

Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş "Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar" Beynəlxalq elmi-praktik konfransı



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
ELM VƏ TƏHSİL NAZİRLİYİ



100

Ümummilli Lider Heydər Əliyevin  
100 illiyinə həsr olunmuş

"DÖRDÜNCÜ SƏNAYE İNQİLABI  
VƏ İNNOVATİV TEXNOLOGİYALAR"

Beynəlxalq Elmi-Praktiki Konfransın  
Materialları  
**3-CÜ HISSƏ**

The Proceedings of The International  
Scientific-Practical Conference on

"THE FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION  
AND INNOVATIVE TECHNOLOGIES"

dedicated to the 100th anniversary of  
National Leader Heydar Aliyev

**PART 3**

3-4 May 2023  
GƏNCƏ/GANJA

**Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

---

9 7 8 - 9 9 5 2 - 3 9 - 0 0 3 - 2

**Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş  
“Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” mövzusunda Beynəlxalq  
elmi-praktik konfransın materialları**

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI ELM VƏ TƏHSİL NAZİRLİYİ**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**Təşkilat Komitəsinin sədri**

**Yaşar Ömərov**

**Sədr Müavini**

**Mayis Güllalıyev**

**Üzvlər**

Muzaffer Elmas – Kocaeli Səhiyyə və Texnologiya Universiteti (Türkiyə)

Kərəm Karabulut – Atatürk Universiteti (Türkiyə)

Katerina Kriklou – Birmingham Şəhər Universiteti (Böyük Britaniya)

Alastair Creelman – Linnaeus Universiteti (İsveç)

Ajna Jodanovic – Bihac Universiteti (Bosniya və Hersoqovina)

Byung Chang Yull – Koreya Milli İnformasiya Texnologiyaları Sənayesinin Təşviqi Agentliyi (Cənubi Koreya)

Saleh Taşpulatov – Daşkənd Tekstil və Yüngül Sənaye İnstitutu (Özbəkistan)

Umida Maksudova – Daşkənd Tekstil və Yüngül Sənaye İnstitutu (Özbəkistan)

Ramilə Bəşirzadə – Saratov Dövlət Texniki Universiteti (Rusiya Federasiyası)

Sedat Akleylek – Ondokuz Mayıs Ünversitesi (Türkiyə)

İqor Leuşin – Nijni Novqorod Dövlət Texniki Universiteti (Rusiya Federasiyası)

Sema Akyıl Erentürk – İstanbul Teknik Ünversitesi (Türkiyə)

Elvira Janqojayeva – Şahmərđan Yesenov adına Xəzər Dövlət Texnologiyalar və Mühəndislik Universiteti (Qazaxıstan)

Liya Şubladze – Gürcüstan Aqrar Universiteti (Gürcüstan)

Yelena Vankeviç – Vitebsk Dövlət Texnologiya Universiteti (Belarusiya)

Niqora Xolikova – Buxara Mühəndis Texnologiya İnstitutu (Özbəkistan)

Lyudmila Popkovskaya – Vitebski Dövlət Texnologiya Universiteti (Belarus)

Merab Datuaşvili – Ak.Tsereteli adına Dövlət Universiteti (Gürcüstan)

Nino Dalidze – Kutaisi Dövlət Universiteti (Gürcüstan)

Mimoza Karkadze – Kutaisi Dövlət Universiteti (Gürcüstan)

Natali Lomtadze – Kutaisi Dövlət Universiteti (Gürcüstan)

Vyaçeslav Boxonka – Xmelnitski Milli Universiteti (Ukrayna)

Apajeva Aslana Karalbieviça – Kabardin-Balkar Dövlət Aqrar Universiteti (Rusiya)

Fatimat Sultanovna Zumakulova – Kabardin-Balkar Dövlət Aqrar Universiteti (Rusiya)

İndira Djurinskaya – Almata Texnologiya Universiteti (Qazaxıstan)

İlkin Orucov – Yessenov Universiteti (Qazaxıstan)

Anna Vorobyova – Polodskiy Dövlət Universiteti (Belarusiya)

Teymuraz Babunaşvili – Gürcüstan Biznes Akademiyası (Gürcüstan)

Quram Marxuliya – Suxumi Dövlət Universiteti (Gürcüstan)

Viktor Mişakov – Kosigin adına Rusiya Dövlət Universiteti (Rusiya Federasiyası)

Rahid Ələkbərli – Azərbaycan Kiber Təhlükəsizlik Təşkilatları Asosiyası

Vüqar Mikayılov – Mərəndi Şərab Zavodu

Məmmədəli Nuriyev – Azərbaycan Dövlət İqtisad universiteti

Məzahir Fərzəliyev – Azərbaycan Dövlət İqtisad universiteti

Qasım Qasimov – Respublika “Rəssamlar ittifaqı”nın üzvü, əməkdar rəssam

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**Üzvlər**

Rauf Bağırov  
Raqif Hüseynov  
Şahmar Həsənov  
Qalibə Məmmədova  
Sevda Qurbanova  
Ulduz Babayeva  
Ramidə Xəlilova  
Mətləb Əliyev  
Asif Həsənov  
Arzu Əsgərov  
Xudayar Məmmədov  
Namiq Əsgərov  
Rövşən Hacıyev  
Mehman İsmayılov  
Fazil Kərimov  
Əhəd Nəbiyev  
Məntiq Cəfərov  
Fizuli Məmmədov

Sakit Verdiyev  
Məmməd Urkayev  
Tofiq Mirzəyev  
Musa Cəfərov  
Fuad Yusifov  
Hamlet Kəsəmənli  
Yusif Hübətov  
Şakir Əliyev  
Qabil İsmayılov  
Maarif Qarayev  
Könül Vəliyev  
Elşad Məmmədov  
Cahangir Hacıyev  
Cəmil Səfərov  
Ələmdar Əlbəndov  
Xəyalə Məmmədova  
Nofəl Hacıyev

**Redaksiya Heyəti**

Fəxrəddin Həsənov  
Nigar Əmiraslanova  
Afət Qasımova  
Elmir Cəfərov  
Vüsal Bayramov  
Hafiz Əsgərov  
Tural Rüstəmov  
İlahə Qurbanova  
Zeynəb Həsənzadə  
Gülşən Namazova  
Zəminə Novruzova

Mətanət Mustafayeva  
İmami Əliyeva  
Adilə Həsənova  
Aqşin Hüseynov  
Leyla Hüseynova  
Nilufər Orucova  
Zeynəb Qocayeva  
Aynur Sadıqova  
Zeynəb Məmmədova  
Məleykə Bədəlova

MÜNDƏRİCAT–СОДЕРЖАНИЕ-CONTENTS

Ön söz.....	12
<b>VI BÖLMƏ. METAL VƏ MATERIALLARDA İNNOVATİV TEXNOLOGİYALAR.....</b>	<b>13</b>
ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОРЕГУЛЯЦИИ ЭЛЕКТРОЛИТА ХРОМИРОВАНИЯ ПРИ ВОССТАНОВЛЕНИИ ДЕТАЛЕЙ МАШИН Алексей Котомчин.....	13
КОМПОЗИЦИОННЫЕ ПОЛИМЕРНЫЕ МАТЕРИАЛЫ,СОДЕРЖАЩИЕ НАНОЧАСТИЦЫ НИКЕЛЯ Ф.Т.Боймуратов, Х.Исаев .....	16
ПРИМЕНЕНИЕ ЛИТЕЙНЫХ СТЕРЖНЕЙ НА ОСНОВЕ КОМБИНАЦИИ НЕОРГАНИЧЕСКИХ СВЯЗУЮЩИХ В МЕЛКОСЕРИЙНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ ОТЛИВОК И.О.Леушин, Л.И.Леушина, А.И.Марков.....	19
ПРИМЕНЕНИЕ ПОЛИМЕРНЫХ НАНОЧАСТИЦ ДЛЯ КОМПОЗИЦИЙ ИНГИБИТОРОВ СОЛЕОТЛОЖЕНИЯ И КОРРОЗИИ Е.С.Дергунова, А.И.Позднякова, В.В.Дергунова.....	23
ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ ДОЛГОВЕЧНОСТИ ЗВУКОИЗОЛЯЦИОННЫХ ПАНЕЛЕЙ А.Заева, В.Полозов .....	26
МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОЛУЧЕНИЯ УПРОЧНЁННОГО ВИНТОВОГО АРМАТУРНОГО ПРОФИЛЯ С ЦЕЛЬЮ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РАЦИОНАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ ПРОЦЕССА С.Лежнев <sup>1</sup> , А.Найзабеков <sup>1</sup> , Е.Панин <sup>2</sup> .....	29
ПРИМЕНЕНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЛИТЬЯ В ДИЗАЙНЕ ДЕКОРАТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ Е.А.Кантарюк, Е.Л.Ларских .....	32
LEGİRLƏYİCİ ELEMENTLƏRİN POLADLARIN İSTİSMAR XASSƏLƏRİNƏ TƏSİRİNİN ARAŞDIRILMASI V.F.Qəhrəmanov.....	35
WELDING METHODS IN THE PROCESS OF SUPPLYINGMETAL FOR PROCESSING I.Sh.Xakimjonov .....	37
MODERN TECHNOLOGİES FOR PROMOTİNG TECHNOLOGİCAL ROUTES Oleksandr Zaruba, Andrii Okorokov, Roman Vernyhora.....	40
ПРИМЕНЕНИЕ СТАНКОВ С ЧИСЛОВЫМ ПРОГРАММНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ В МЕТАЛЛУРГИИ Е.А.Кантарюк, Ю.А.Бордюгова .....	42
ПРИНЦИПЫ НАНЕСЕНИЯ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ПОКРЫТИЙ НА ТЕКСТИЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ХИМИЧЕСКИМ СПОСОБОМ А.Б.Дошибекова <sup>1</sup> , И.М.Джуринская <sup>1</sup> , С.Ш.Ташпулатов <sup>2</sup> .....	45
STUDY OF THE PHYSICOCHEMICAL PROPERTIES OF COMPOSITE MATERIALS BASED ON PECTIN AND COPPER AND IRON IONS E.Mamedov, Lolita Alyokhina, Elena Kalmykova.....	47
ВЛИЯНИЯ МАГНИТНОГО ПОЛЯ НА ПРОЦЕСС ОБРАЗОВАНИЯ НАКИПИ ВВОДОНАГРЕВАТЕЛЯХ О.Ю.Исмаилов <sup>1</sup> , М.Х.Исмоилов <sup>2</sup> .....	50
АСИММЕТРИЧНАЯ ПРОКАТКА Д.В.Кубайчук, К.С.Горбунов .....	53
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АСИММЕТРИИ ПРИПРОИЗВОДТВЕ ЛИСТОВОГО ПРОКАТА К.С.Горбунов, В.А.Черный, И.П.Мазур .....	55
ПРОИЗВОДСТВО ДВУХФАЗНЫХ СТАЛЕЙ НА СТАНЕ ГОРЯЧЕЙ ПРОКАТКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ УСКОРЕННОГО ОХЛАЖДЕНИЯ Н.П.Иванников, А.Г.Левыкина, И.П.Мазур .....	57
РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ НАПРЯЖЕННО-ДЕФОРМИРОВАННОГО СОСТОЯНИЯ МЕТАЛЛА В ПРОЦЕССЕ ГОРЯЧЕЙ ПРОКАТКИ ПОЛОС А.Г.Левыкина, И.П.Мазур.....	60
ВВЕДЕНИЕ В РАБОТУ НОВОГО РЕВЕРСИВНОГО ПРОКАТНОГО СТАНА 1770 НА ПАО «НЛМК» Д.С.Полунин, С.М.Бельский, И.И.Шопин.....	63
ОСОБЕННОСТИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПОЛИМЕР БЕТОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА	

СТАДИИ ЭКСПЛУАТАЦИИ В УСЛОВИЯХ ВОЗДЕЙСТВИЯ ЦИКЛИЧЕСКИХ НАГРУЗОК Б.А.Бондарев, А.Б.Бондарев, В.К.Жидков, В.А.Баязов, М.В.Лютиков .....	66
ОСОБЕННОСТИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ЭЛЕМЕНТОВ КОНСТРУКЦИЙ ЭЛЕКТРОЛИЗНЫХ ВАНН НА СТАДИЯХ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ИЗГОТОВЛЕНИЯ Б.А.Бондарев, В.К.Жидков, Е.Е.Астахов, Д.Н.Сграбилов, В.А.Баязов .....	68
KÖPÜKLÜ FLOTASIYASIYA ÜSULUNUN TƏTBİQİNİN PERSPEKTİVLƏRİ Y.R.Abbasov <sup>1</sup> , N.İ.Əmiraslanova <sup>1</sup> , E.E.Quliyev <sup>2</sup> .....	70
ОСОБЕННОСТИ МАТЕРИАЛОВ И ТЕХНОЛОГИЙ АДДИТИВНОГО ПРОИЗВОДСТВА, В.А.Кукушкина, В.Е.Стюфляев .....	71
О НЕКОТОРЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ СЛАБОСВЯЗАННЫХ ОКРЕСТНОСТНЫХ СИСТЕМ В.В.Сёмина, Г.В.Сёмин .....	73
ЗНАЧЕНИЕ ЧАСТОТНОГО АНАЛИЗА ЧАСТИЦ И КОНТРОЛЯ МАСЛА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ П.Л.Дюрягин, А.В.Бочаров .....	76
ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ЦИНК-АЛЮМИНИЙ-МАГНИЕВЫЕ ПОКРЫТИЯ А.А.Михайлов, И.П.Мазур .....	81
ПОЛУЧЕНИЕ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ВЕЩЕСТВ НА ОСНОВЕ ЛЕЧЕБНОЙ НАФТАЛАНСКОЙ НЕФТИ А.Н.Мурадов .....	84
YAĞ ALDENİDİNİN ALLİLHİDROZONU İLƏ BUTİLMERKOPTANIN QARŞILIQLI TƏSİRİ V.Ə.Budaqlı, M.Ə.Tağiyeva .....	87
AZƏRBAYCAN KİMYA SƏNAYESİ MƏHSULLARININ DƏYƏR ZƏNCİRİNƏ UYĞUN FƏALİYYƏTLƏRDƏ YARANAN RİSKLƏRİN EMPRİK TƏHLİLİ A.C.Səfərli, L.R.Muradova, A.Ş.Məmmədşad, E.Ə.Yusifov .....	89
FASILƏSİZTÖKMƏ-YAYMATEXNOLOGIYASI İLƏALÜMINIUMVƏRƏQİ İSTEHSALINDA ƏRİNTİNİN TEMPERATURUNUN VƏ SÜRƏTİNİN PROSESİN DEFORMASIYA ZONASININ UZUNLUĞUNA TƏSİRİNİN TƏDQIQI N.T.Vəliyev .....	92
METALLARIN MAQNİT ÇEVRİLMƏSİ XASSƏSİNİN ARAŞDIRILMASI Ə.M.Ramazanov .....	95
PLATİNİ İZOAMİLSRİRTİ İLƏ QIZILDAN EKSTRAKSİYON AYIRMAQLA REYNEKEAT ( Pt[Cr(NH) <sub>2</sub> (CNS) <sub>4</sub> ] <sub>2</sub> ) ŞƏKLİNDƏ QRAVİMETRİK TƏYİNİ Ə.A.Əlbəndov .....	96
KİMYA SƏNAYESİ MƏHSULLARININ ƏLAVƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN METODOLOJİ ASPEKTLƏRİ A.C.Səfərli, R.A.Bayramov, S.M.Cəfərzadə .....	99
AVTOMOBİL HİSSƏLƏRİNİN ZƏDƏLƏNMƏSİ VƏ TƏMİRİ E.E.Həsənova .....	101
АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ХОЛОДОПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТЕРМОЭЛЕКТРИЧЕСКОГО ТРАНСФОРМАТОРА ТЕПЛА ДЛЯ ЛОКАЛЬНОГО ВОЗДУШНОГО ОХЛАЖДЕНИЯ М. Г.Джафаров, Н.Р.Аскеров .....	103
ЭЛЕКТРОФИЗИЧЕСКИМИ СВОЙСТВАМИ ПРОЦЕССЫ В КОМПОЗИЦИОННЫХ ПОЛИМЕРНЫХ МАТЕРИАЛОВ Исаев Хамид .....	105
ZƏYLİKALUNİT MƏDƏNİNDƏN HASİL EDİLƏN ALUNİT FİLİZİNİN ZƏNGİNLƏŞDİRİLMƏSİNİN BƏZİ MƏQAMLARI C.İ.Səfərov <sup>1</sup> , G.H.Əhmədova <sup>1</sup> , G.Ş.Məmmədova <sup>2</sup> .....	107
AKTİVLƏŞDİRİLMİŞ SELLULOZUN EFİRLƏRİNİN ALINMA PROSESLƏRİNİN FİZİKİ-KİMYƏVİ PROSESLƏRİNİN ƏSASLARI Ə.N. Muradov, N.F.Əliyev, M.Z.Tağiyeva, E.A.Zeynalov .....	109
ZƏYLİK ALUNİT MƏDƏNİNDƏN ÇIXARILAN ALUNİT FİLİZİNİN KOMPLEKS EMALI TEKNOLOGIYASI: - ALUNİT KONSENTRATININ NaOH QƏLƏVİSİ İLƏ İŞLƏNMƏSİ C.İ.Səfərov, M.H.Cəfərov, G.H.Əhmədova .....	112
ALUNİT FİLİZİNİN KOH İLƏ EMALININ MATERIAL BALANSININ HESABATI A.Z.Əsgərov, P.M.Əhmədov, C.E.Əsgərzadə .....	114
ИССЛЕДОВАНИЕ ИОННО-ИМПЛАНТИРОВАННЫХ ПОЛУПРОВОДНИКОВЫХ ПЛЁНОК PbTe	



