həmçinin, 6) nəqliyyat və anbar təsərrüfatı kimi iqtisadi fəaliyyət sahələrində daha yüksək olmuşdur [5].

İşsizlik, ölkələrin apardığı sosial-iqtisadi siyasətdə əsas göstəricilərindən biri olmaqla yanaşı ölkənin iqtisadi sabitliyi və əhalinin rifahı ilə birbaşa əlaqəlidir. Azərbaycanda işsizlik səviyyəsinin dinamikası, dövlətin məşğulluq siyasətləri və iqtisadi strukturun dəyişməsi bu sahədəki vəziyyətə təsir edən əsas amillərdir.



Qrafik 2. Azərbaycanda işsiz əhali (min nəfər)

Mənbə: [5] əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Qrafik 2-yə əsasən, 2011–2023-cü illər ərzində Azərbaycanda işsiz əhalinin sayında müşahidə olunan dəyişikliklər əmək bazarının müxtəlif dövrlərdəki iqtisadi və sosial təsirlər nəticəsində dinamikasını əks etdirir. Azərbaycanda işsizliyin səviyyəsi 2023-cü ildə ümumilikdə 5,5% təşkil etmişdir ki, bu göstərici kişilər arasında 4,7%, qadınlar arasında isə 6,3% olmuşdur. Müqayisə üçün, MDB ölkələri üzrə həmin dövrdə işsizlik səviyyəsi Ermənistanda 12,6%, Özbəkistanda 5,2%, Qazaxıstanda 4,7%, Moldovada 4,6%, Belarusda 3,5% və Rusiyada 3,2% qeydə alınmışdır.

2023-cü il üzrə əldə olunan statistik məlumatlar göstərir ki, ölkə iqtisadi rayonları arasında işsizlik səviyyəsində ciddi fərqlər mövcuddur. Ən yüksək işsizlik Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonunda (7,6%), ən aşağı isə Naxçıvan Muxtar Respublikasında (0,4%) qeydə

alınmışdır. Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonunda infrastrukturun yenidən qurulması mərhələsində olması işsizlik səviyyəsinin yüksək qalmasına səbəb olmuşdur. Gəncə-Daşkəsən (6,5%), Mərkəzi Aran (6,6%) və Şirvan-Salyan (6,4%) kimi rayonlarda işsizlik səviyyəsinin yüksək olması, sənaye müəssisələrinin qeyri-sabit fəaliyyəti və xidmət sektorunun zəif inkişafı ilə əlaqələndirilə bilər. Quba-Xaçmaz (6,4%) və Lənkəran-Astara (5,9%) kimi kənd təsərrüfatı rayonlarında məşğulluq daha çox mövsümi xarakter daşıyır ki, bu da qeyri-sabit gəlir və gizli işsizliyin artmasına gətirib çıxarır [5]. Aparılan statistik təhlil Azərbaycanda işsizliyin regional səviyyədə qeyri-bərabər paylanması əsasən sosial-iqtisadi inkişafın asimmetrikliyi, infrastrukturun yetersizliyi və əmək bazarının qeyri-adekvat strukturlaşması ilə izah olunur.

Nəticə etibarilə, məşğulluq yalnız iqtisadi göstərici deyil, həm də geniş sosial təsirlərə malik olan kompleks bir sahədir. Azərbaycan dövlətinin həyata keçirdiyi islahatlar ölkənin ümumi sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsinə birbaşa təsir göstərir. Buna görə də, məşğulluğun təşkili və idarə olunması həm iqtisadi, həm də sosial siyasətin mərkəzi istiqamətlərindən biri olaraq qalır.

Ədəbiyyat

1. “Azərbaycan Respublikasında qeyri-formal məşğulluğun qarşısının alınmasına dair Tədbirlər Planı”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı: [Elektron resurs] // 9 oktyabr 2017-ci ildə qəbul edilmişdir (14 iyun 2019-cu il tarixdə olan dəyişiklik və əlavələr). – Bakı: Qanun, 2019. URL:<https://e-qanun.az/framework/36613>
2. “Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyasının həyata keçirilməsi üzrə Dövlət Proqramının (2007-2010-cu illər)” təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı: [Elektron resurs] // 15 may 2007-ci ildə qəbul edilmişdir (16 may 2017-ci il tarixdə olan dəyişiklik və əlavələr). – Bakı: Qanun, 2017. URL: <https://e-qanun.az/framework/13340>
3. “Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyasının həyata keçirilməsi üzrə 2011-2015-ci illər Dövlət Proqramı”nın təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı: [Elektron resurs] // 15 noyabr 2011-ci ildə qəbul edilmişdir (3 mart 2023-cü il tarixdə olan dəyişiklik və əlavələr). – Bakı: Qanun, 2017. URL:<https://e-qanun.az/framework/22533>
4. “2019-2030-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyası”nın təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı: [Elektron resurs] // 30 oktyabr 2018-ci ildə qəbul edilmişdir. – Bakı: Qanun, 2018. URL: <https://e-qanun.az/framework/40416>
5. “Əmək Bazarı” Statistik məcmuə: [Elektron resurs] // Bakı: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. 2022. URL: <https://www.stat.gov.az/source/labour/>
6. https://employment-social-affairs.ec.europa.eu/policies-and-activities/eu-employment-policies/flexicurity_en#:~:text=Flexicurity%20is%20an%20integrated%20strategy,fac%20long%20periods%20of%20unemployment.
7. The dual system of vocational training in Germany [Electronic resource] / <https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/ad158493-afec-4a4a-abd5-0d7ae7e548df/Result%20No.%202%20Vocational%20training%20Germany.pdf>