«Ar+» Г. Дж.Касаманли, К.М.Сулейманов, С.Т.Мустафаев, Р.И.Аскерова .....	116
ALÜMİNAT MƏHLULLARININ KARBONLAŞDIRILMASI P.M.Əhmədov.....	119
FTOROPLAST-QRAFİT SİSTEMLİ YEYİLMƏYƏ DÖZÜMLÜ MATERIALLARIN ALINMASI VƏ TƏDQIQI C.İ.Səfərov, S.B.Məmmədova .....	121
POLİMERLƏRİN PEYVƏND SOPOLİMERLƏŞMƏ YOLU İLƏ MODİFİKASİYASININ TƏDQIQI Ə.A.Əlbəndov, E.Zeynalov, N.Ramazanlı.....	122
<b>VII BÖLMƏ. RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATIN MARKETİNG VƏ MENECMENTİ .....</b>	<b>124</b>
CHATBOT VS. EMAIL: WHICH TECHNOLOGY DELIVERS BETTER CUSTOMER SERVICE, AND FOR WHOM? Julio Vena Oya <sup>1</sup> , José Alberto Castañeda García <sup>2</sup> , Jan Buryš <sup>2</sup> , Ragif Huseynov <sup>3</sup> ...	124
ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ Ирина Калиновская.....	127
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В ОБРАЗОВАНИИ, УЧИТЫВАЮЩЕМ БЫСТРОМЕНЯЮЩИЕСЯ ТЕХНОЛОГИИ Денис Чайников .....	130
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В АНАЛИЗЕ И РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКА ТРУДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ Е.Ванкевич .....	132
МАРКЕТПЛЕЙСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ DIGITAL-МАРКЕТИНГА Е.С.Маркова .....	136
REVOLUTIONIZING CREDIT RISK MANAGEMENT IN BANKING WITH MACHINE LEARNING TECHNIQUES: A REVIEW OF LITERATURE Kamranullah <sup>1</sup> , Jyoti Parjapati <sup>2</sup> , Jai Kishan Chandel <sup>3</sup> .....	139
IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON EMPLOYEE PRODUCTIVITY AND JOB SATISFACTION IN THE ERA OF INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0 Mohammad Qais Rezvani, Kartik Goyal, A.R.Hasanzade.....	143
РАЗВИТИЕ АУТСОРСИНГА БУХГАЛТЕРСКИХ УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ В.С.Кондраткова.....	145
ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НГДУ ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ КАПИТАЛЬНОГО РЕМОНТА СКВАЖИН Дж.К.Кулиев ....	148
AGRICULTURE SECTOR IN THE NETHERLANDS R.T.Huseynov, L.M.Mesimova.....	150
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ УКЛАДЫ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ПРИ РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ Е.И. Битус <sup>1</sup> , А.Ф.Плеханов <sup>2</sup> , С.Ш.Ташпулатов <sup>3</sup> .....	152
INNOVATION MECHANISMS FOR INDUSTRIAL CLUSTER MANAGEMENT IN REGIONS Mirabbos Fazliddinovich Makhmudov.....	155
AZƏRBAYCANDA YÜNGÜL SƏNAYENİN TARİXİ, MÖVCUD VƏZİYYƏTİ VƏ İNKİŞAFININ PERSPEKTİVLƏRİ F.Ə.Məmmədov, A.A.Tağiyev.....	158
İNVESTİSİYA LAYİHƏLƏRİNİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ STRATEGİYASININ FORMALAŞDIRILMASI X.N.Əliyev, V.T.Əmrahov, R.B.Nəcəfov .....	160
DÖRDÜNCÜ SƏNAYE İNQİLABI VƏ TƏHSİL T.Rüstəmov.....	162
MÜASİR BİZNESDƏ RƏQƏMSAL MARKETİNG G.R.Rüstəмова.....	164
KİÇİK VƏ ORTA BİZNESƏ VERGİ GÜZƏŞTLƏRİNİN TƏTBİQİ VƏ EFFEKTİVLİYİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ S.S.Mustafayev .....	166
İSTEHLAKÇI DAVRANIŞININ TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ RƏQƏMSAL MARKETİNGİN ROLU Ş.N.Qarayeva .....	168
KİÇİK BİZNES SUBYEKTLƏRİNİN KREDİT RİSKLƏRİNİN İDARƏDİLMƏSİ MEXANİZMİ S.Q.Salahov, A.S.Cumayeva, M.H.Kərimova, S.R.Mehdiyev.....	170
QIDA SƏNAYESİNİN DAVAMLİ İNKİŞAFI VƏ ƏRZAQ TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN TƏMİN OLUNMASI	

**Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

M.R.Hüseynova.....	172
LAYİHƏLƏRİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNƏ MÖVCUD YANAŞMALARIN TƏHLİLİ M.İ.Əhmədova, P.Ə.Ələsgərov, A.İ.Məmmədov.....	175
MENECMENT SİSTEMİNDƏ RİSKLƏRİN AZALDILMASI YOLLARI F.C.Kərimov, T.A.Yusibli, C.T.Abbasov, F.A.Cəfərov .....	178
SOSIAL MEDIADAN İSTİFADƏ MARKETİNG STRATEGİYASI KİMİ M.Ş.Qarayev.....	180
MALİYYƏ VƏ BANK SEKTORUNDA BÖYÜK VERİLƏNLƏRİN ƏHƏMİYYƏTİ A.Aliyev, N.Rəhimova .....	182
ELEKTRON DÖVLƏT LAYİHƏSİNİN İCRASI VƏZİYYƏTİ VƏ ONUN TEXNİKİ TƏMİNATI M.T.İsmayılov.....	184
MÜHASİBAT HESABATININ TƏRKİBİ VƏ STRUKTURUNUN TƏHLİLİ E.E.Nəhmədov, Y.B.Əhmədov.....	187
RƏQƏMSALLAŞMANIN MƏŞĞULLUĞA TƏSİRİ S.C.Məmmədov, A.V.Məmmədova, C.İ.Cabbarov1	
AZƏRBAYCANDA RƏQƏMSAL MARKETİNGİN İNKİŞAFININ MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ T.N.Rəcəbli .....	192
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA BƏLƏDİYYƏLƏRİN İQTİSADİ ƏSASLARININ MÖHKƏMLƏNDİRİLMƏSİ YOLLARI A.M.Allahverdiyeva, S.Ş. Əlizadə, T.T.Abbasov, Ş.S.Əlizadə .....	195
E-TİCARƏTDƏ BIG DATA TEXNOLOGİYASININ TƏTBİQİ E.Y.Bədəlzadə, B.H.Əsgərova .....	198
YENİ NƏSİL TEXNOLOGİYALARIN HƏRƏKƏTVERİCİ QÜVVƏSİ M.H.Urkayev, S.F.Babakişiyeva .....	200
ЭЛЕКТРОННАЯ ЦИФРОВАЯ ПОДПИСЬ-КЛЮЧ К КОМФОРТНОЙ ЖИЗНИ Н.А.Гаджиева, X.Б.Мамедов, H.M.Мамедова .....	202
TƏŞKİLATLARIN İNNOVATİV FƏALİYYƏTİNİN RİSK TƏHLİLİ S.Ə.Hüseynova.....	205
YERLİ ÖZÜNÜİDARƏETMƏNİN HÜQUQİ ƏSASLARI A.M.Allahverdiyeva, T.T.Abbasov, F.E.Əliyeva, C.M.Sadiqzadə .....	207
YERLİ ÖZÜNÜİDARƏETMƏDƏ BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏ A.T.Əsgərov, A.İ.Qurbanova, A.İ.Məmmədov, F.O.Qənbərova.....	209
SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNİN RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN ARTIRILMASINDA İNNOVASIYA SİYASƏTİNİN ROLU C.S.Zeynalov, A.Z.Həsənzadə .....	211
YERLİ ÖZÜNÜİDARƏETMƏ ORQANLARI İŞÇİLƏRİNİN ƏMƏYİNİN STİMULLAŞDIRILMASI X.F.Məmmədova, C.M.Sadiqzadə, Ə.Q.Məmmədov.....	213
ASSESSMENT OF THE REAL SITUATION OF THE INSURANCE SECTOR IN AZERBAIJAN T.B.Muradova, A.S.Hüseyn.....	215
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MALİYYƏNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ MEXANİZMLƏRİ S.E.Məhərrəmov, X.M.Ağayeva .....	217
ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙНА ПРЕДПРИЯТИЯХПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ Б.Д.Даулетбаков, А.Т.Бигазиyeva, H.M.Накышева, C.O.Тұрымбет .....	219
ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА УСТОЙЧИВОСТЬ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА КОМПАНИЙ Г.Г.Султанова.....	222
TURİZMDƏ İNFLUENSER MARKETİNG Ş.N.Qarayeva, K.D.Alməmmədova, S.A.Məmmədova, E.Ə.Məmmədov .....	224
MENECMENT SİSTEMİNİN SOSIAL EFEKTİVLİYİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ İ.H.İsayev, F.O.Qənbərova, M.S.Əliyeva.....	226



RESURS POTENSİALINDAN İSTİFADƏNİN SƏMƏRƏLİLİYİ F.İ.İsmayılov .....	229
MANAGEMENT OF TIME, STRESS AND MEETINGS AMONG WORKERS Sh.Sh.Huseynova...	231
E-TİCARƏT VƏ ONUN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ B.C.Qurbanova, E.N.Əhmədov .....	234
AZƏRBAYCANDA SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFIN SÜRƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN BƏZİ MƏSƏLƏLƏRİ İ.Ə.Əhmədov .....	236
AZƏRBAYCAN İQTİSADIYYATINA XARİCİ İNVESTİSİYANIN CƏLB EDİLMƏSİNİN İNKİŞAFI İSTİQAMƏTLƏRİ İ.Ə.Əhmədov .....	238
YENİ MƏHSULUN İSTEHSALI VƏ ONUN ƏSAS KOMPONENTLƏRİ E.M.Əlirzayev.....	240
ПРИМЕНЕНИЕ КОНТЕНТ МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА Г.А.Аббасова, Н.Н.Иманов.....	242
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НЕОБАНКОВ И ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕННЫЕ СВЯЗИ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ Л.Ю.Рзаева, С.А.Ибрагимова .....	244
İSTEHLAKÇI DAVRANIŞI VƏ MARKETİNG Ş.R.Cəlilova, N.Q.Hüseynov .....	247
İNNOVATİV FƏALİYYƏT ŞƏRAİTİNDƏ RİSKLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ MEXANİZMİ S.Ə.Hüseynova .....	249
QEYRİ-MÜƏYYƏNLİKLƏRİN NÖVLƏRİ VƏ YARANMA SƏBƏBLƏRİ N.İ.Əliyeva, M.Q.Alxasızadə .....	251
MÜƏSSİSƏLƏRDƏ RİSK-MENECEMENT SİSTEMİNİN TƏŞKİLİ V.V.Bəhmənli, S.B.Sadiqova ....	253
KÜTLƏVİ İNFORMASIYA VASİTƏLƏRİNDƏ İNSAN RESURSLARININ İDARƏ EDİLMƏSİNİN FUNKSIYASI VƏ MƏQSƏDLƏRİ, KONSEPTUAL ƏSASLARININ FORMALAŞDIRILMASI V.F.Cənnətova, S.T.Hacıyeva .....	256
MARKETİNG KOMMUNİKASIYA SİSTEMİNİN DƏYİŞMƏSİ MEYLLƏRİ R.R.Gözəlov .....	258
MƏHSUL VƏ XİDMƏT BAZARINDA İQTİSADI KONYUKTURA VƏ QIYMƏTİN YARADILMASI XÜSUSİYYƏTLƏRİ G.Y.İsmayılova .....	260
MİLLİ İQTİSADIYYATA İNVESTİSİYA QOYULUŞLARININ İQTİSADI ARTIMA TƏSİRİ Z.S.Eyvazov, A.A.İskənderli.....	261
REGIONAL ƏMƏK BAZARININ FORMALAŞMASI VƏ İNKİŞAF PROBLEMLƏRİ P.A.Balaşov....	264
İNSAN RESURSLARININ İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ İNFORMASIYA TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN ROLU VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ A.İ.Qurbanov .....	266
PAYLAMA KANALLARI: NÖVLƏRİ, XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ NÜMUNƏLƏRİ N.Q.Namazova .....	268
MÜƏSSİSƏLƏRİN RİSK-MENECEMENT SİSTEMİNDƏ ƏSƏS PRİNSİPLƏR V.V.Bəhmənli.....	270
DETERMINANT OF POPULATION SOLVENCYFACTORS IN THE TAX SYSTEM Teimuraz Babunashvili.....	272
EFFECT OF MARKETING OF CUSTOMER SATISFACTION AND RETENTION Omar Sajid, Charles Ramendran Spr, Abdulkarim Kanaan Jebna .....	274
TURİZMTƏŞKİLATLARINDA MALİYYƏ NƏTİCƏLƏRİNİN UÇOTU VƏ AUDİTİ PROBLEMLƏRİ A.N.Talıbova, P.E.Muxtarova .....	276
DAXİLİ İSTEHLAK BAZARINDA NƏZARƏT MEXANİZMLƏRİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ A.X.Məmmədova .....	278
EMAL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ STRATEJİ MARKETİNGİN TƏTBİQİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ E.Ə.Həsənov, V.Q.Məmmədova .....	280
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ВЫБОРУ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ С.Н.Махмудова, С.У.Пулатова .....	282
KİÇİK BİZNES MİLLİ İQTİSADIYYATIN İNKİŞAF AMİLİ KİMİ H.M.Rzayeva .....	286

MÜƏSSİSƏNİN KADR POTENSİALINDAN İSTİFADƏNİN SƏMƏRƏLİLİYİNİN ARTIRILMASI G.Q.Əsgərova, R.Ş.Şükürov .....	288
DÖVLƏTİN STRUKTUR SİYASƏTİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ H.S.Mustafayeva .....	291
VERGİ – BÜDCƏ GƏLİRLƏRİNİN ARTIRILMASININ ƏSAS MƏNBƏYİ KİMİ G.R.Şirəliyeva .....	293
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA QEYRİ-NEFT SEKTORUNUN İXRAC İMKANLARININ YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ M.Q.Əliyeva .....	295
İSTEHLAK BAZARININ TƏDQIQINDƏ MARKETİNGDƏN İSTİFADƏNİN ZƏRURİLİYİ Ş.R.Cəlilova .....	297
MÜƏSSİSƏLƏRDƏ UÇOT SİYASƏTİNİN TƏŞKİLİ VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ A.A.Abdullazadə .....	299
SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFIN REGIONAL ASPEKTLƏRİ S.R.Mirzəyeva, A.H.Həmidov .....	301
XARİCİ İNVESTİSIYA QOYULUŞUNUN NƏZƏRİ METEDOLOJİ ƏSASLARI L.S.Mehtiyeva <sup>1</sup> , N.A.Nərimanov <sup>2</sup> .....	303
HEYƏTİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ İQTİSADI METODLARIN TƏSİRİ S.V.Əkbərova .....	305
TEKSTİL MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ KEYFİYYƏTİN YÜKSƏLDİLMƏSİNİN İQTİSADI SƏMƏRƏSİ A.Ə.Hüseynov .....	307
ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ Л.Ю.Рзаева .....	309
AZƏRBAYCAN YÜNGÜL SƏNAYE SAHƏLƏRİNİN İNVESTİSIYALAŞMASINDA BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏNİN ROLU Ş.R.Abbasova, Y.K.Quliyeva .....	312
İNNOVASİYALARI NƏZƏRƏ ALMAQLA BAZARA NÜFÜZ ETMƏ STRATEGİYASININ HAZIRLANMASI L.Ş.Həsənlı .....	315
KİÇİK BİZNESDƏ İNNOVASİYALAR İQTİSADI İNKİŞAF AMİLLƏRİNDƏN BİRİ KİMİ X.Ə.Musazadə .....	317
SOSIAL İDARƏETMƏ MEXANİZMLƏRİNİN BƏRPASINDA VƏ SAXLANILMASINDA RƏQƏMSAL İQTİSADIYYATIN ROLU M.G.Gülaliyev, A.F.Hacıyeva .....	319
MARKETİNG FƏALİYYƏTİNDƏN İSTİFADƏNİN QIDA SƏNAYESİNİN DAYANIQLI İNKİŞAFINA TƏSİRİ F.Q.Əliyeva, F.A.İsgəndərov .....	321
İQTİSADIYYATIN RƏQƏMSAL TRANSFORMASIYASI KONTEKSTİNDƏ KƏND TƏSƏRRÜFATI SAHƏSİNDƏ KADR HAZIRLIĞI: TRENDLƏR, PERSPEKTİVLƏR R.A.Hüseynova, M.Ş.Qarayev .....	323
AZƏRBAYCANDA DAXİLİ AUDİT İŞİNİN TƏŞKİLİNİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ E.E.Rzayev, R.K.Məmmədov .....	326
BANKLARDA ƏMƏLİYYAT RİSKLƏRİNİN SƏVIYYƏSİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ R.O.Novruzova .....	327
MÜASİR ŞƏRAİTDƏ DÖVLƏT BÜDCƏSİNİN FORMALAŞMASI VƏ İSTİFADƏ PROBLEMLƏRİ Ü.N.Səmədova – Sadıqova, Z.Q.Abbasov .....	329
MÜƏSSİSƏLƏRDƏ UÇOT SİYASƏTİNİN FORMALAŞMASI VƏ ONUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ X.V.Qurbanova, H.H.Qasımova .....	331
İSTEHLAK BAZARININ TƏDQIQINDƏ MARKETİNGDƏN İSTİFADƏNİN ZƏRURİLİYİ Ş.R.Cəlilova .....	333
RƏQƏMSAL İQTİSADIYYATDA MARKETİNG VƏ MENECMENTİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ D.D.Fərəcova .....	335
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA MALİYYƏNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ MEXANİZMLƏRİ	

**Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

Z.Q.Abbasov, F.A.Səfərli.....	338
LAYİHƏLƏR ÜZRƏ RİSKLƏR VƏ ONLARIN İDARƏ EDİLMƏSİ S.E.Bayramova .....	340
İQTİSADİYYATDA KLASTERLƏRDƏN İSTİFADƏNİN SƏMƏRƏLİLİYİ L.Ə.Abbasova .....	342
YÜNGÜL SƏNAYE SEKTORUNDA TƏDARÜK ZƏNCİRİ VƏ LOGİSTİKANIN İDARƏ EDİLMƏSİ M.S.Zeynalova .....	344
MÜƏSSİSƏDƏ VERGİ NƏZARƏTİ F.İ.İsmayilov, E.N.Daşdəmirov .....	346
BANKLARDA RƏQƏMSALLAŞMA PROSESİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI İ.L.Hüseynzadə .....	348
DÖVLƏT BÜDCƏSİNDƏ TƏHSİL ÜZRƏ XƏRCLƏRİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ N.V.Abdullayeva ....	349
İNSAN RESURSLARINDAN SƏMƏRƏLİ İSTİFADƏ VƏ İNNOVATİV SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİ Ə.İ.Qurbanəliyev, R.Ə.Xurşudova .....	351
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA BEYNƏLXALQ UÇOT STANDARTLARININ TƏTBİQİNƏ TƏSİR EDƏN AMİLLƏR Ö.İ.Əliyev, V.Ramazanov .....	353
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРИМЕНЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ О.И.Алиев, В.М. Рамазанов .....	354
QIDA SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İSTEHSAL MƏSRƏFLƏRİNİN UÇOTUNUN APARILMASI XÜSUSİYYƏTLƏRİ S.S.Cəfərova, V.M.Ramazanov .....	355
YÜNGÜL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İNNOVASIYALARIN İDARƏ EDİLMƏSİ E.E.Məmmədzaadə.....	357
RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATIN SƏMƏRƏLİ FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAFINDA MENECMENTİN ROLU F.Ş.Nik-najad, R.M.Cəfərova.....	360
GƏNCƏ-QAZAX İQTİSADİ RAYONU ÜZRƏ YUMURTA TƏDARÜKÜ MƏNTƏQƏSİNİN OPTİMAL YERLƏŞDİRİLMƏSİNİN TƏYİNİ M.Ş.Sadixova.....	363
BANK SEKTORUNDA MALİYYƏ SABİTLİYİNƏ TƏSİR EDƏN AMİLLƏRİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ G.Ə.Əliyeva.....	367
AQRAR SAHƏNİN İNTENSİVLƏŞDİRİLMƏSİNDƏ İNNOVASIYA SİYASƏTİ V.H.Abbasov, H.E.Ələkbərov.....	369
BANKLARDA MARKETİNG XİDMƏTİNİN TƏŞKİLİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ Ş.Ə.Yusibova, T.T.Yusifova.....	372
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA QIDA TURİZM MƏHSULUNUN İNKİŞAFI FUNKSİYASINDA MARKETİNGİN ROLU S.Məmmədova, M.Urkayev .....	374
İNSAN RESURSLARI VƏ ONLARIN MOTİVƏEDİCİ AMİLLƏRİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ A.Məmmədova, X.İ.Nəsibova .....	376
TƏŞKİLATİ MƏDƏNİYYƏTİN TƏŞKİLATIN İNNOVASIYA FƏALİYYƏTİNƏ TƏSİRİ Ş.Y.Əliyeva, Y.İ.Qasimova .....	378
MÜASİR FƏALİYYƏTİ ŞƏRAİTİNDƏ YÜNGÜL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ RİSKLƏRİN İDARƏETMƏ SİSTEMİNİN FORMALAŞDIRILMASI VƏ İNKİŞAFI Y.İ.Qasimova, Ş.Y.Əliyeva .....	381
AZƏRBAYCAN KORPORATİV ŞİRKƏTLƏRİNDƏ MALİYYƏ TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ Q.İ.Salmanov .....	383
ЦИФРОВОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО З.Б.Годжаева.....	386
MÜƏSSİSƏNİN QIYMƏT STRATEGİYASININ FORMALAŞDIRILMASI T.M.Xəlilov.....	389
NAVIGATING THE DIGITAL TRANSFORMATION OF ACCOUNTING: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR ACCOUNTANTS AND AUDITORS Nelli Amarfii-Railean .....	391
DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN FOREIGN COUNTRIES V.I.Mammadova .....	394

**Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

ALÜMİNİUM SƏNAYESİ MÜƏSSİSƏLƏRİNİN SATIŞININ İDARƏ EDİLMƏSİNİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ A.Əliməmmədov.....	397
SATIŞIN “QARA QUTU”SU Ə.Tanrıverdiyeva, N.Verdiyev .....	399
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA DÖVLƏT MALİYYƏSİNİN FORMALAŞMASI MƏSƏLƏLƏRİ VƏ ÜMUMMİLLİ LİDER HEYDƏR ƏLİYEV R.M.Qəmbərova, T.Q.Əsədova .....	401
RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATDA MÜƏSSİSƏLƏRİN MARKETİNG FƏALİYYƏTİNİN TRANSFORMASIYASI Ə.Cəfərova, M.Urkayev.....	403
AQRAR-SƏNAYE KOMPLEKSİ SİSTEMİNDƏ XAMMAL İSTEHSALI SAHƏLƏRİNİN İNKİŞAFI VƏ İQTİSADI SƏMƏRƏLİLİYİNİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİ R.R.İbrahimova, Ş.K.Həsənova .....	405
TOXUCULUQ SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNİN İQTİSADI İNKİŞAF XÜSUSİYYƏTLƏRİ NƏZƏRİ MƏSƏLƏLƏRİ X.F. Məmmədova .....	408
RƏQƏMSAL BAZAR ARAŞDIRMASI N.A.Hacıyeva, S.F.Babakışiyeva, G.Ə.Abbasova.....	411
PANDEMİYA DÖVRÜNDƏ ZƏRƏR ÇƏKMİŞ KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIĞIN MALİYYƏ TƏMİNATI X.İ.Nəsibova, J.E.İmanova .....	413
AZƏRBAYCANDA YERLİ ÖZÜNÜİDARƏETMƏ ORQANLARININ MALİYYƏ QAYNAQLARININ ARTIRILMASI YOLLARI M.İ.Əhmədova, N.M.Əlisgəndərova.....	415
BENEFITS AND LIMITATIONS OF DIGITAL ECONOMY N.M.Agakishiyev, Z.F.Hasanzadeh.....	417
YENİ TEXNOLOGİYALAR BİZNES TƏŞKİLATLARININ SOSİAL-İQTİSADI İNKİŞAFININ VACİB ELEMENTİ KİMİ R.H.Məcədov, G.Z.Abdıyeva .....	419
RƏQƏMSALLAŞMANIN MÜƏSSİSƏNİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ YERİ G.Z.Abdıyeva, R.H.Məcədov .....	421
KƏND TƏSƏRRÜFATI MARKETİNGİNİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ F.A.Cəfərov.....	423
STATİSTİK TƏDQIQATLARDA RƏQƏMSAL TEXNOLOGİYALARIN TƏTBİQİ M.Nuriyev, S.Mövlamov .....	425
MALİYYƏ HESABATI SİSTEMİNDƏ KOMPÜTERTEXNOLOGİYALARININ TƏTBİQİNİN GENİŞLƏNDİRİLMƏSİ Ə.A.Abdıyev .....	428
RƏQƏMSAL MARKETİNG STRATEGİYASINDA İSTEHLAKÇI AMİLİ Ç.Həsənov .....	431
QIDA SEKTORU ÜZRƏ KİÇİK BİZNESDƏ MARKETİNG KOMPLEKSİNİN İŞLƏNİB HAZIRLANMASININ İSTİQAMƏTLƏRİ S.X.İsmayılova.....	433
KEYFİYYƏT İDARƏETMƏ SİSTEMLƏRİNİN MÜASİR METODLARI VƏ TƏLƏBLƏRİ Ə.H.Əfəndiyev.....	435
AUDİT XİDMƏTİNİN TƏŞKİLİNİN NORMATİV HÜQUQİ ƏSASLARI S.E.Məmmədova.....	437
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA MALİYYƏ BAZARLARININ ROLU A.T.Mehtiyeva .....	439
MALİYYƏ HESABATININ MÜASİR METODLARI S.N.Məmmədova .....	441
YÜNGÜL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İNNOVASIYALARIN İDARƏ EDİLMƏSİ E.E.Məmmədzadə.....	443
PUL VƏSAİTLƏRİ UÇOTUNUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ F.H.Əliyev .....	446
BRAYAN TREYSİNİN SATIŞ ÜSULLARI N.D.Verdiyev .....	449
LİZİNGİN MALİYYƏ TƏRTİBATININ TƏMİN EDİLMƏSİ Y.A.Məmmədova, A.A.Həsənova, N.A.Quliyev .....	452
KOMMERSİYA BANKLARINDA LİZİNG ƏMƏLİYYATLARININ UÇOT BÖLMƏSİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ R.K.Məmmədov, A.A.Həsənova, N.A.Quliyev .....	454
MADDİ EHTİYATLARDAN İSTİFADƏ UÇOTUNUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ C.E.Mədətov.....	456
AZƏRBAYCANIN BEYNƏLXALQ VALYUTA FONDU İLƏƏMƏKDAŞLIĞININ ƏSAS	

**Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

---

İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ FORMALARI X.M.Mehdiyev, Ü.Ə.Əlizadə .....	459
BANK XİDMƏTLƏRİ BAZARININ TƏDQIQI N.C.Məmmədzadə .....	461
RƏQƏMSAL MARKETİNQİN ƏHƏMİYYƏTİ H.Ş.Vəlizadə, F.Q.Şirinzadə .....	463
MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MÜHASİBAT UÇOTUNUN TƏŞKİLİNDƏ BEYNƏLXALQ MÜHASİBAT UÇOTU STANDARTLARIN ROLU R.A.Əliyev <sup>1</sup> , R.K.Məmmədov <sup>2</sup> .....	466
ELEKTRON XİDMƏT ANLAYIŞI E.S.Cəfərov, Ə.F.Ələkbərov .....	469
DAXİLİ TURİZMİN İNKİŞAFINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏRİN ARAŞDIRILMASI E.H.Babaliyeva, S.H.Pürhani.....	471
İŞGALDAN AZAD EDİLMİŞ ƏRAZİLERDƏ TURİZM BİZNESİNİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ İ.V.Hüseynov, S.H.Pürhani.....	473
DÖVLƏTİN İNNOVASİYA SİYASƏTİ MEXANİZMİNİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ İNKİŞAFI X.M.Ağayeva, T.F.Qarayeva .....	475
DÖVLƏT İNNOVASİYA SİYASƏTİ MEXANİZMİNİN MALİYYƏ MƏNBƏLƏRİ X.M.Ağayeva, T.F.Qarayeva .....	477
MİLLİ SİĞORTA BAZARININ TƏNZİMLƏNMƏSİNİN ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ, G.Ş.Dilənova, Z.Q.Abbasov.....	479
YÜNGÜL SƏNAYENİN İDXALDAN ASILILIĞININ AZALDILMASI YOLLARI, B.Ə.Hüseynzadə, F.A.İsgəndərov .....	481

## **Ön söz**

Azərbaycan Texnologiya Universitetində Ümummilli lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” mövzusunda hibrid formatda keçirilən Beynəlxalq Elmi-Praktik Konfransın bütün iştirakçılarını salamlayıram. 2023-cü il 10 may tarixində Azərbaycan xalqının Ümummilli Lideri, müstəqil Azərbaycan dövlətinin qurucusu, görkəmli siyasi və dövlət xadimi Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 ili tamam olur. Bu münasibətlə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyev 29 sentyabr 2022-ci il tarixdə 2023-cü ilin ölkəmizdə “Heydər Əliyev İli” elan edilməsi haqqında sərəncam imzalayıb. Bu sərəncam Heydər Əliyev şəxsiyyətinə, onun tarixi xidmətlərinə yeni dəyərlər əsasında verilən qiymətdir. Sərəncamda qeyd edildiyi kimi, Azərbaycan xalqı yeni əsrə və yeni minilliyə məhz Heydər Əliyev zəkasının işığında qədəm qoyub. Ümummilli lider Heydər Əliyevin fəaliyyəti, Azərbaycan xalqının milli sərvəti və xəzinəsidir. Bundan sonra da neçə-neçə nəsillər bu xəzinədən bəhrələnərək Azərbaycanın davamlı inkişafına öz töhfəsini verəcəkdir. Onun fəaliyyətinin hər bir mərhələsi - istər Azərbaycanda hakimiyyətinin birinci dövrü (1969-1982), istərsə də müstəqilliyimizin bərpasından sonrakı dövr ayrı-ayrılıqda tədqiqat mövzudur. Fəxarət hissi ilə qeyd etmək lazımdır ki, Ulu Öndər Heydər Əliyev hər bir azərbaycanlının qəlbində özünə bir abidə ucaldıb və bu abidənin adı müasir müstəqil Azərbaycan dövlətidir. Müstəqil Azərbaycan Ulu Öndərin indiki və gələcək nəsillərə əmanəti, onun zəngin və çoxşaxəli irsi isə xalqımızın milli sərvətidir. Bu müqəddəs mirası qoruyub saxlamaq hər bir azərbaycanlının şərəfli vəzifəsidir.

Ölkəmizdə "Heydər Əliyev İli" ilə bağlı yerli və beynəlxalq əhəmiyyətli konfranslar keçirilir. Belə mötəbər tədbirlərdən biri də bu gün təməli Ulu Öndər Heydər Əliyevin təşəbbüsü ilə qoyulmuş Azərbaycan Texnologiya Universitetində reallaşır. Qeyd edirəm ki, müdrək xalqımızın XX əsrdə dünya siyasi arenasına bəxş etdiyi nadir şəxsiyyət kimi Ümummilli Liderlik zirvəsinə ucalmış Heydər Əliyev ölkəmizin dördüncü sənaye inqilabı istiqamətində inkişaf modelinin banisi kimi ehtiramla xatırlanır.

Əminəm ki, Ümummilli Lider Heydər Əliyevin 100 illik yubleyinə həsr edilən bu beynəlxalq konfrans dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar mövzusunda müxtəlif aspektlərdən nəzər yetirməyə imkan verəcək.

**Dos. Yaşar Ömərov**

**Azərbaycan Texnologiya Universitetinin rektoru v.m.i.e.**



VI BÖLMƏ. METAL VƏ MATERIALLARDA İNNOVATİV TEXNOLOGİYALAR  
ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОРЕГУЛЯЦИИ ЭЛЕКТРОЛИТА ХРОМИРОВАНИЯ ПРИ  
ВОССТАНОВЛЕНИИ ДЕТАЛЕЙ МАШИН

Алексей Котомчин  
[aleshka81@list.ru](mailto:aleshka81@list.ru)

Приднестровский Государственный Университет им. Т.Г. Шевченко

В процессе разработки нового состава электролита хромирования для восстановления деталей машин, были проведены исследования для поддержания постоянной величины концентрации количества посторонних анионов ( $\text{SO}_4^{2-}$ ) в электролите, которая позволяла бы проводить осаждение хромовых покрытий с необходимым составом и качеством [1].

Поэтому с целью обеспечения условий саморегулирования для разработанного электролита, для поддержания постоянной величины концентрации посторонних анионов ( $\text{SO}_4^{2-}$ ) в электролите, было необходимо образование донной фазы труднорастворимых солей, в нашем случае сульфата кальция. Для этих целей в базовом электролите использовали углекислый кальций. В этой связи были проведены исследования, как влияет концентрация углекислого кальция на содержание ионов  $\text{SO}_4^{2-}$  в электролите и выход хрома по току [2].

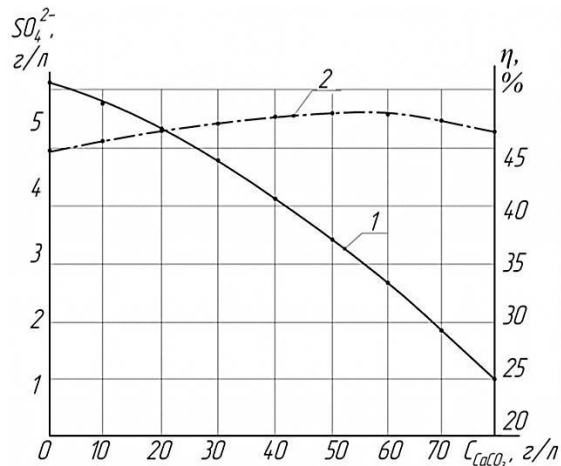


Рисунок 1 – Влияние концентрации карбоната кальция на содержание в растворе сульфат-ионов ( $\text{SO}_4^{2-}$ ) – 1 и выход хрома по току ( $\eta$ ) при  $D_k=100 \text{ А/дм}^2 - 2$  (в электролите состава, г/л:  $\text{CrO}_3 - 420$ ;  $\text{CaCO}_3 - 50$ ,  $\text{NiSO}_4 \cdot 7\text{H}_2\text{O} - 10$  и  $\text{CoSO}_4 \cdot 7\text{H}_2\text{O} - 10$  г/л,  $\text{HF} - 0,7$ ) [3]

Так, анализ влияния электролита ( $\text{CrO}_3 - 400$  г/л,  $\text{NiSO}_4 \cdot 7\text{H}_2\text{O} - 10$  г/л,  $\text{NiSO}_4 \cdot 7\text{H}_2\text{O} - 10$  г/л и  $\text{HF} - 0,7 \div 0,8$  г/л) на содержание посторонних анионов показал, что при температуре электролита  $30 \dots 35^\circ\text{C}$  с увеличением концентрации углекислого кальция ( $\text{CaCO}_3$ ) от 0 до 80 г/л содержание  $\text{SO}_4^{2-}$  уменьшается от 4,8 до 1 г/л (Рисунок 1, кривая 1). При этом выход хрома по току остается практически одинаковым, достигая максимальных значений при концентрации  $\text{CaCO}_3$  в количестве  $30 \div 70$  г/л (Рисунок 1 кривая 2), который составляет 45...47%, а экстремум (верхняя точка) соответствует концентрации  $\text{SO}_4^{2-} 3,4$  г/л. Следует заметить, что при концентрации ( $\text{CaCO}_3$ ) более 30 г/л на дне электролизёра происходит выделение, в виде осадка, донной фазы. Она содержит, с точки зрения, не только сульфат кальция  $\text{CaSO}_4$ , но и фторид кальция  $\text{CaF}_2$ . Этот факт доказывает то, что совместное присутствие фторидов и сульфатов повышает саморегуляцию электролита по отношению к его анионному составу, и будет автоматически поддерживать постоянным соотношение  $\text{SO}_4^{2-} / \text{CrO}_3$  [4, 5]. Это возможно объяснить так, что в исследованном электролите, барьером на пути восстановления водорода является плавиковая кислота в большей степени, чем анион  $\text{SO}_4^{2-}$ . Это обусловлено тем, что плавиковая кислота - электролит слабый, её константа диссоциации  $6,6 \cdot 10^{-4}$  против константы диссоциации серной кислоты по второй ступени  $1,2 \cdot 10^{-2}$ . Следовательно, связывание свободных катионов водорода в плавиковую кислоту значительно повысит поляризацию водорода на катоде, препятствуя его восстановлению. Поляризационные исследования зависимости

потенциала катода от концентрации плавиковой кислоты в электролите подтвердили наши предположения (рисунок 2). Как следует из рисунка 2, при малых концентрациях HF в электролите (Рисунок 2, кривая 1) основной вклад в процесс восстановления водорода на малых плотностях тока вносит высокая кислотность раствора за счет серной кислоты. Однако по мере увеличения концентрации HF её влияние на процесс восстановления протонов меняется параллельно с влиянием на процесс гетерогенного равновесия (см. рисунок 2): сначала выход водорода снижается, а затем и полностью прекращается, открывая путь к процессу восстановления хрома. При этом, как следует из рисунка 2, процесс электровосстановления хрома также стабилизируется и реализуется при более положительном потенциале, чем равновесный потенциал хрома в среде, близкой к нейтральной (-0,7 В).