**ANALYSIS OF THE CURRENT STATE
OF EMPLOYMENT IN AZERBAIJAN**

Sh.A.Karimli, Y.R.Mustafazadeh, M.E.Aslanova

SUMMARY

The main purpose of this work is to study and analyze the current state of employment in Azerbaijan. The methods used are observation, analytical and comparative statistical analyses.

**АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ
С ЗАНЯТОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

Ш.А.Керимли, Я.Р.Мустафазаде, М.Э.Асланова

РЕЗЮМЕ

Основной целью данного исследования является изучение и анализ текущего состояния занятости в Азербайджане. Методология исследования включает наблюдательный, аналитический и сравнительный статистический анализ.

Məqalə redaksiyaya 12 may 2025 tarixində daxil olmuş, 17 may 2025 tarixində isə çapa qəbul olunmuşdur.

M Ü N D Ə R İ C A T

A.C.Quliyev, F.D.Məmmədova, İ.Ə.Hüseynov. Müasir iqtisadiyyatda biznes strategiyasının və taktikasının müəyyən edilməsi üsulları.....	5
Ə.V.Əhmədov, V.E.Allahverdiyev, C.R.Hacıyev. İnnovasiya və sənaye: yeni inkişaf paradigmasının formalaşması.....	10
E.E.Şəmsizadə, S.E.Səmədova, A.O.Məmmədova. Azərbaycanda lizinq bazarı fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi.....	15
E.H.Qurbanov, V.H.Hüseynov, H.M.Mirzəzadə. Azərbaycanın regionlararası iqtisadi disbalanslarının minimuma endirilməsi.....	20
E.Y.Dadaşov, F.Ə.İbrahimov, G.M.Nəbiyeva. Maliyyə savadlılığının əhəlinin iqtisadi davranışına təsiri.....	25
E.Z.İbrahimov, K.K.Əliyeva, İ.İ.Quliyev. Azərbaycanın valyuta sistemi, məzənnə siyasəti və valyuta ehtiyatlarının idarə edilməsi.....	30
E.Z.Yusubov, B.X.Kərimova, A.A.Hüseynxanov. Çin Xalq Respublikasının təcrübəsi əsasında innovasiyanın inkişafında insan potensialının rolu.....	35
F.M.Məmmədova, A.E.Cəfərova, A.İ.İsgəndərova. Rəqəmsallaşma şəraitində turizmin inkişaf perspektivləri.....	40
F.T.Əsədzadə, K.R.Bağirov, M.R.Ağayev. Rəqəmsallaşma şəraitində iqtisadi tədqiqatların metodologiyasının inkişafı.....	45
G.A.Xudaverdiyeva, Ə.E.İbadzadə, M.E.Babayeva. Turizmdə istehlakçılarla əlaqələrin qurulması üçün rəqəmsal vasitələr.....	50
K.G.Nəsibov, M.Z.Əlizadə, S.V.Şaliyev. Lizinqin yaranması, zərurəti və iqtisadiyyatda rolu.....	55
K.M.Qəhrəmanov, Ç.Ş.Seyfullayeva, A.T.İsmayılova. Azərbaycanda əhəlinin gəlirlərinə təsir edən makroiqtisadi göstəricilərin dinamikasının müqayisəli təhlili.....	60
K.X.Hüseynov, E.M.İsmayılov, A.B.Vəliyeva. Azərbaycanın qeyri-neft ixrac potensialı və beynəlxalq bazarlarda dayanıqlı iştirak.....	65
N.F.Bayramov, H.S.Şirinli, F.V.Cavadlı. Rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı və onun əmək bazarına təsiri: Azərbaycanda tendensiyalar və perspektivlər.....	70
N.İ.Həsənov, E.R.Əliyev, G.B.Məmmədova. Ticarət şəbəkələrinin strukturu və süni intellekt vasitəsilə ÜDM-in proqnozlaşdırılması.....	75
R.V.İmanova, Ə.Q.Cəfərov, E.N.Şirəliyev. Rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafında sahibkarlıq təhsilinin rolu.....	80
X.X.Əsədullayeva, H.R.İmanzadə, V.A.Quluzadə. Xarici iqtisadi siyasətin nəzəri əsaslarının sistemli təhlili.....	85
S.R.Quliyev, S.T.Hüseynova, A.Ş.Abbasova. 2013-2017 və 2020-2023-cü illər üzrə Azərbaycanın MDB ölkələri ilə ticarət dövriyyəsinin müqayisəli təhlili.....	90
S.T.Hüseynova, R.Ş.Şamilova, A.E.Əliyeva. İqtisadi təhlükəsizliyin nəzəri aspektləri.....	95
Ş.Ə.Kərimli, Y.R.Mustafazadə, M.E.Aslanova. Azərbaycanda əhəlinin məşğulluğunun mövcud vəziyyətinin təhlili.....	100

C O N T E N T S

A.J.Guliyev, F.D.Mammadova, I.A.Huseynov. Methods of determining business strategy and tactics in modern economy.....	5
A.V.Ahmadov, V.E.Allahverdiyev, J.R.Hajiyev. Innovation and industry: forming a new development paradigm.....	10
E.E.Shamsizadeh, S.E.Samadova, A.O.Mammadova. Evaluation of economic efficiency of leasing market activities in Azerbaijan.....	15
E.H.Gurbanov, V.H.Huseynov, H.M.Mirzazadeh. Minimizing interregional economic imbalances in Azerbaijan.....	20
E.Y.Dadashov, F.A.Ibrahimov, G.M.Nabiyeva. The impact of financial literacy on the economic behavior of the population.....	25
E.Z.Ibrahimov, K.K.Aliyeva, I.I.Guliyev. Azerbaijan's currency system, exchange rate policy and foreign exchange reserves management.....	30
E.Z.Yusubov, B.Kh.Karimova, A.A.Huseynkhanov. The role of human potential in the development of innovation based on the experience of the People's Republic of China.....	35
F.M.Mammadova, A.E.Jafarova, A.I.Isgandarova. Prospects for the development of tourism in the context of digitalization.....	40
F.T.Asadzadeh, K.R.Bagirov, M.R.Aghayev. Development of the methodology of economic research in the conditions of digitalization.....	45
G.A.Khudaverdiyeva, A.E.Ibadzadeh, M.E.Babayeva. Digital tools for building relationships with consumers in tourism.....	50
K.G.Nasibov, M.Z.Alizadeh, S.V.Shaliyev. The emergence of leasing, its necessity and role in economy.....	55
K.M.Gahramanov, Ch.Sh.Seyfullayeva, A.T.Ismayilova. Comparative analysis of the dynamics of macroeconomic indicators affecting the incomes of population in Azerbaijan.....	60
K.Kh.Huseynov, E.M.Ismayilov, A.B.Valiyeva. Non-oil export potential of Azerbaijan and sustainable participation in international markets.....	65
N.F.Bayramov, H.S.Shirinli, F.V.Javadli. Development of digital economy and its impact on labor market: trends and prospects in Azerbaijan.....	70
N.I.Hasanov, E.R.Aliyev, G.B.Mammadova. Trade network structures and GDP forecasting using AI.....	75
R.V.Imanova, A.G.Jafarov, E.N.Shiraliyev. The role of entrepreneurship education in development of digital economy.....	80
K.K.Asadullayeva, H.R.Imanzadeh, V.A.Guluzadeh. Systemic analysis of theoretical foundations of foreign economic policy.....	85
S.R.Guliyev, S.T.Huseynova, A.Sh.Abbasova. Comparative analysis of foreign trade turnover of Azerbaijan with CIS countries for 2013-2017 and 2020-2023.....	90
S.T.Huseynova, R.Sh.Shamilova, A.E.Aliyeva. Theoretical aspects of economic security.....	95
Sh.A.Karimli, Y.R.Mustafazadeh, M.E.Aslanova. Analysis of the current state of employment in Azerbaijan.....	100

**“ODLAR YURDU UNIVERSİTETİNİN ELMİ VƏ PEDAQOJİ XƏBƏRLƏRİ”
JURNALINA TƏQDİM OLUNAN MƏQALƏLƏRİN
TƏRTİBAT QAYDALARI**

1. Jurnalda nəşr olunmaq üçün təqdim olunan məqalə ilk öncə plagiat yoxlanışına, daha sonra isə 2 gizli rəyə göndərilir. Hər iki rəyçidən məqalə ilə bağlı müsbət rəy gələrsə, məqalə redaksiya heyəti tərəfindən nəzərdən keçirilir və jurnalın tələblərinə tam cavab verdiyi təqdirdə məqalə çapa qəbul olunur.