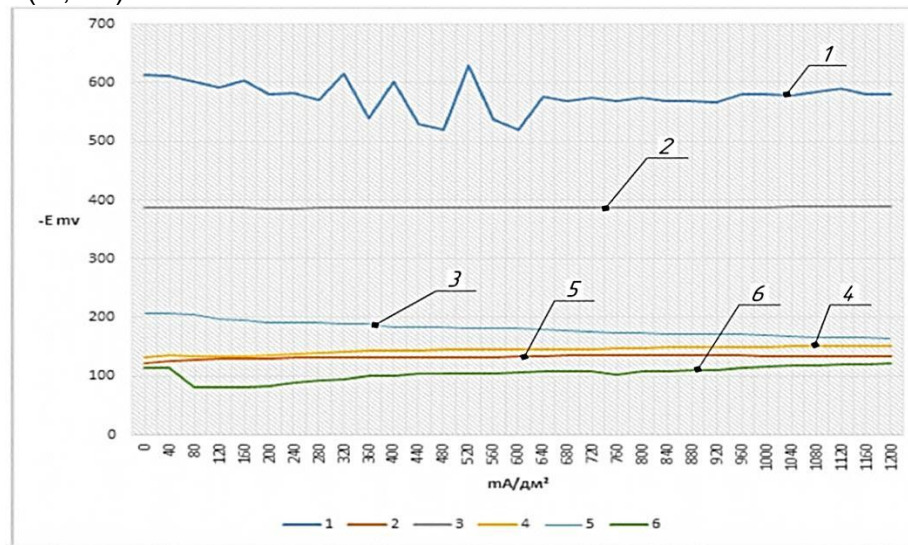


Рисунок 2 – Поляризационные кривые зависимости потенциала электрода от плотности тока в электролите хромирования (состав, г/л: хромовый ангидрит – 420, карбонат кальция – 50, сульфат никеля – 10, сульфат кобальта – 10, плавиковая кислота) при изменении концентрации плавиковой кислоты (г/л): кривая 1 - 0,45; кривая 2 – 0,55; кривая 3 – 0,65; кривая 4 – 0,70; кривая 5 – 0,80; кривая 6 – 1,05

**Выводы:** В результате проведенных исследований по оптимизации состава электролита хромирования было установлено, что наиболее оптимальный состав электролита следующий, г/л:  $\text{CrO}_3$  – 420;  $\text{CaCO}_3$  – 50,  $\text{NiSO}_4 \cdot 7\text{H}_2\text{O}$  – 10 и  $\text{CoSO}_4 \cdot 7\text{H}_2\text{O}$  – 10,  $\text{HF}$  –  $0,65 \pm 0,9$  [6, 7]. При этом концентрация сульфата кобальта и сульфата никеля достаточна для необходимой концентрации постороннего аниона  $\text{SO}_4^{2-}$ , который обеспечивает необходимый стабильный процесс осаждения с необходимой скоростью. Обеспечение саморегуляции концентрации данного постороннего аниона осуществляется применением карбоната кальция в количестве  $50 \pm 60$  г/л, который образует при приготовлении раствора электролита донную фазу и обеспечивает саморегуляцию концентрации аниона  $\text{SO}_4^{2-}$  в необходимой пропорции. Кроме того было установлено, что использование неорганической добавки плавиковой кислоты (HF) в количестве  $0,65 \pm 0,9$  г/л, дало возможность получать качественные покрытия, с высокой производительностью и физико-механическими свойствами при рабочих температурах в пределах  $18 \pm 35^\circ\text{C}$ .

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Kotomchin, A. N. Study of High-Performance Chromium Electrolyte for Restoration of Automobile and Road-Construction Machinery Parts / A. N. Kotomchin, V. A. Zorin // 2021 Intelligent Technologies and Electronic Devices in Vehicle and Road Transport Complex, TIRVED 2021 - Conference Proceedings, Moscow, 11–12 ноября 2021 года. – Moscow, 2021.
2. Котомчин, А. Н. Стабильность работы ванны хромирования при восстановлении деталей автотранспорта / А. Н. Котомчин // Автоматизация и энергосбережение в машиностроении, энергетике и на транспорте : материалы XVI Международной научно-технической конференции,

Вологда, 08 декабря 2021 года. – Вологда: Вологодский государственный университет, 2022. – С. 322-327.

3. Котомчин, А. Н. Использование износостойкого хромирования при восстановлении и упрочнении деталей автомобилей / А. Н. Котомчин, А. Ф. Синельников, Н. И. Корнейчук // Вестник Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ). – 2021. № 1(64). – С. 11-17.

4. Котомчин, А. Н. Усовершенствование технологии электролитического хромирования для восстановления деталей автомобилей, работающих при гидроабразивном изнашивании / А. Н. Котомчин / Подъемно-транспортные, строительные, дорожные, путевые, мелиоративные машины и робототехнические комплексы : Сборник статей 26-ой Московской международной межвузовской научно-технической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, Москва, 12–13 мая 2022 года. – Москва: Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К.А. Тимирязева, 2022. – С. 525-529.

5. Котомчин, А. Н. Влияние неорганических добавок и условий электролиза хромирования на качество получаемых покрытий для восстановления и упрочнения деталей машин / А. Н. Котомчин, А. Ф. Синельников, Н. И. Корнейчук // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2021. – № 7. – С. 49-56.

6. Котомчин, А. Н. Интенсификация процесса электролитического хромирования при восстановлении и упрочнении деталей машин / А. Н. Котомчин, А. Ф. Синельников, Н. И. Корнейчук // Мир транспорта и технологических машин. – 2020. – № 3(70). – С. 22-32. – DOI 10.33979/2073-7432-2020-70-3-22-32

7. Котомчин, А. Н. Оптимизация работы ванны хромирования при восстановлении деталей автотранспорта / А. Н. Котомчин // Вестник Сибирского государственного автомобильно-дорожного университета. – 2021. – Т. 18, № 4(80). – С. 390-405. – DOI 10.26518/2071-7296-2021-18-4-390-405.

### **MAZIN HİSSƏLƏRİNİN BƏRPA EDİLMƏSİ ƏSASINDA XROMLAŞMA ELEKTROLİTİNİN ÖZÜNÜ TƏNZİMİNİN TƏMİN EDİLMƏSİ**

**A.N.Kotomçin**

[aleshka81@list.ru](mailto:aleshka81@list.ru)

**T.G. Şevçenko adına Dnestryanı Dövlət Universiteti**

Məqələdə işlənmiş xrom örtüklü elektrolitdə  $SO_4^{2-}$  yad anionunun tərkibinin özünü tənzimləmə xüsusiyyətlərinə təsiri tədqiqatlarının nəticələri təqdim olunur. Bu, maşın hissələrinin bərpası üçün xrom örtüklü elektrolitin optimal tərkibindən istifadə etməyə imkan verəcəkdir. Həmçinin məhlulun elektrokimyəvi analizinin tədqiqatlarının nəticələri və yeni elektrolitdə 50÷60 q/l təşkil edən kalsium karbonatın miqdarından asılı olaraq özünü tənzimləmə xassələrinin təbiətinin izahı təqdim edilmişdir. . Xrom örtüklü elektrolitlərin iş temperaturunu 18÷35°C həddinə çatdırmağa imkan verən səbəblər də göstərilmişdir. Xrom örtüklü elektrolitin bu optimal tərkibi onu yüksək məhsuldarlıq və keyfiyyətli örtüklərlə maşın hissələrinin bərpasında tətbiq etməyə imkan verəcəkdir. Maşın hissələrinin bərpası zamanı xrom elektrolitinin özünü tənzimləməsini təmin etmək

### **ENSURING SELF-REGULATION OF THE CHROMIUM PLATING ELECTROLYTE DURING THE RESTORATION OF MACHINE PARTS**

**A.N.Kotomchin**

[aleshka81@list.ru](mailto:aleshka81@list.ru)

**T.G. Shevchenko Pridnestrovian State University**

The article presents the results of studies of the effect of the content of the extraneous anion  $SO_4^{2-}$  in the developed chromium plating electrolyte on the properties of self-regulation. This will make it possible to use the optimal composition of the chromium plating electrolyte for the restoration of machine parts. The results of studies of the electrochemical analysis of the solution and the explanation of the nature of the properties of self-regulation depending on the amount of calcium carbonate, which was in the new electrolyte in the amount of 50÷60 g/l, were also presented. The reasons that allow increasing the operating temperature of the chromium plating electrolyte to the limits of 18-35°C were also given. This optimal composition of the chromium plating electrolyte will allow it to be implemented when restoring machine parts with high performance and good quality coatings.



## КОМПОЗИЦИОННЫЕ ПОЛИМЕРНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, СОДЕРЖАЩИЕ НАНОЧАСТИЦЫ НИКЕЛЯ

Ф.Т.Боймуратов

[faxriddin\\_17.78@rambler.ru](mailto:faxriddin_17.78@rambler.ru)

Х.Исаев

Ташкентского Института Текстильной и Легкой Промышленности

Электропроводящие полимерные композиты имеют большой прикладной потенциал, что стимулирует изучение механизмов их проводимости [1]. Ранее нами было получено [2], что для композитов, содержащих частицы Ni размером  $\leq 30$  нм, диспергированные в непроводящей полимерной матрице из полиарилата, в области ниже перколяционного порога измеренная проводимость отличается от вычисленной в рамках классической перколяционной теории. Зависимость поведения проводимости от размера частиц наполнителя, предполагаемая моделью проводимости [3], была прямо продемонстрирована нами [4] для композитов, содержащих частицы Ni, диспергированные в керамической матрице путем измерений проводимости на образцах одного и того же состава, но с разным размером частиц Ni. В настоящей работе мы представляем результаты изучения влияния размера частиц наполнителя на проводимость и статическую диэлектрическую проницаемость металл-полимерных композитов, содержащих частицы Ni, диспергированные в полимерной матрице из фенилона.

Для исследований были приготовлены два типа композитов. Один – металл-полимерный композит, содержащий наноразмерные частицы никеля. Другой – металл-полимерный композит, содержащий микродисперсные частицы никеля. В обоих случаях в качестве полимерной матрицы использовался фенилон. Методика получения композитов подробно описано в работе [5].

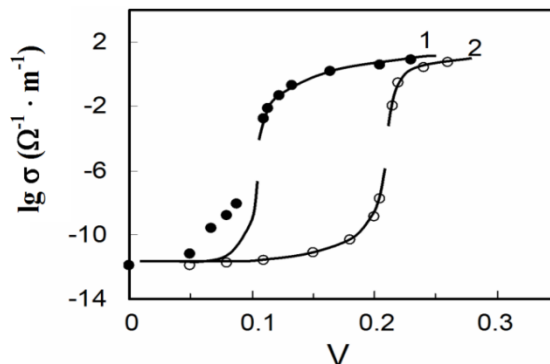
На рис. 1 показаны экспериментальные зависимости проводимости  $\sigma$  от долевого содержания Ni  $V$  для обоих изучаемых металл-полимерных композитов. На этом рисунке также показаны зависимости  $\sigma$  от  $V$ , рассчитанные в рамках перколяционной теории, используя следующие формулы [6]:

$$\sigma(V) = \sigma_m \left( \frac{V - V_c}{1 - V_c} \right)^t \quad \text{при } V > V_c \quad (1)$$

и

$$\sigma(V) = \sigma_d \left( \frac{V_c - V}{V_c} \right)^{-q} \quad \text{при } V < V_c \quad (2)$$

где  $\sigma_m$  – проводимость металлических частиц;  $\sigma_d$  – проводимость диэлектрической матрицы;  $V_c$  – критический долевого объем металлических частиц, при котором инициируется первый бесконечный металлический кластер;  $t$  и  $q$  – критические индексы.



**Рис. 1.** Сравнение экспериментальных (точки) и теоретических (сплошные линии) зависимостей электропроводности от концентрации никельсодержащих наночастиц (черные точки и линия 1) и микрочастиц (точки и линия 2), локализованных в объеме полимерной матрицы фенилона.

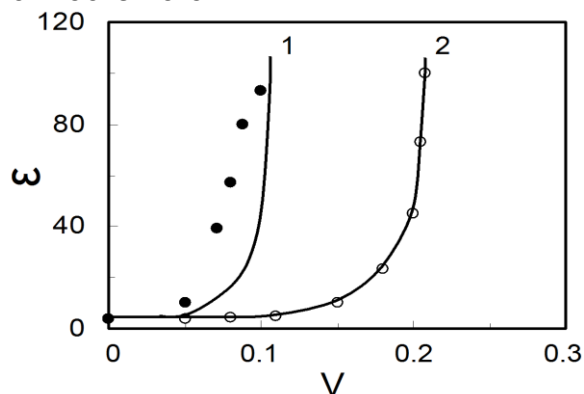
Для изучаемых полимерных материалов критический долевым объемом  $V_c$  никелевых частиц был определен дифференцированием  $\lg \sigma$  по  $V$  [6]. Критический индекс  $t$  был получен из экспериментальных данных, представляя их как график в координатах  $\lg \sigma - \lg[(V - V_c)/(1 - V_c)]$  и определяя угол наклона этого графика, который есть  $t$ . Величины  $\sigma_m$  и  $\sigma_d$  были получены экстраполяцией этого графика к  $V=1$  и  $V=0$  соответственно. Найдено, что  $V_c = 0.105$  и  $t = 2.2$  для композита с наноразмерными частицами никеля и  $V_c = 0.210$  и  $t = 1.78$  для композита с микродисперсными частицами никеля. Критический индекс  $q$  был взят равным 1, что справедливо для трехмерных систем [6].

Как видно по рис. 1, для обоих типов изучаемых композитов соответствие между теоретическими и экспериментальными данными наблюдается, когда  $V > V_c$ . В случае  $V < V_c$  соответствие между теоретическими и экспериментальными зависимостями наблюдается только для композита с микродисперсными никелевыми частицами. Для композита с наноразмерными частицами никеля имеется дополнительный вклад в  $\sigma$  в области ниже  $V_c$ .

На рис. 2 показаны экспериментальные и теоретические зависимости статической диэлектрической проницаемости  $\varepsilon$  от  $V$  для изучаемых композитов. Экспериментальные зависимости  $\varepsilon$  от  $V$  получены экстраполяцией частотных зависимостей  $\varepsilon$  в области 20-200 Гц к нулевой частоте. Теоретические зависимости рассчитаны по следующей формуле:

$$\varepsilon(V) = \varepsilon_d \left( \frac{V_c - V}{V_c} \right)^{-q}, \quad V < V_c, \quad (3)$$

где  $\varepsilon_d$  – диэлектрическая проницаемость диэлектрической матрицы. При этих расчетах были использованы те же значения  $V_c$ , которые были получены из экспериментальных зависимостей  $\sigma$  от  $V$ .



**Рис 2.** Зависимость диэлектрической проницаемости композиций на основе фенилона содержащих нано (1) и микродисперсные (2) частицы никеля, от объемного содержания наполнителя  $V$ . 3 и 4- расчетные значение диэлектрической проницаемости по формуле (1).

Как видно по рис. 2, для композита с микродисперсными частицами никеля экспериментальная зависимость  $\varepsilon$  от  $V$  хорошо описывается формулой (3). Для композита с наночастицами никеля экспериментальная зависимость  $\varepsilon$  от  $V$  не согласуется с зависимостью, рассчитанной по этой формуле, и показывает дополнительный вклад в  $\varepsilon$  при  $V$ , лежащих ниже перколяционного порога.



Как можно видеть из сравнения поведения проводимости и статической диэлектрической проницаемости для изучаемых здесь металл-полимерных композитов с их поведением для металлокерамических композитов, которые изучались в [4], они являются подобными. Следовательно, можно сделать вывод, что в изучаемых металл-полимерных композитах дополнительный вклад в  $\sigma$  и  $\epsilon$  ниже перколяционного порога имеет тоже самое происхождение, как и в этих металлокерамических композитах.

#### **ЛИТЕРАТУРЫ**

1. D Bloor, K Donnelly, P J Hands, P Laughlim and D Lussey, J.Phys. D: Appl. Phys. 38, 2851-2860(2005)
2. M. K. Abdurakhmanova, A. Kh. Zaynutdinov, A. V. Umarov, U. Abdurakhmanov, and M.A. Magrupov, Vysokomolekulyarnye soedineniya B, 29, 537-39 (1987).
3. I. Balberg, D. Azulay, D. Toker, and O. Millo, Int. J. Mod. Phys. B, 18, 2091-121 (2004).
4. U. Abdurakhmanov, Sh. Sharipov, Y. Rakhimova, M. Karabayeva, and M. Baydjanov. J.Am. Ceram. Soc., 89 [9] 2946-2948(2006)
5. Ф.Т Боймуратов, А.Г. Даминов, А.Х. Юнусов, У. Абдурахманов, Г.И. Мухамедов. Вестник НУУз. 2009. № 2. С. 66-72.
6. A. L. Efros and B. I. Shklovskii, Phys. stat. sol. (b), 76, 475-85 (1976).

#### **TƏRKİBİ NİKEL NANOHƏRÇƏCƏLƏRİ OLAN KOMPOZİT POLİMERİK MATERİALLARIN**

**F.T.Boymuratov**

[faxriddin\\_17.78@rambler.ru](mailto:faxriddin_17.78@rambler.ru)

**X.İsayev**

**Daşkənd Tekstil və Yüngül Sənaye İnstitutu**

Burada öyrənilən metal-polimer kompozitlər üçün keçiricilik davranışı ilə statik dielektrik sabitinin [4] - də öyrənilən metal-polimer kompozitlər üçün davranışları ilə müqayisəsindən görmək olar. Buna görə də, tədqiq olunan metal-polimer kompozitlərində, perkolasiya həddinin altındakı I və E-yə əlavə bir töhfənin bu Sermet kompozitlərində olduğu kimi eyni mənşəyə sahib olduğu qənaətinə gəlmək olar.

#### **COMPOSITE POLYMERIC MATERIALS CONTAINING NICKEL NANOPARTICLES**

**F.T.Boymuratov**

[faxriddin\\_17.78@rambler.ru](mailto:faxriddin_17.78@rambler.ru)

**Kh.Isaev**

**Tashkent Institute of Textile and Light Industry**

As can be seen from a comparison of the conductivity and static permittivity behavior for the metal-polymer composites studied here with their behavior for the metal-ceramic composites studied in [4], they are similar. Consequently, we can conclude that in the metal-polymer composites studied, the additional contribution to  $\sigma$  and  $\epsilon$  below the percolation threshold has the same origin as in these metal-ceramic composites.





**ПРИМЕНЕНИЕ ЛИТЕЙНЫХ СТЕРЖНЕЙ НА ОСНОВЕ КОМБИНАЦИИ  
НЕОРГАНИЧЕСКИХ СВЯЗУЮЩИХ В МЕЛКОСЕРИЙНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ  
ОТЛИВОК**

**И.О.Леушин**

[igoleu@yandex.ru](mailto:igoleu@yandex.ru)

**Л.И.Леушина**

[kafmto@mail.ru](mailto:kafmto@mail.ru)

**А.И.Марков**

[skixmai@yandex.ru](mailto:skixmai@yandex.ru)

**Нижегородский государственный технический университет  
им. Р.Е. Алексеева, Нижний Новгород, Россия**

В настоящее время обеспечение комфортных условий работы персонала литейных цехов и сокращение вредных выбросов в окружающую среду, характерных для стержней из смесей на органических синтетических смолах, являются основными критериями для поиска и разработки новых составов стержневых смесей. В этой связи интерес представляет группа неорганических связующих, которая характеризуется высокой экологической безопасностью, низкой стоимостью и доступностью. В России работы с этими материалами вели такие известные ученые, как: Илларионов И.Е. [3], Ткаченко С.С. [6], Евстигнеев А.И., Дмитриев Э.А., Петров В.В. [1-2]. За рубежом большое внимание уделяется комбинациям неорганических связующих на основе сульфата магния [4], комбинациям модифицированных фосфатов, силикатов, боратов [5].