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 üç dildə (Azərbaycan, ingilis və rus dillərində) açar sözlər və UOT indeksi əlavə olunmalıdır (UOT indeksinin dəqiqliyinə görə redaksiya heyəti məsuliyyət daşımır). Azərbaycan dilində təqdim olunan məqalənin sonunda ingilis və rus dillərində, ingilis dilində təqdim olunan məqalənin sonunda Azərbaycan və rus dillərində, rus dilində təqdim olunan məqalənin sonunda Azərbaycan və ingilis dillərində eyni məzmunlu xülasələr verilməlidir.

5. Məqalə elektron variantda journal@oyu.edu.az ünvanına göndərilməlidir.

6. Məqalədə digər mənbələrə edilən istinadlarda və istifadə olunan ədəbiyyat siyahısının hazırlanmasında APA standartları rəhbər tutulmalıdır (bax <https://oyu.edu.az/uploads/elmi%20jurnal%20tertibat.pdf>).

7. Məqalənin mətni Microsoft Word proqramında Times New Roman şrifti ilə yazılmalıdır. 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 yazılmalıdır.

8. 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.

9. 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: (+994 55) 465 85 27

email: journal@oyu.edu.az

ünvan: Bakı AZ1072, Koroğlu Rəhimov küçəsi 13, Odlar Yurdu Universiteti, Ümumi şöbə

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

GUIDE FOR AUTHORS

1. Every newly submitted article is first checked for plagiarism, and then sent to two anonymous reviewers. If positively assessed by both reviewers, the article is then considered by the editorial staff and, in case of full compliance with journal guidelines, the article is accepted for publication.

2. The contents of an article must meet generally accepted international scientific norms. The aim and the purpose of the article as well as its feasibility must be clearly indicated. It should deal with innovative ideas, developments, directions, misdirections, areas which need to be explored, future outlook, prior errors, problems, personnel, funding, or trends in the chosen field.

3. The manuscript with incomplete coverage of the subject will not be accepted.

4. The title of the article must be concise not to exceed 100 characters and be in full conformity with the contents. The article should include keywords and subject index (UDC). Also, an abstract is required consisting of 50-100 words.

5. Authors are advised to submit their articles electronically to journal@oyu.edu.az.

6. APA citation style should be used for in-text citations and reference list (see <https://oyu.edu.az/uploads/elmi%20jurnal%20tertibat.pdf>).

7. Microsoft Word is the only preferred input program. The font used should be Times New Roman of 12 points. Text must be single spaced with 2.8 cm left/right margins and 3 cm top/bottom margins. Figures must be scanned and captioned in 11-points Times New Roman. Formulas should be input using Word Equation. And tabular data should be input using 11-points Times New Roman.

8. Authors are encouraged to submit articles ranging from 5-15 pages (including appendixes, references, figures and tables). Sanction of editorial board is required for the acceptance of manuscripts exceeding 15 pages. The author should check the text for grammar.

9. Each article should include title, name, patronymic, current affiliation, postal address, e-mail and phone numbers of the author who should also provide a written evidence that the presented manuscript has been never published before. Also, the author must indicate the field of science to which his (her) manuscript belongs.

Tel.: (+994 55) 465 85 27

email: journal@oyu.edu.az

Postal Address: General Department, Odlar Yurdu University, 13 K.Rahimov St., Baku AZ1072, Azerbaijan

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

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. Каждая новая статья, поступившая в редакцию, сперва отправляется на проверку на плагиат, а потом пересылается двум независимым рецензентам для экспертной оценки. Если мнение обоих рецензентов о статье положительно, статья рассматривается редколлегией журнала и, в случае полного соответствия требованиям журнала, статья принимается к публикации.

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 трёх языках (азербайджанском, английском и русском) и индекс УДК. Если язык статьи – азербайджанский, в конце приводятся идентичные по содержанию резюме на английском и русском языках. Аналогично, англоязычная статья сопровождается азербайджанским и русским, а русскоязычная – азербайджанским и английским резюме (идентичного содержания).

5. Рукопись присылается в редакцию журнала в электронном варианте по адресу journal@oyu.edu.az.

6. Для внутритекстовых ссылок и списка литературы должен быть использован стиль APA (см. <https://oyu.edu.az/uploads/elmi%20jurnal%20tertibat.pdf>).

7. Текст статьи должен быть набран в программе Microsoft Word 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.

8. 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.

9. 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 55) 465 85 27

email: 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

License No. 138
February 10, 1999

Yığılmağa verilmişdir: 20.05.2025. Çapa imzalanmışdır: 25.05.2025
Formatı: 60x84 1/8. Həcmi: 14 ç.v. Ofset çap üsulu. Tiraj: 100

Sent for print: 20.05.2025. Authorized for printing: 25.05.2025
Format: 60x84 1/8. Volume: 14 p.l. Offset printing. 100 copies