Поскольку известные технологии производства литейных стержней на основе неорганических связующих не свободны от недостатков, к которым прежде всего относят плохую выбиваемость, низкий уровень механических свойств и гигроскопичность материала стержней, целью данного исследования стала разработка состава стержневой смеси на основе комбинации неорганических солей и способа изготовления литейных стержней, не уступающий таковому для стержней из смесей на органических синтетических смолах. Работа выполнялась группой исследователей Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева как в лабораториях вуза, так в условиях действующего производства.

Технологическая схема производства литейных стержней с использованием специальной технологической оснастки изображена на рисунке 1. Смесь на основе кварцевого песка марки 1К<sub>1</sub>О<sub>1</sub>03 ГОСТ 2138 содержала в своем составе 3,0%, масс. смеси натриевого жидкого стекла с силикатным модулем 2,8 и плотностью 1,25 г/см<sup>3</sup> и алюмокалиевые квасцы 3,0%, масс. смеси. Смесеприготовление осуществлялось с использованием лопастного смесителя, заполнение стержневых ящиков смесью и ее уплотнение проводили вручную.



**Рисунок.1.**Блок-схема технологического процесса изготовления литейных стержней на основе комбинации неорганических солей

Далее проводили одновременный нагрев и вакуумирование стержневой смеси до приобретения прочности стержня в металлической оснастке. При этом температура стержня составляла 130-140°С при давлении в рабочей полости оснастки не более 1,0 бар в течение 40-60 с. Окончательный нагрев вели в СВЧ-печи с максимальной мощностью излучения 700 Вт в течение 50 с после выемки стержня из оснастки. Затем выдерживали стержни на воздухе в течение 1 часа, наносили на них противпригарное покрытие ТП-2 на основе талька по ГОСТ 10772 и устанавливали в литейную форму под заливку металлическим расплавом. Данная технология характеризуется низкими энергозатратами, ввиду использования вакуумной сушки стержней на основе комбинации неорганических солей (проведение одновременного цикла нагрева и вакуумирования). Испытания в условиях действующего производства проводили на производственной площадке одного из предприятий Нижегородской области России. Стержни имели массу 0,1 кг, испытания проводили на отливках одного и того же наименования

«Втулка» из чугуна СЧ20 ГОСТ 1412, стали 40Л ГОСТ 977 и алюминиевого сплава АК9ч ГОСТ 1583.В сравнении с базовой технологией, применяемой на предприятии, было зафиксировано снижение трудоемкости на операции гидровывивки в 2 раза за счет снижения содержания в смеси жидкого стекла с 5-6%, масс.смеси до 2-3 %, масс. смеси, а также высокой гигроскопичности и растворимости в воде алюмокалиевых квасцов. Выявлено увеличение газопроницаемости на 5-7% при сохранении прочностных характеристик стержней (рисунки 2-3).

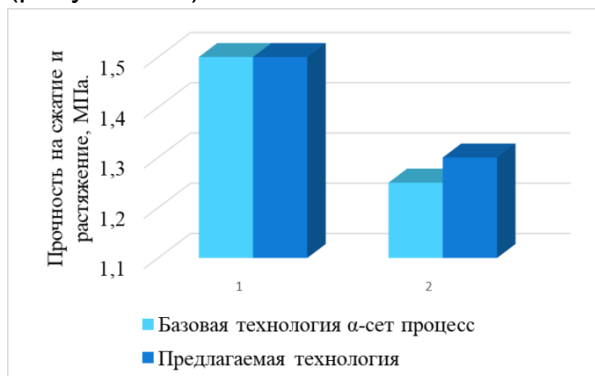


Рисунок.2. Оценка прочности на растяжение и сжатие

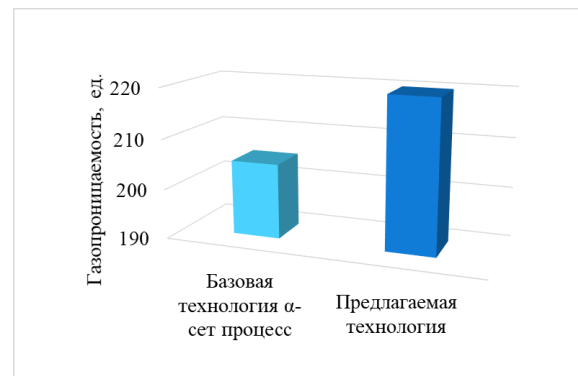


Рисунок.3. Оценка газопроницаемости

Разработка позволяет сократить производственный цикл изготовления стержней и, по мнению авторов, применима к условиям мелкосерийного производства. Практическая проверка не выявила дефектов и подтвердила эффективность применения разработанной технологии для производства отливок большой массы из чугуна, стали, а также алюминиевых сплавов. В настоящее время ведутся работы, связанные с расширением области применения результатов на тонкостенные и габаритные литейные стержни, применяемые в производстве отливок из чугуна, стали и сплавов цветных металлов.

## ЛИТУРАТУРА

1. Дмитриев, Э.А. Исследование свойств формовочных смесей со связующим на основе неорганических солей / Э.А. Дмитриев, А.В. Свиридов // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. – 2016. – Т. 1. – №3(27). – С. 72-79.
2. Евстигнеев, А.И. Исследование свойств смесей со связующими на основе сульфата магния / А.И. Евстигнеев, В.В. Петров, Э.А. Дмитриев, А.А. Тарасова // Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева. – 2010. – №2(81). – С. 232-237.
3. Илларионов, И.Е. Применение технологии получения метало фосфатных связующих, стержневых и формовочных смесей на их основе / И.Е. Илларионов // Черные металлы. – 2018. – №4. – С. 13-19.
4. Magnesium and/or aluminium sulphate moulds and cores comprising a phosphate or borate additive and their production: patent WO 2004/080145 A2, IPC: B22C1/18, 2004.
5. Polzin, H. Anorganische Binder: Zur Form- und Kernherstellung in der Gießerei / H. Polzin. – Verlag: Schiele & Schön, 2019. – 228 S.
6. Ткаченко, С.С. Холоднотвердеющие смеси на неорганическом связующем: состояние и перспективы развития (неорганика против органики) / С.С. Ткаченко,

Г.А. Колодий, Л.Г. Знаменский, А.А. Ермоленко // Литье и металлургия. – 2018. – №2(91). – С. 16-22.

**APPLICATION OF CASTING CORES BASED ON A COMBINATION OF INORGANIC BINDERS IN SMALL-SERIES PRODUCTION OF CASTINGS**

**I.O.Leushin**

[igoleu@yandex.ru](mailto:igoleu@yandex.ru)

**L.I. Leushina**

[kafmto@mail.ru](mailto:kafmto@mail.ru)

**A.I.Markov**

[skixmai@yandex.ru](mailto:skixmai@yandex.ru)

**Nizhny Novgorod State Technical University**

The variant of manufacturing rods based on a combination of inorganic salts proposed in our work can be recommended for use in machine-building enterprises of small-scale and single production, with a rod weight of less than 8 kg. The designed technological scheme, which involves the use of vacuum drying, allows for deep dehydration of rods based on a combination of inorganic salts, which has a positive effect on the production of castings from aluminum alloys, as well as steel and cast iron.

**QEYRİQANİK BAĞLAYICILARIN BİRİNCİSİ ƏSASINDA TÖYÜM ÇUBUKLARININ TÖYÜMÜN KİÇİK SERİYA İSTEHSALINDA TƏTBİQİ**

**İ.O.Leuşin**

[igoleu@yandex.ru](mailto:igoleu@yandex.ru)

**L.I.Leuşina**

[kafmto@mail.ru](mailto:kafmto@mail.ru)

**A.I.Markov**

[skixmai@yandex.ru](mailto:skixmai@yandex.ru)

**Nijni Novqorod Dövlət Texniki Universiteti**

**R.E. Alekseev, Nijni Novqorod, Rusiya**

İşimizdə təklif olunan qeyri-üzvi duzların birləşməsinə əsaslanan çubuqların istehsalı variantı, çubuq çəkisi 8 kq-dan az olan kiçik və tək istehsalı maşınqayırma müəssisələrində istifadə üçün tövsiyə edilə bilər. Vakuum qurutmadan istifadəni nəzərdə tutan layihələndirilmiş texnoloji sxem qeyri-üzvi duzların birləşməsinə əsaslanan çubuqların dərin susuzlaşdırılmasına imkan verir ki, bu da alüminium ərintilərindən, həmçinin polad və çuqundan tökmə istehsalına müsbət təsir göstərir.



**ПРИМЕНЕНИЕ ПОЛИМЕРНЫХ НАНОЧАСТИЦ ДЛЯ КОМПОЗИЦИЙ  
ИНГИБИТОРОВ СОЛЕОТЛОЖЕНИЯ И КОРРОЗИИ**

**Е.С.Дергунова**

[dergunova14@yandex.ru](mailto:dergunova14@yandex.ru)

**А.И.Позднякова**

[mashina\\_ann@mail.ru](mailto:mashina_ann@mail.ru)

**В.В.Дергунова**

[v123alentina@gmail.com](mailto:v123alentina@gmail.com)

**ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет»**

В работе приведена оценка использования полимерных наночастиц в составе ингибиторов коррозии для удаления солеотложений в теплообменном оборудовании. Исследование коррозионных свойств материалов проводили в кислых хлоридных средах с различной концентрацией. Образование пленок ингибитора коррозии анализировалось с помощью комплекса «NanoEducator», включающего АСМ (Россия, Черногловка). Разработанный ингибированный кислотный состав был испытан на экспериментальной установке в ООО «ЭКОС» в качестве растворителя накипи с поверхности латунных трубок теплообменников.

Проблема энергосбережения является одной из наиболее актуальных в современном мире. Она напрямую связана с техническим состоянием теплообменного оборудования энергетических установок, поскольку наличие твердых отложений различной природы, накипей, различных загрязнений на поверхностях подобных тепловых агрегатов приводит к значительному снижению общей интенсивности процесса теплопередачи, повышению расхода теплоносителя, и в конечном итоге, увеличению потребления топливно-энергетических ресурсов. Таким образом, существует острая необходимость создания новой ингибирующей композиции с высокой защитной способностью для ее дальнейшего промышленного использования и обеспечения эффективной защиты теплообменного оборудования в процессе эксплуатации в соляно- и сернокислых средах [1-2].

Целью настоящей работы является разработка составов ингибирующих композиций с использованием полимерных наночастиц и исследование возможности их применения в соляно- и сернокислых средах для удаления солеотложений в теплообменном оборудовании.

В ходе работы были проанализированы различные составы ингибиторов солеотложения и кислотной коррозии. Рассмотрено применение различных добавок для эффективной борьбы с солеотложением в теплообменном оборудовании. С этой целью были синтезированы наночастицы полистирола и полиметилметакрилата, и изучено их влияние на защитный эффект ингибиторов кислотной коррозии [3]. Отдельно исследовали влияние добавок на появление микробиологического загрязнения. Биологическое загрязнение воды оценивали с применением тест-средств для определения КОЕ, ед/мл.

Установлено, что применение комплекса ингибитор + наночастицы приводит к тому, что на поверхности образуется усиленная защитная пленка, которая не позволит проникать вглубь металла ионам – активаторам коррозии. При этом с уменьшением размера наночастиц усиливается появление защитного эффекта как для полистирольных, так и для полиметилметакрилатных наночастиц. Это может быть связано с тем, что чем меньше размер частиц, тем прочнее образуется пленка на поверхности металла. Результаты атомно-силовой микроскопии демонстрируют наличие фрагментов ингибирующей пленки на

поверхности латунного сплава после применения ингибиторов с наночастицами (Рис. 1).

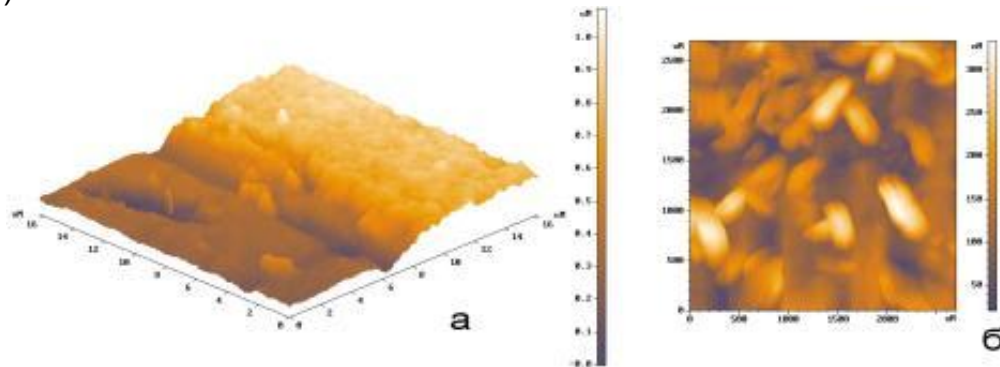


Рис. 1. Результаты сканирования поверхности латунной трубки:  
а - фрагмент пленки ингибитора и наночастиц на поверхности латуни;  
б - тонкая структура (мицеллы) пленки ингибитора и наночастиц, используемой для защиты металла от коррозии.

Как видно из приведенных данных, особенностью раствора с добавлением наночастиц полистирола является то, что после промывки на обрабатываемой поверхности образуется стойкий пассивирующий слой, который защищает от коррозии поверхность теплообменного оборудования и предотвращает дальнейшее образование отложений какого-либо характера.

Агрегативная устойчивость синтетических наночастиц обусловлена существованием на поверхности частиц адсорбционного слоя поверхностно-активного вещества. Наиболее эффективными и широко используемыми эмульгаторами при эмульсионной полимеризации являются стеарат и олеат натрия, изменяя концентрацию которых в реакционной смеси можно управлять размером получаемых полимерных частиц. Увеличение концентрации эмульгатора в системе до 0,3-0,4 М приводит к получению частиц размером не более 19-21 нм, поскольку это связано с возрастанием числа мицелл, в которых возникает процесс полимеризации. При снижении концентрации, как и олеата, так и стеарата натрия возможно получение более крупных частиц (до 89-95 нм). Таким образом, изменяя концентрацию эмульгатора, можно регулировать размер получаемых наночастиц.

Дополнительно было изучено влияние рН водной фазы эмульсии на концентрацию и средний радиус полимерных частиц, а также на продолжительность времени синтеза. Увеличение рН способствует уменьшению размера полимерных частиц, что напрямую связано с интенсивным распадом инициатора и возрастанием концентрации свободных радикалов, что провоцирует появление большого количества зародышей новой фазы. С увеличением рН скорость иницирования выше, инициатор расходуется быстрее, выход полимера больше (до 24,8%), но как видно из полученных данных полимеризация идет дольше (до 195-225 мин).

Также исследовано действие ионов активаторов коррозии  $\text{Cu}^{2+}$  и  $\text{Fe}^{3+}$  на степень разрушения латунных трубок теплообменников при использовании ингибиторов солеотложения. Было установлено, что увеличение концентрации ионов железа (III) и меди до 0,2 М не влияет на эффективность применяемых ингибиторов, т.к. применение полимерных наночастиц способствует образованию прочной пленки на поверхности металла и возрастанию защитного эффекта до 86-95%.



Полученные результаты позволяют утверждать, что природа более высокой эффективности наноингибиторов коррозии, способных находиться в водных растворах в виде наночастиц, обусловлена образованием на поверхности металла более плотного защитного слоя. Толщина этого слоя для наноингибиторов равна размеру его наночастиц в водном растворе и составляет 30-100 нм. Для обычных ингибиторов, находящихся в своих водных растворах в виде молекулярных растворов, толщина этого слоя не более 1-3 нм, т. е. на порядок меньше.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Hamidah I., A. Solehudin, A. Hamdani, L. Hasanah, K. Khairurrijal, T. Kurniawan, R. Mamat, R. Maryanti, A. B. D. Nandiyanto, B. Hammouti. Corrosion of copper alloys in KOH, NaOH, NaCl, and HCl electrolyte solutions and its impact to the mechanical properties// Alexandria Engineering Journal. V. 60. I. 2. 2021. P. 2235-2243, <https://doi.org/10.1016/j.aej.2020.12.027>.
2. Liu J., Lu Z., Zhang L., Li Ch., Ding R., Zhao X., Zhang P., Wang B., H. Cui. Studies of corrosion behaviors of a carbon steel/copper-nickel alloy couple under epoxy coating with artificial defect in 3.5 wt.% NaCl solution using the WBE and EIS techniques// Progress in Organic Coatings. 2020. V. 148. 105909. <https://doi.org/10.1016/j.porgcoat.2020.105909>.
3. Позднякова, А. И. Исследование коррозионных свойств и изменения структуры стали 09г2с при воздействии ингибиторов солеотложения / А. И. Позднякова, Е. С. Дергунова // XX Менделеевский съезд по общей и прикладной химии : Тезисы докладов в 5 томах, Екатеринбург, 26–30 сентября 2016 года / Уральское отделение Российской академии наук. Том 3. – Екатеринбург: Уральское отделение РАН, 2016. – С. 323. – EDN XXTIZV.

#### **POLYMER NANOPARTICLES APPLICATION FOR SCALE AND CORROSION INHIBITORS COMPOSITIONS**

**E.S.Dergunova**

[dergunova14@yandex.ru](mailto:dergunova14@yandex.ru)

**A. I.Pozdnyakova**

[mashina\\_ann@mail.ru](mailto:mashina_ann@mail.ru)

**V. V.Dergunova**

[v123alentina@gmail.com](mailto:v123alentina@gmail.com)

**Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Lipetsk State Technical University»**

The paper presents an assessment of polymer nanoparticles incorporation in corrosion inhibitors for scale removal in heat exchange equipment. The corrosion properties investigations were carried out in acidic chloride media with different concentrations. The corrosion inhibitor films formation was analyzed using the AFM-assisted NanoEducator complex (Russia, Chernogolovka). The developed inhibited acid composition was tested on an experimental facility at EKOS LLC as a scale dissolver from heat exchangers brass tubes surface.



**ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ ДОЛГОВЕЧНОСТИ  
ЗВУКОИЗОЛЯЦИОННЫХ ПАНЕЛЕЙ**

**А.Заева**

[nastenkast08@mail.ru](mailto:nastenkast08@mail.ru)

**В.Полозов**

[polozov.v.s@yandex.ru](mailto:polozov.v.s@yandex.ru)

**Липецкий государственный технический университет**

Отрасль звукоизоляционных материалов является одной из наиболее перспективных отраслей всего рынка строительных материалов. Однако общее состояние отрасли можно охарактеризовать как развивающееся. За последние 10 лет спрос на звукоизоляционные материалы только растет, а также на рынке не перестают появляться новые материалы. Но главным препятствием к полномасштабному развитию отрасли служит высокая цена на материалы и их монтаж. Эту проблему можно решить только при исследовании и увеличении долговечности звукоизоляционных материалов, в том числе звукоизоляционных панелей [1].

Звукоизоляционная панель – это многослойная конструкция (триплекс). Ее каркас выполнен из композита на основе натуральных целлюлозных волокон. Плоские слои разделены пространством, которое обеспечивают волнообразные перемычки, по типу гофрированного картона. Все пустоты внутри панели заполнены минеральным гранулятом на базе очищенных отсеков дробления горных пород.

Долговечность звукоизоляционных панелей на основе песка и картона напрямую зависит от качества и долговечности самого картона.

Гофрокартон сам по себе довольно экологичный материал и способен полностью разлагаться в окружающей среде. Время разложения гофрокартона составляет 100-120 лет. Поэтому, при правильной эксплуатации, звукоизоляционные панели способны прослужить 30-50 лет. Такое снижение долговечности происходит от постоянного воздействия нагрузок, вызываемых наполнителем.

Сам наполнитель после обработки становится практически инертным материалом, не оказывающим на оболочку никакого воздействия, за исключением физического.

Поэтому при определении долговечности панелей необходимо обратить внимание на физические характеристики картона и его способности противостоять постоянным и переменным нагрузкам в определенных влажностных условиях, ибо картон способен впитывать большое количество влаги, разбухая и теряя свою изначальную прочность [2].

Рассмотрим современные методы исследования долговечности картона:

1) Ускоренное старение картона.

Картон состаривают, подвергая бумагу или картон воздействию некоторых видов излучения, нагреву или химической обработке в течение нескольких часов, можно получить информацию о естественных изменениях, которые могут произойти в материале на протяжении нескольких лет его хранения.

Для обработки бумаги или картона применяют следующие методы: сухой нагрев, нагрев с увлажнением, воздействие видимым или ультрафиолетовым излучением, обработка газом двуокиси серы.

До и после такой обработки сравнивают механические, химические и оптические свойства бумаги и картона [3].

#### 2) Испытание на пробой.

Испытание на пробой является одним из важнейших испытаний для картонных панелей, так как его результат показывает максимально-возможную массу заполнителя.

При испытании на пробой измеряется энергия, прикладываемая для пробивания гофрированного картона. При испытании на пробой материал нагружается во всех направлениях, благодаря пирамидальной форме индентора.

#### 3) Испытание на осадку.

Испытание на осадку также является одним из важнейших для панелей. Оно показывает как долго и под каким весом панели будут сохранять свою изначальную форму, что важно для сохранения коэффициентов звукоизоляции.

В процессе испытания на осадку к образцу из одноволнового гофрированного картона прикладывается усилие вертикально к его поверхности. Сопротивление, оказываемое картоном приложенному усилию, позволяет судить о его поведении при дальнейшей обработке или эксплуатации. Для таких испытаний очень важно, чтобы усилия во время испытания прикладывались к образцу точно вертикально.

В зависимости от высоты отдельных волн, сначала разрушаются самые высокие волны, затем средние и в конце испытания - остальные. Энергия осадки или форма кривой позволяют сделать заключение о степени вероятного предварительного повреждения.

#### 4) Испытание кромок на осадку.

Это испытание схоже с вышеописанным. Однако при этом оно остается одним из важнейших испытаний, потому что в нем изменяется нагрузка на волны гофры.

Испытание кромок на осадку позволяет судить о прочности гофрированного картона при вертикальном расположении волны. Для таких испытаний очень важно, чтобы усилия во время испытания прикладывались к образцу точно вертикально.

Также не стоит забывать о необходимости определять наиболее важные физико-механические характеристики заполнителя.

Наиболее важными показателями заполнителей звукоизоляционных панелей являются значения модуля крупности материала, а также значения насыпной плотности. Также немаловажную роль будет иметь наличие в материале различных примесей. При исключении опасных, примеси в материале будут способствовать увеличению его звукоизоляционных свойств, так как при их наличии будет создаваться более неоднородная среда, препятствующая продвижению звуковых волн.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Полозов, В. С. Снижение стоимости звукоизоляционных панелей за счет применения отсевов дробления / В. С. Полозов // Тенденции развития

современной науки : сборник трудов научно-практической конференции студентов и аспирантов Липецкого государственного технического университета, Липецк, 20 апреля – 10 2022 года. – Липецк: Липецкий государственный технический университет, 2022. – С. 323-326.

2. ГОСТ 9142-2014 Ящики из гофрированного картона. Общие технические условия. Дата введения: 01.01.2016 г.

3. ГОСТ 29331-92 Бумага и картон. Ускоренное старение. Часть 4. Сухая тепловая обработка при температуре 120 или 150 °С Дата введения: 01.07.1993 г.

4. Герасимов А. И. Звукоизоляционные и звукопоглощающие материалы и их применение в строительстве // Academia. Архитектура и строительство. 2009. №5. С.209–2015.

5. Анджелов Л.В., Любакова Е.В. Звукоизоляция межкомнатных перегородок // Вестник МГСУ. 2011. №3-1. С. 25–27.

### **SƏS KEÇİRMƏYƏN PANELLƏRİN DAVAMLILIĞININ ARAŞDIRILMASI ÜÇÜN QABAQCIL TEXNOLOGİYALARIN TƏDQIQI**

**A.Г.Заява**

[nastenkast08@mail.ru](mailto:nastenkast08@mail.ru)

**В.С.Полозов**

[polozov.v.s@yandex.ru](mailto:polozov.v.s@yandex.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

Məqalədə səs keçirməyən panellərin istehsalı üçün materialların təhlili verilmişdir. Panellərin davamlılığının öyrənilməsi üsulları ətraflı nəzərdən keçirilir.

Elmi yenilik mineral qranullardan istifadə edərək səs uducu panellərin istehsalı üsullarının öyrənilməsindədir. Bu material səs keçirməyən panellərin davamlılığını və xidmət müddətini artırmağa imkan verir.

### **RESEARCH OF ADVANCED TECHNOLOGIES TO INVESTIGATE THE DURABILITY OF SOUNDPROOF PANELS**

**A.G.Zayeva**

[nastenkast08@mail.ru](mailto:nastenkast08@mail.ru)

**V.S.Polozov**

[polozov.v.s@yandex.ru](mailto:polozov.v.s@yandex.ru)

**Lipetsk State Technical University**

The article provides an analysis of materials for the manufacture of soundproof panels. Methods for studying the durability of panels are considered in detail.

Scientific novelty lies in the study of methods for the production of sound-absorbing panels using mineral granules. This material allows you to increase the durability and service life of soundproof panels.



**МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОЛУЧЕНИЯ УПРОЧНЁННОГО ВИНТОВОГО АРМАТУРНОГО ПРОФИЛЯ С ЦЕЛЬЮ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РАЦИОНАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ ПРОЦЕССА**

**С.Лежнев<sup>1</sup>**

[sergey\\_legnev@mail.ru](mailto:sergey_legnev@mail.ru)

**А.Найзабеков<sup>1</sup>**

[naizabekov57@mail.ru](mailto:naizabekov57@mail.ru)

**Е.Панин<sup>2</sup>**

[cooper802@mail.ru](mailto:cooper802@mail.ru)

**Рудненский индустриальный институт<sup>1</sup>**

**Карагандинский индустриальный университет<sup>2</sup>**

В условиях рыночной экономики проблемы снижения материалоемкости приобретают особую остроту, что обуславливает повышенный интерес к комбинированным строительным конструкциям с применением армирования. Арматура имеет огромное значение при изготовлении любой современной железобетонной конструкции, в которой арматура располагается именно в том месте, где бетон работает на растяжение и изгиб, благодаря чему он становится значительно прочнее и долговечнее. Хоть применяемая в настоящее время в строительстве арматура и достаточно прочная, но и она в современных условиях требует дополнительного упрочнения. Поэтому разработка новой энергоэффективной технологии производства арматуры с высокими прочностными свойствами является актуальной задачей.

Задачей данного исследования является осуществление компьютерного моделирования в программном комплексе DEFORMсовмещенного процесса радиально-сдвиговой прокатки и прессования в винтовой матрице для получения упрочненного винтового арматурного профиля.

При создании модели в программе Deform на первом этапе были приняты следующие допущения: материал заготовки является изотропным; тип заготовки – пластичный, тип инструментов – жесткий; материал заготовки – сталь AISI 1015, (сталь марки 15); начальная температура нагрева заготовки – 1100 °С; температура валков, матрицы и окружающей среды 20 °С; длина матрицы была принята 50 мм; скорость вращения валков была принята равной 100 об/мин; на контакте заготовки и инструмента (в матрице) был установлен тип трения по Зибелю с коэффициентом трения 0,1 (в соответствии с результатами, полученными в работе [1]).

В качестве варьируемых факторов были выбраны следующие параметры: коэффициент трения в валках (0,3; 0,5 и 0,7); расстояние матрицы от образующих валков (1 мм; 10 мм и 19 мм); исходный диаметр заготовки (20 мм; 22 мм и 24 мм). При компьютерном моделировании во всех случаях конечный диаметр заготовки после деформирования на стане радиально-сдвиговой прокатки составлял 19 мм, а именно исходный диаметр варьировался, за счет этого и варьировалось относительное обжатие заготовки в валках.

В ходе моделирования были построены все возможные модели, учитывающие сочетание и варьирование всех выше перечисленных факторов. После проведенного моделирования был получен целый ряд неудачных моделей, например модель, приведенная на рисунке 1, а, и одна удачная модель нового совмещенного процесса радиально-сдвиговой прокатки и прессования в винтовой матрице (рис.1, б). Так, например, если анализировать результаты компьютерного моделирования исследования влияния расстояния между винтовой матрицы и образующих валков, то можно сделать вывод, что увеличение расстояния

матрицы от очага деформации в валках отрицательно влияет на процесс получения арматурного профиля. Даже при расположении матрицы на расстояние 5 мм от образующих валков заготовка заполнила практически весь канал матрицы, но все-таки остановилась почти на выходе из винтовой матрицы (рис. 1, а). Это можно объяснить тем, что площадь контакта заготовки с винтовой матрицей в этот момент достигла почти максимального значения и усилия прокатки начинают не хватать для дальнейшего проталкивания заготовки через канал винтовой матрицы.

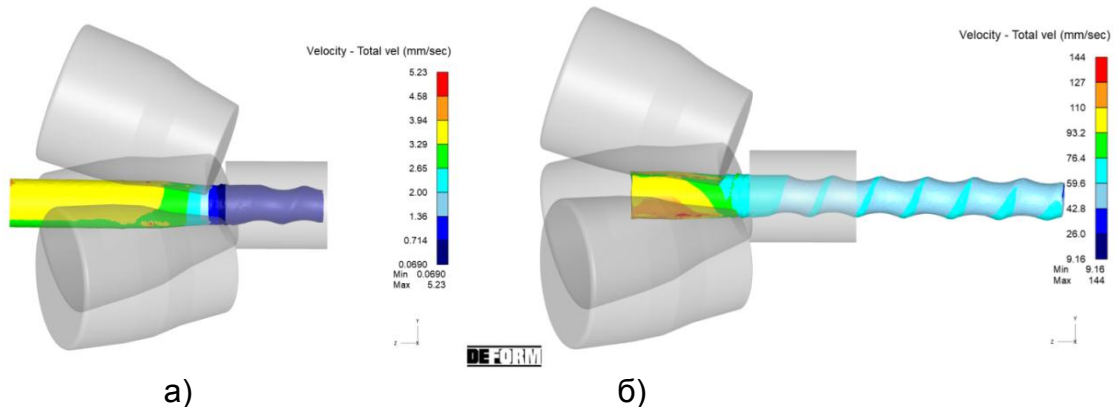


Рисунок 1 – Модель нового совмещенного процесса радиально-сдвиговой прокатки и прессования в винтовой матрице: а - неудачная, б –успешная

Анализ результатов компьютерного моделирования исследования влияния коэффициента трения в валках показал, что при его снижении происходит пробуксовка заготовки в валках, так как заталкивающего усилия не хватает даже чтобы затолкнуть заготовку в винтовую матрицу.

Успешная модель же была получена при следующих геометрических и технологических факторах: коэффициент трение в валках 0,7; расстояние матрицы от образующих валков 1 мм; исходный диаметр заготовки 24 мм. Данную модель, хотя и можно считать успешной, потому что в данном случае произошло формирование арматурного профиля, и заготовка полностью прошла через винтовую матрицу. Но для ее реализации требуется большое обжатие исходной заготовки в валках стана радиально-сдвиговой прокатки. Уменьшить же величину необходимого обжатия исходной заготовки в валках возможно, в том числе двумя следующими способами:

- путем увеличения коэффициента трения в валках, что неразумно из-за использования его максимально возможного реального значения [1]);
- путем снижения коэффициента трения в матрице, но это будет затруднительно осуществить на практике даже при постановке лабораторного эксперимента.

Поэтому с целью уменьшения необходимого обжатия исходной заготовки в валках для успешного ее проталкивания через матрицу и формирования правильного арматурного профиля, основываясь уже на полученных результатах, была осуществлена корректировка конструкции матрицы, путем уменьшения ее длины до 33 мм. Это позволит нам уменьшить силы трения в матрице путем снижения площади контакта заготовки с матрицей. При моделировании процесса реализации нового совмещенного процесса с укороченной матрицей были приняты следующие параметры: расстояние матрицы от образующих валков – 1 мм; коэффициент трения на валках 0,7, в матрице 0,1; диаметр исходной заготовки – 22 мм. Построенная модель также оказалась удачной.



**Вывод:** Проведённое компьютерное моделирование нового процесса получения арматурного профиля методом совмещенного процесса радиально-сдвиговой прокатки и прессования с целью определить возможность осуществления данного процесса в реальности показало, что данный процесс возможно реализовать на практике, но нужно правильно подобрать основные технологические и геометрические параметры реализации данного процесса.

Данное исследование финансировалось Комитетом науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (Грант № AP14869135).

#### **ЛИТУРАТУРА**

1. Найзабеков А.Б., Лежнев С.Н., Арбуз С.А., Панин Е.А. Теоретические и технологические основы получения субультрамелкозернистых конструкционных металлов и сплавов новым совмещенным процессом «винтовая прокатка – РКУ-прессование»: Монография. – Рудный: РИИ, 2017. 185 с

#### **MÖHKƏMLƏŞDİRİLMİŞ VİNTVARI ARMATUR PROFİLİNİN ALINMASI MƏQSƏDİ İLƏ PROSESİN SƏMƏRƏLİ TEXNOLOJİ VƏ HƏNDƏSİPARAMETRLƏRİN TƏYİNİN TEXNOLOGİYASININ MODELƏŞDİRİLMƏSİ**

S.Lejnev<sup>1</sup>

[sergey\\_legnev@mail.ru](mailto:sergey_legnev@mail.ru)

Ə. Nayzabəyov<sup>1</sup>

[naizabekov57@mail.ru](mailto:naizabekov57@mail.ru)

Ү. Панин<sup>2</sup>

[cooper802@mail.ru](mailto:cooper802@mail.ru)

Rudnensk sənaye institutu<sup>1</sup>

Karakanda sənayeuniversiteti<sup>2</sup>

Möhkəmləşdirilmiş vintvari armaturun alınmasında yeni texnologiyanın kompüter modelləşdirilməsinin DEFORM kompleks programının nəticələri təqdim edilmişdir. Yeni prosesin müxtəlif həndəsi və texnoloji parametrlərinin təsirinin istehsalatda tətbiq edilməsinin mümkün olması analiz edilmişdir.

Aparılmış kompüter modelləşdirilməsi sübut etdi ki, yeni prosesin istehsalatda tətbiqi mümkündür, amma bunun üçün yeni prosesin texnoloji və həndəsi parametrlərini düzgün seçmək lazımdır.

#### **MODELING OF TECHNOLOGY FOR OBTAINING A HARDENED SCREW REINFORCEMENT PROFILE IN ORDER TO DETERMINE RATIONAL TECHNOLOGICAL AND GEOMETRIC PARAMETERS OF THE PROCESS**

S.Lezhnev<sup>1</sup>

[sergey\\_legnev@mail.ru](mailto:sergey_legnev@mail.ru)

A.Naizabekov<sup>1</sup>

[naizabekov57@mail.ru](mailto:naizabekov57@mail.ru)

E.Panin<sup>2</sup>

[cooper802@mail.ru](mailto:cooper802@mail.ru)

Rudny Industrial Institute<sup>1</sup>

Karaganda Industrial University<sup>2</sup>

The paper presents the results of computer modeling in the DEFORM software package of a new technology for obtaining hardened screw fittings. The influence of various geometric and technological parameters of the new process on the possibility of its implementation in practice was analyzed. The conducted computer modeling has shown that this process is implemented in practice, but only it is necessary to correctly select the main technological and geometric parameters of the implementation of this process.



## ПРИМЕНЕНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЛИТЬЯ В ДИЗАЙНЕ ДЕКОРАТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ

Е.А.Кантарюк

[K66Enot@mail.ru](mailto:K66Enot@mail.ru)

Е.Л.Ларских

[e.abaeva@mail.ru](mailto:e.abaeva@mail.ru)

### Липецкий государственный технический университет

Цель исследования заключается в поиске оптимальных методов изготовления дизайнерского объекта с применением художественного литья, что включает в себя полное рассмотрение всех нюансов проектирования и изготовления изделия. Перед нами, в процессе изготовления художественного изделия, были поставлены следующие задачи: проведение анализа технологических факторов, влияющих на процесс художественной отливки изделий; изготовление художественного изделия, отвечающего всем технологическим требованиям, применяемым к отливкам, изготовленным методом художественного литья; поиск оптимального метода изготовления изделия с применением художественного литья. Актуальность данной темы заключается в применении новых технологий проектирования и моделирования, а также изготовления уникальных объектов дизайна методом художественного литья.

В процессе исследования за основу взят метод производства – художественное литье. Данный метод литья представляет собой изготовление художественных произведений из различных материалов, в число которых входят: драгоценные металлы, металлы, полимеры [1].

Актуальность выбранной темы исследования заключается в использовании новых технологий проектирования (автоматизированное проектирование САПР), а также роботизированных систем (ФГС с ЧПУ, многофункциональные центры с ЧПУ).

Применение художественного литья позволяет создавать целостную структуру изделия, что в свою очередь обеспечивает надежность и эстетичность изделия. При изготовлении изделий с применением художественного литья возможно придавать уникальную форму, дополняя ее орнаментами и узорами [2].

С развитием литейного производства художественное литье постепенно выделилось в отдельную отрасль, где художественными задачами диктуются специфические приёмы формовки модели и методы литья (нередко в расчёте на получение одной отливки), выбор металла или сплава для определённого вида изделия. Этим же задачам служит доработка (часто авторская) поверхности отливок (чеканка, гравировка, патинирование, золочение и т. п.), благодаря которой даже тиражируемые изделия приобретают свойства уникального произведения.

В качестве примера применения художественного литья был спроектирован и изготовлен дизайнерский объект – ограда.

Для реализации проекта по созданию дизайнерского объекта подготавливается эскиз. В процессе проектирования применялась программа 3D моделирования SolidWorks. После создания простейшего эскиза с указанием габаритов желаемого объекта поэтапно создаются 3D модели изделия, на основе которых разрабатывается технология литейного производства.

После создания всех 3D моделей пишутся программы для ЧПУ станка, на котором в последствие изготавливаются модели из влагостойкой фанеры, предназначенные для формовки внешнего контура изделия, а также стержневые ящики, необходимые при наличии полостей внутри объекта.

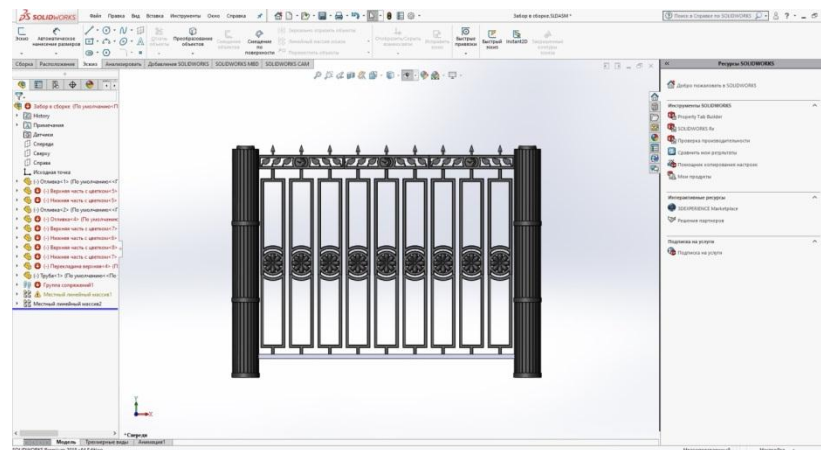
С учетом предполагаемого размещения объекта (размещение на улице), материалом для изготовления был выбран высокопрочный чугун с шаровидным графитом (ВЧШГ).

Процесс изготовления литых деталей включает в себя несколько этапов производства. Первый этап, как уже было сказано ранее, – создание всей необходимой технической документации (3D модели, программы ЧПУ станка, чертежи).

Далее подмодельные плиты устанавливаются и закрепляются модели, изготовленные из влагостойкой фанеры на ЧПУ станке. После создания монтажей производится установка опок на подмодельные плиты, производится формовка песчаных форм «верха» и «низа», которые в последствие состыковываются друг с другом, образуя единую форму для заливки металла.

Следующим шагом является заливка металла. Температура металла при заливке составляет 1147°С – 1200°С. После полного остывания металла изделие подвергается выбивке и обрубке. На участке обрубки удаляется литниково-питающая система, которую можно использовать для переплавки.

Конечным этапом является зачистка шлака и механическая обработка возможных дефектов (залиты). Готовую отливку (рис.1) отправляют на проверку соответствия техническим требованиям, а также для выявления различных дефектов (газовые раковины, трещины, усадки металла) [3].



**Рисунок.1.** Итоговый вид ограды в сборке

Учитывая вышесказанное, можно подвести следующие итоги:

1. В ходе исследования выбранной тематики успешно спроектировано изделие (ограда), а также реализовано с применением художественного литья;
2. Применение современного оборудования и новых технологий позволило сократить срок производства во множество раз, что благоприятно влияет на процесс массового изготовления;
3. Проведен анализ технологических требований, применяемых к отливкам, выполненных методом художественного литья;
4. Программное обеспечение позволяет увидеть результат еще до запуска в производство. Применение ЧПУ станков значительно уменьшает долю погрешности, что позволяет производить продукцию в точности до десятых долей миллиметра.

С применением современного оборудования изготавливаются высококачественные изделия с наименьшими затратами на сырье, ускоряются сроки производства и минимизируется брак. Метод художественного литья

позволяет производить уникальные объекты, дополняя их различными узорами и орнаментами.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Васин, С.А. Проектирование промышленных изделий [Текст]: учеб. для вузов / С.А.Васин [и др.]; под ред. С.А.Васина, А.Ю.Талашука. – М.: Машиностроение-1, 2004 – 692 с
2. ГОСТ 2.109-73. Межгосударственный стандарт. – Введ. с 27.07.73 впервые. - Государственный комитет стандартов Совета Министров СССР : (Единая система конструкторской документации).
3. ГОСТ 17819-84. Оснастка технологическая литейного производства. Термины и определения (с Изменением N 1) от 20 декабря 1984. - Государственный комитет стандартов Совета Министров СССР : (Единая система конструкторской документации)

#### **DEKORATİV OBYEKTŁƏRİN DİZAYNINDA ART KASTİNGİNİN TƏTBİQİ**

**E.A.Kantaryuk**

[K66Enot@mail.ru](mailto:K66Enot@mail.ru)

**E.L.Larskix**

[e.abaeva@mail.ru](mailto:e.abaeva@mail.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

Müəlliflər işdə bədii tökmə üsulu ilə məmulatların hazırlanmasının optimal üsullarını müəyyən etmişlər. Məmulatların bədii tökmə prosesinə təsir edən texnoloji amillərin təhlili aparılır. Tədqiqatın müəllifləri bədii tökmədə istifadə olunan texnoloji prosesləri yaxşı başa düşürlər və məhsulun dizaynı və istehsalının bütün nüanslarını dərinlən başa düşürlər. Müəlliflər bədii tökmə üsulundan istifadə etməklə unikal dizayn obyektlərinin hazırlanmasında yeni dizayn və modelləşdirmə texnologiyalarından istifadənin vacibliyinə diqqət çəkirlər.

Mətn tədqiqatın və onun məqsədlərinin aydın və informativ təsviridir və bədii tökmə texnologiyası və dizaynı ilə maraqlananlar üçün faydalı ola bilər.

#### **APPLICATION OF ART CASTING IN THE DESIGN OF DECORATIVE OBJECTS**

**E.A.Kantaryuk**

[K66Enot@mail.ru](mailto:K66Enot@mail.ru)

**E.L.Larsky**

[e.abaeva@mail.ru](mailto:e.abaeva@mail.ru)

**Lipetsk State Technical University**

The authors of the work determined the optimal methods for manufacturing products by the method of artistic casting. The analysis of technological factors influencing the process of artistic casting of products is carried out. The authors of the study have a good understanding of the technological processes used in art casting, and show a deep understanding of all the nuances of designing and manufacturing a product. The authors draw attention to the importance of using new design and modeling technologies in the manufacture of unique design objects using the art casting method.

The text is a clear and informative description of the study and its objectives, and may be useful to those interested in art casting technology and design.



## LEGİRLƏYİCİ ELEMENTLƏRİN POLADLARIN İSTİSMAR XASSƏLƏRİNƏ TƏSİRİNİN ARAŞDIRILMASI

V.F.Qəhrəmanov

Bakı Mühəndislik Universiteti

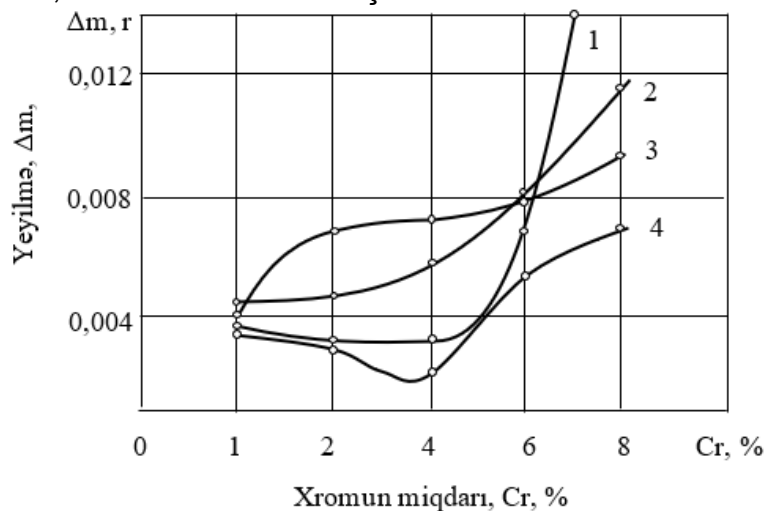
[vqahremanov@beu.edu.az](mailto:vqahremanov@beu.edu.az)

**Məsələnin qoyuluşu.** Kəsici alet poladlarının hazırlanan hissələrin sıradan çıxma səbəblərini araşdırarkən müəyyən olunmuşdur ki, maşın detallarının intensiv yeyilməsinə səbəb olan amillərdən biri də legirləmə prosesidir. Yeni detalların hazırlandığı hissələrin lazımlı elementlərlə legirlənməməsi, onların istismar xassələrini azaldır. Ona görə də ovuntudan hazırlanan hissələrin yeyilməyə dözümlülüyünə kimyəvi tərkibin təsirinin araşdırılması (yəni onun legirləyici elementlərlə, xüsusilə də karbidəmələgətirən elementlərlə legirlənməsi) aktual məsələ kimi gündəmədədir və araşdırılması vacib hesab edilir.

**Məsələnin həlli:** Müxtəlif təcrübələr göstərir ki, ovuntu poladlarının strukturunda olan ferro-ərinti hissəcikləri poladların zərblə-abraziv yeyilməyə dözümlülüyünü aşağı salır [1]. Görünür bu çatışmazlıq nümunələrin alınma texnologiyası zamanı, diffuziya prosesində hissəciklərarası əlaqənin yaxşı baş verməməsi və möhkəmlənmənin düzgün getməməsindəndir. Çünki texnoloji əməliyyatlara (şixtənin hazırlanması, preslənməsi, bişirilməsi, termiki emalı və s.) düzgün əməl olunmadıqda tərkibdə olan liqatur hissəcikləri ilə matris hissəcikləri arasında diffuziya əlaqəsi lazımi səviyyədə getmədiyindən əldə olunan nümunələrin xassələri kəskin aşağı düşür [2].

Tərkibə verilən 4% xrom ( $\Phi X800A$ ), bərkliyin artmasına səbəb olsa da, demək olar ki, nümunələrin yeyilməsini azaltmamışdır (şəkil 1, a, 1 əyrisi). Lakin ikinci halda ferroxrom hissəcikləri tərkibdə həll ola bilmədiyindən, zərblələr nəticəsində kövrək dağılmaya meyillilik yaradır [3]. Xromun miqdarının növbəti artımı zamanı yeyilmə prosesində ilk öncə nümunənin kənarları dağılmağa və qopmağa başlayır. Diffuziya prosesinin baş verməsi zamanı strukturda dəmir və xromdan ibarət olan bərk məhlul əmələ gəlir.

Qrafiklərdən (şəkil 1, a, 4 əyrisi) görüldüyü kimi ən aşağı yeyilməyə malik olan polad ПВ-X18H15-56 markalı ovuntu poladıdır. Bu poladları nikel və xromla (4%) legirlədikdə, bərkliyin artması hesabına yeyilmə 0,002 qrama qədər azalmış və martensitli xrom əsaslı matrisanın möhkəmlənməsi baş vermişdir. ПВ-X18H15-56 markalı ovuntu poladlarının yeyilməyə dözümlülüyünün artırılması üçün ovuntu şixtəsinin tərkibinə 3,8% xrom əlavə edilmişdir.



**Şəkil 1. Yeyilmənin xromun miqdarından asılılığı**

1-  $\Phi X800A$ , 2- ПР-65X25Г13H3, 3- FeCr<sub>70</sub>C<sub>30</sub>, 4- ПВ-X18H15-56



### **NƏTİCƏLƏR:**

1. Yeyilmə şəraitində işləyən legirli ovuntu poladlarının bişirilmə rejimi, hissəciklərarası möhkəm əlaqəni və legirləyici elementlərin həcm boyu bərabər paylanmasını təmin etməlidir.
2. Göstərilmişdir ki, ovuntu poladlarının tərkibində olan xrom karbidi bərk struktur təşkiledicisi olsa da, zərblə-abraziv yeyilməyə dözümlülüyü aşağı salır.
3. Ovuntu poladlarının məsaməliliyi zərblə-abraziv yeyilməsi zamanı gərginliklər konsentrasiyasının yaranmasına səbəb olur və çatların yayılması sahəsini genişləndirir. Təcrübələr göstərir ki, nümunələrin qalıq məsaməliliyinin azalması ilə yeyilmə də azalır.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Effect of surface oxide properties on corrosion resistance of 316L stainless steel for biomedical applications / C.C. Shih [et al.] // Corrosion Science. 2004. - T. 46, № 2. С .427-441
2. Определение источника и механизма образования коррозии емкостного оборудования для перевозки жидких сред. В.С. Францкевич [и др.] // Труды БГТУ. Химические технологии, биотехнология, геоэкология. Сер. 2. - 2020. - № 1 (229). - С. 27-33
3. Провести исследования и выполнить подбор новых коррозионностойких (высоко-легированных) сталей и неметаллических материалов для работы в различных агрессивных средах СОФ 4 РУ ОАО «Беларуськалий»: отчет о НИР (заключ.) / Полоцкий государственный университет; рук. А.В. Митинов. - Новополоцк, 2014. - 79 с. - № ГР 20131894

### **ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЛЕГИРОВАННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ НА ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЕ СВОЙСТВА СТАЛИ**

**В.Ф.Гахраманов**

**Бакинский Инженерный Университет**

[vgahremanov@beu.edu.az](mailto:vgahremanov@beu.edu.az)

В связи с бурным развитием науки и техники к прочностным свойствам, стойкости к хрупкому распаду, коррозионной стойкости и коррозионностойким свойствам оборудования, применяемого в самых различных областях промышленности, предъявляются очень жесткие требования.

### **INVESTIGATION OF THE INFLUENCE OF ALLOYING ELEMENTS ON THE OPERATIONAL PROPERTIES OF STEEL**

**V.F.Gakhramanov**

**Baku Engineering University**

[vgahremanov@beu.edu.az](mailto:vgahremanov@beu.edu.az)

In connection with the rapid development of science and technology, very strict requirements are placed on the strength properties, resistance to brittle disintegration, corrosion resistance and corrosion resistance properties of the equipment used in the most diverse fields of the industry.





## WELDING METHODS IN THE PROCESS OF SUPPLYING METAL FOR PROCESSING

I.Sh.Xakimjonov

Namangan Institute of Engineering and Technology

[islamsu25@gmail.com](mailto:islamsu25@gmail.com)

Metalworking - types of technological processes used in the production of products from metals and their alloys. A set of technological processes that change the size, shape and physical-mechanical properties of metal pieces is understood in the process of metal processing. Conventional classification of metal processing technologies: there are types of casting, processing (by cutting and pressure), thermal, welding, electric sawing.

Welding of metal elements is a technology of their strong connection into a single structure. All welding methods are divided into 2 groups:

1. Fusion welding - electric (arc or contact) using electrode electric arc machines or filler wire semi-automatic machines. In joining, the parts are heated to the melting point of the materials, their liquid phases are mixed, and after cooling, they form a strong weld. Special coated electrodes, inert gas welding and underwater welding are used to protect the welding site from oxidation. This granular powder melts when heated and forms a film that protects the weld. After **metal processing**, the remaining slag is easily removed by grinding.

2. Plastic deformation welding, including cold welding - parts are compressed (with or without local preheating) and a weld is formed. Heating is done by gas, electricity or other means.

### TYPES OF HEAT TREATMENT

N	Technology	Process	Result
1	Annealing	Heating to the limit of plasticity, exposure and gradual cooling together with the furnace.	Improved malleability, toughness and plasticity, reduced strength and hardness, elimination of internal stresses, obtaining an equilibrium structure.
2	harden	Heating and exposure at high temperature, then rapid cooling in water or oil.	Increased strength, hardness due to non-equilibrium structure, resistance to compression and stretching.
3	Vacation	Secondary heating, holding and cooling after hardening. It is used for strong steels and hardened alloys.	Compensation for unwanted effects.
4	Aging	Slow and long temperature change. It is used for alloys hardened without polymorphic transformation.	Strengthening the strength and hardness of steels containing Mg, Al, Ni, Cu.
5	Normalization	An analogue of annealing with cooling in the open air.	Grain change, malleability improvement.
6	Chemical-thermal treatment	Changes in the chemical composition, structure of parts and their surface properties. Saturation with other elements. Strong heat and long exposure.	Giving the alloy a homogeneous structure. Improve wear resistance, hardness, corrosion resistance, contact endurance and fatigue resistance.
7	Thermomechanical processing	Plastic deformation applied to magnesium and aluminum alloys.	Increasing the dislocation density of the crystalline structure, improving mechanical characteristics.

**METAL CUTTING TYPES**

N	Technology	Process	Result
1	laser cutting	The focused laser beam melts the sheet precisely along the cut line.	Profitability, versatility, high quality edges, precise and thin cut line, material savings, automatic cutting of any complexity.
2	Plasma cutting	A compressed cutting arc effectively cuts conductive materials: high and low carbon, high alloy and structural steels, stainless steel, cast iron, titanium, bimetals, non-ferrous metals.	Cutting speed and quality, wide range of applications, cost-effectiveness.
3	oxy-fuel cutting	A directed jet of commercially pure oxygen with a temperature above 1000 °C burns through the material along the cut line and blows out the products of combustion.	Efficient cutting of metal from 5 to 200 cm thick, including medium and low alloy carbon steels from 1 to 200 mm thick.
4	Waterjetcutting	A water jet with an admixture of abrasive particles is applied to the material under pressure up to 5000 atm. and cuts it at the molecular level.	Creation of parts of complex shape with precise dimensions. Preservation of the physical and mechanical characteristics of the material. Elimination of the risk of deformation. Ability to cut all kinds of metals and alloys within a thickness of 300 mm.

The methods of processing parts are selected depending on the assigned tasks, the necessary changes in the structure or properties of the metal, the dimensions of the processed parts and final products, the specified accuracy class and other factors. Metal casting and processing enterprises located in Namangan region have high-tech equipment for processing various metals.

**REFERENCES**

- <https://www.indianjournals.com/ijor.aspx?target=ijor:aca&volume=11&issue=6&article=019>
- <http://wsrjournal.com/index.php/new/article/download/392/276>
- [https://scholar.google.ru/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation\\_for\\_view=kxiw77sAAAAJ:YsMSGLbcyi4C](https://scholar.google.ru/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation_for_view=kxiw77sAAAAJ:YsMSGLbcyi4C)
- [https://scholar.google.ru/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation\\_for\\_view=kxiw77sAAAAJ:qjMakFHDy7sC](https://scholar.google.ru/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation_for_view=kxiw77sAAAAJ:qjMakFHDy7sC)
- [https://scholar.google.ru/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation\\_for\\_view=kxiw77sAAAAJ:UeHWp8X0CEIC](https://scholar.google.ru/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation_for_view=kxiw77sAAAAJ:UeHWp8X0CEIC)
- [https://scholar.google.ru/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation\\_for\\_view=kxiw77sAAAAJ:W7OEmFMyl1HYC](https://scholar.google.ru/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation_for_view=kxiw77sAAAAJ:W7OEmFMyl1HYC)
- [https://scholar.google.ru/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation\\_for\\_view=kxiw77sAAAAJ:W7OEmFMyl1HYC](https://scholar.google.ru/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation_for_view=kxiw77sAAAAJ:W7OEmFMyl1HYC)
- [https://scholar.google.ru/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation\\_for\\_view=kxiw77sAAAAJ:Y0pCki6q\\_DkC](https://scholar.google.ru/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=kxiw77sAAAAJ&citation_for_view=kxiw77sAAAAJ:Y0pCki6q_DkC)

**METALIN EMAL ÜÇÜN VERİLMƏSİ PROSESİNDƏ QAYNAQ ÜSULLARI**

**İ.Ş.Xakimjonov**

**Namanqan Mühəndislik və Texnologiya İnstitutu**

**[islamsu25@gmail.com](mailto:islamsu25@gmail.com)**

Bu məqalədə metal emalı metal əşyaların ölçülərini, formasını və digər xüsusiyyətlərini dəyişdirən texnoloji prosesdir. Müxtəlif emal növlərinin - tökmə, mexaniki, elektrik və istilik emalının, qaynağın öyrənilməsinə diqqət yetirilir.

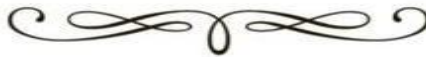
**СПОСОБЫ СВАРКИ В ПРОЦЕССЕ ПОДАЧИ МЕТАЛЛА НА ОБРАБОТКУ**

**И.Ш.Хакимжонов**

**Наманганский инженерно-технологический институт(Узбекистан)**

**[islamsu25@gmail.com](mailto:islamsu25@gmail.com)**

В данной статье под металлообработкой понимается технологический процесс, при котором изменяются размеры, форма и другие свойства металлических предметов. Основное внимание уделяется изучению различных видов обработки - литья, механической, электротермической обработки, сварки.



## MODERN TECHNOLOGİES FOR PROMOTİNG TECHNOLOGİCAL ROUTES

Oleksandr Zaruba

[zarukr@ukr.net](mailto:zarukr@ukr.net)

Andrii Okorokov

[andrew.okorokoff@gmail.com](mailto:andrew.okorokoff@gmail.com)

Roman Vernyhora

[rv.vernigora@gmail.com](mailto:rv.vernigora@gmail.com)

### Ukrainian State University of Science and Technologies

In the conditions of military aggression of the Russian Federation against our state, ensuring the reliable and rhythmic operation of industrial enterprises is the basis for the stability of the state economy and defense capability.

The basis of the industrial complex of Ukraine is the metallurgical industry, which before the start of the war provided more than 40% of foreign exchange earnings to the state budget, yielding in this indicator in some years only to the agricultural sector. In turn, to ensure the functioning of such a complex continuous production, stable supplies of raw materials are required, which are provided by railway technological routes.

Prior to the outbreak of hostilities, the system for the formation and transportation of technological routes was stable and well-established, functioning under relatively predictable and studied conditions. In the conditions of war, damage to the railway infrastructure and regular enemy attacks on energy facilities, there is a need to revise the existing models for organizing supplies, which, among other things, include the procedure for organizing and promoting technological railway routes along the Ukrainian railway network.

The study showed that the main routes for the supply of raw materials for metallurgical production are the direction from the KrivoyRog iron ore basin (Ryadovaya, Terny, Grekovataya, etc.) for the supply of ore and the direction from the Donetsk region (Avdeevka) for the supply of coking coal. An analysis of the timing of the delivery of these materials shows that since the outbreak of hostilities, they have more than doubled, and the standard deviation of this indicator is very high. In addition to the above factors, transportation along the Avdeevka direction is additionally affected by the need to transfer military cargo to ensure the conduct of military operations.

All of these factors led to a sharp increase in stocks in the final production. As of December 2022, compared to the same period in 2021, the level of coking coal reserves increased by 76%, enriched iron ore reserves - by 63.5%. This, in turn, caused an increase in the company's inventory costs by 44%.

To simulate the process of accumulation of a consignment at the station of departure, loading, transportation and unloading at the station of destination, it was decided to use the AnyLogic software package. The use of this software package allows you to comprehensively take into account all random factors that affect the process of moving the technological route, including subjective ones, such as linking potential missile attacks to certain dates during the calendar year.

The use of the developed model makes it possible to develop an optimal policy for managing the process of formation and promotion of technological routes with the main types of raw materials, which in turn makes it possible to reduce the level of coal and

ore reserves by 23 and 18%, respectively. This will reduce the company's current inventory costs by 17.4%.

### **TEKNOLOJI MARŞRUTLARI TƏŞVIQ ETMƏK ÜÇÜN MÜASIR TEKNOLOGİYALAR**

**Aleksandr Zaruba**

[zarukr@ukr.net](mailto:zarukr@ukr.net)

**Andrey Okorokov**

[andrew.okorokoff@gmail.com](mailto:andrew.okorokoff@gmail.com)

**Roman Verniqora**

[rv.vernigora@gmail.com](mailto:rv.vernigora@gmail.com)

**Ukrayna Dövlət Elm və Texnologiya Universiteti**

Metallurgiya sənayesinin stabil fəaliyyətini təmin etmək üçün xammal tədarükünü təmin edən texnoloji marşrutların düzgün təşkili mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu məqsədlə AnyLogic proqramının istifadəsinə əsaslanan və daşınma prosesinə təsir edən təsadüfi amilləri nəzərə ala bilən blokları daxil edən simulyasiya modelindən istifadə etmək təklif olunur. Nəticədə istehsalatda ehtiyatların ümumi səviyyəsinin və buna uyğun olaraq ehtiyatların maya dəyərinin azalması gözlənilir.

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ**

**Александр Заруба**

[zarukr@ukr.net](mailto:zarukr@ukr.net)

**Андрей Огороков**

[andrew.okorokoff@gmail.com](mailto:andrew.okorokoff@gmail.com)

**Роман Вернигора**

[rv.vernigora@gmail.com](mailto:rv.vernigora@gmail.com)

**Украинский государственный университет науки и технологий**

Для обеспечения стабильного функционирования металлургической промышленности критически необходимым является правильная организация технологических маршрутов, обеспечивающих подвоз сырья. С этой целью предлагается использовать имитационную модель, основанную на использовании программы AnyLogic и включающую в себя блоки, способные учитывать случайные факторы, влияющие на перевозочный процесс. В результате ожидается снижение общего уровня запасов на производстве и, соответственно, затрат на запасы.



## ПРИМЕНЕНИЕ СТАНКОВ С ЧИСЛОВЫМ ПРОГРАММНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ В МЕТАЛЛУРГИИ

Е.А.Кантарюк

[e.abaeva@mail.ru](mailto:e.abaeva@mail.ru)

Ю.А.Бордюгова

[yulya.alabusheva00@mail.ru](mailto:yulya.alabusheva00@mail.ru)

Липецкий Государственный Технический Университет

В данной статье рассматривается производственный процесс на промышленном предприятии с применением станков с числовым программным обеспечением, в ходе создания изделия, выявлены преимущества данного оборудования и факторы, влияющие на погрешности в процессе работы.

Тесное взаимодействие современных аддитивных технологий и металлургии ускоряет и упрощает процесс работы. Станки с числовым программным обеспечением являются одной из популярных направлений обработки материалов в настоящее время. Их роль в создании как единичных, так и массовых изделий велика, ведь это увеличивает точность производимой продукции, посредством уменьшения воздействия человека, то есть автоматизировать процесс. Разумеется, даже у станков с числовым программным обеспечением могут быть погрешности. Одними из основных источников погрешностей являются износ оборудования и объемная погрешность. Износ оборудования обусловлен чаще всего нерегулярным обслуживанием. Обычно в прямоугольной системе координат можно выявить погрешности по 21 параметру: по шесть погрешностей каждой линейной оси и три погрешности прямоугольности. Для объемной компенсации станка нужно измерить все погрешности линейных и поворотных осей, включая тангаж, крен и рыскание (рисунок.1) [1].

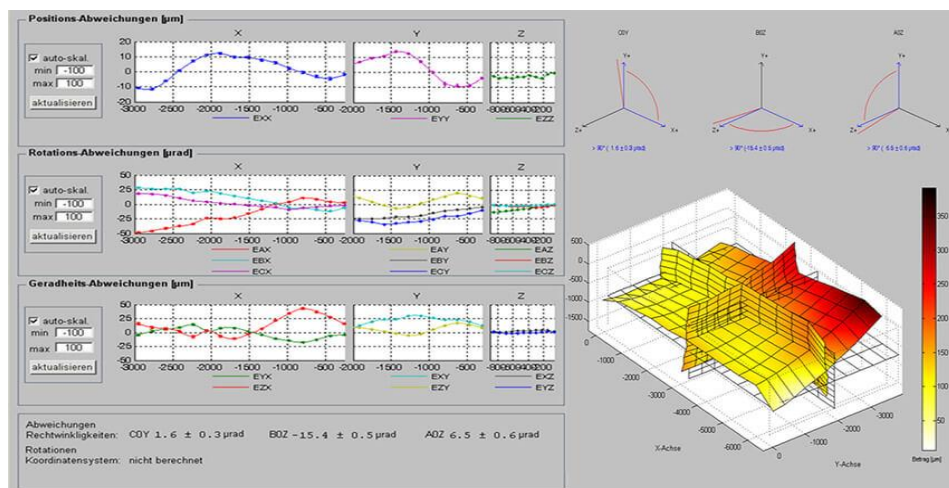
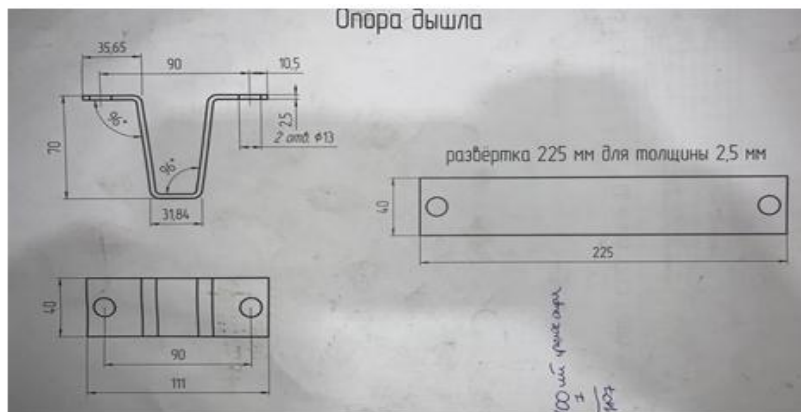


Рисунок 1 - Проверка точности станка

Ярким примером является компания Prima Power, которая занимается разработкой автоматизированных станков, с упрощенным пакетом опций для работы. Разумеется, применение одного станка невозможно при создании изделий, к примеру, для простых моделей требуется как минимум два станка с ЧПУ, гибочный и лазерный. Рассмотрим ход создания контрено заданного изделия. На начальном этапе инженерами прорабатывается чертеж, необходимо учитывать толщину металла, градусы углов, размер изделия и т.д. (рис.2).





**Рисунок 2** - Предварительный чертеж изделия

Резка при помощи лазерного станка является оптимальной технологией для изделий различных размеров. Основное достоинство программного обеспечения станков – это быстрая корректировка размеров и формы. Программирование выполняется настолько быстро, что корректировки внести можно даже в ходе производственного процесса, причем никаких материальных и временных затрат не требуется. Еще одной отличительной чертой лазерной резки является высокая точность получаемой заготовки. В ходе резки качество кромки металла не ухудшается, тем самым изделие не подвергается деформации. Самой распространенной отраслью применения является обработка металлов, толщина которых находится в диапазоне от 0,8 до 30 мм [1]. Гибкость и продуктивность данной технологии можно еще больше повысить с помощью широкого спектра модульных решений для автоматизации, которые помогут управлять всем производственным циклом и технологическими пакетами опций для адаптации лазерной резки. Следующим автоматизированным процессом, в создании конечного изделия, служит панелегибочный станок с ЧПУ. В панелегибах обрабатываемая листовая заготовка неподвижно закреплена, а гибка выполняется гибочными траверсами. Благодаря этому они способны создавать различные изгибы, осуществляя гибки вверх и вниз. Обработка листа начинается от края одной стороны, а затем автоматически выполняется последовательность операций в направлении середины листа [2]. Всеми этими перемещениями управляют электрические сервоприводы, которые гарантируют максимальную точность позиционирования на траектории изгиба, тем самым обеспечивая оптимальный результат. Пример предварительной заготовки и конечного изделия показан на рисунке 3.



**Рисунок 3** – Заготовка и конечное изделие

Опираясь на вышесказанное, можно сделать вывод о том, что создание изделий, необходимых для конструкторско-технологического процесса относительно отраслей металлургии и машиностроения значительно упрощается благодаря использованию данного оборудования. Точность создания заготовок, позволяет минимизировать расходы на материал, тем самым повышая рентабельность производственного процесса. Основным преимуществом станков с числовым программным обеспечением и многокоординатных станков по отношению к другим является то, что они позволяют в ходе технологического процесса вносить некоторые правки, для снижения объемной погрешности. Таким образом, задача повышения точности станков с ЧПУ сводится к определению значений параметрических погрешностей станка в рабочем объеме и внесению коррекции на эту погрешность в систему ЧПУ.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Мартынова, А. В. Автоматизации производственного процесса с применением оборудования «Prima Power» / А. В. Мартынова, В. А. Кукушкина, Ю. А. Бордюгова // Современные материалы, техника и технология : сборник научных статей 12-й Международной научно-практической конференции, Курск, 30 декабря 2022 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 250-252.
2. Телешевский В.И., Соколов В.А. Лазерный метод измерения положения и геометрических параметров объектов // Наукоемкие технологии. 2009. Т. 10. № 6. С. 28-31.
3. Robert J. Hocken. Software correction of a vertical spindle machining center with stacked horizontal slides.

### **METALLURGIYADA ƏDƏDİ PROQRAM MAŞINLARININ TƏTBİQİ**

**E.A.Kantaryuk**

[e.abaeva@mail.ru](mailto:e.abaeva@mail.ru)

**Y.A.Bordyuqova**

[yulya.alabusheva00@mail.ru](mailto:yulya.alabusheva00@mail.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

Bu məqalədə məhsulun yaradılması zamanı ədədi proqram təminatı olan maşinlardan istifadə etməklə sənaye müəssisəsində istehsal prosesi nəzərdən keçirilir, bu avadanlığın üstünlükləri və iş prosesində səhvlərə təsir edən amillər müəyyən edilir.

### **APPLICATION OF NUMERICAL CONTROL MACHINES IN METALLURGY**

**E.A.Kantaryuk**

[e.abaeva@mail.ru](mailto:e.abaeva@mail.ru)

**Y.A.Bordyugova**

[yulya.alabusheva00@mail.ru](mailto:yulya.alabusheva00@mail.ru)

**Lipetsk State Technical University**

This article discusses the production process at an industrial enterprise with the use of numerical software machines during the creation of the product, the advantages of this equipment and factors affecting errors in the process of work are revealed.



**ПРИНЦИПЫ НАНЕСЕНИЯ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ПОКРЫТИЙ НА ТЕКСТИЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ХИМИЧЕСКИМ СПОСОБОМ**

**А.Б.Дошибекова<sup>1</sup>**

[aizhan.aisha111@mail.ru](mailto:aizhan.aisha111@mail.ru)

**И.М.Джуринская<sup>1</sup>**

[indi\\_06.79@mail.ru](mailto:indi_06.79@mail.ru)

**С.Ш.Ташпулатов<sup>2</sup>**

[ssht61@mail.ru](mailto:ssht61@mail.ru)

**Алматинский технологический университет<sup>1</sup>**

**Ташкентский Институт Текстильной и Легкой Промышленности<sup>2</sup>**

Повышенный интерес, который сегодня проявляется в отношении металлизированных текстильных изделий, в первую очередь обусловлен сугубо экологическими проблемами - защитой человека от электромагнитного излучения, загрязненности окружающей среды. Как правило, для защиты человека от воздействия электромагнитных излучений применяют экраны из металлических листов, сетки, фольги. Однако их высокая металлоемкость, низкая технологичность и конструктивность не позволяют широко использовать эти средства защиты, особенно в индивидуальных целях, а также для снятия статического электричества в жилых и бытовых помещениях. Наиболее приемлемыми для этих целей являются металлизированные текстильные материалы. Текстильные изделия с элементами из металлизированных тканей все чаще появляются в коллекциях стильной (особенно джинсовой) одежды: изделия из джинсовой ткани с «золотым» напылением, модели из двухсторонней ткани (с одной стороны - джинса, а с другой - металлизированное покрытие). Металлическое покрытие, нанесенное на поверхность волокнистого материала, повышает его атмосферную стойкость и стойкость к воздействию излучений волн различной длины, снижает проницаемость по отношению к жидким и газообразным средам. Интерес представляет создание слоистых волокнистых композиционных материалов, обладающих электропроводностью и отражательной способностью по отношению к излучениям волн различной длины. Существуют различные методы металлизации материалов:

-Метод термического испарения в вакууме.

-Катодное распыление.

-Химическая металлизация за счет образования слоя металла в результате химической реакции, протекающей на металлируемой поверхности волокон:

а) в газовой среде; б) в растворах.

Химическая металлизация в растворах является наиболее доступным и удобным способом металлизации волокнистых материалов. Этим способом металлические покрытия получают путем восстановления ионов металлов (меди, никеля, кобальта, серебра и др.) в водных растворах с помощью растворенного восстановителя. Для краткости этот способ называют просто химической металлизацией, а его частные случаи соответственно химическим меднением, химическим никелированием и т. д. Методика получения металлизированных волокнистых материалов предусматривает проведение многостадийной химической обработки свежеприготовленными составами, содержащими бихромат калия, хлориды олова и палладия, составы для никелирования (или меднения). Данная методика нанесения меди и никеля позволяет получать текстильные материалы с улучшенными тепло радиационными характеристиками и низкой свето пропускаемостью и позволяет увеличить срок службы текстильного материала при сохранении механической прочности ~ в 2 раза. Обработка проводится в мягких, близких к комнатным, условиям, без применения высоких температур и давлений. Используются специальные органические добавки, которые позволяют получить требуемые эксплуатационные характеристики. К числу таких органических добавок относятся: производные формальдегида, поли этиленгликоля различной молекулярной массы, бензола, нафтола, антрахинона, их смеси [1]. Для металлизации в водных растворах, как правило, применяют реакции восстановления, используя такие восстановители, как гипофосфит натрия, формальдегид, борогидриды и их производные, а в некоторых случаях и саму металлируемую поверхность, по аналогии с давно известным способом осаждения более благородных металлов на менее благородные так называемыми иммерсионными способами. Оказывается, что такими способами можно осадить серебро, платину, палладий и некоторые другие благородные металлы и на пластмассы

(фенолформальдегидные смолы, сополимеры стирола типа АБС). Наиболее широкое применение имеют электрохимические, или гальванотехнические, способы осаждения металлов из расплавов или водных растворов электролитов путем электролиза. Но при металлизации диэлектриков приходится предварительно специально подготавливать их поверхность. Отметим лишь, что гальванический способ металлизации наиболее развит и технически обеспечен. Среди других способов он выделяется как гигант своей технической мощью. Гальванотехнику обслуживают мощные химические и механические предприятия, производящие как химические реактивы и композиции для составления и корректирования электролитов, так и оборудование, и вспомогательные устройства [2]. Для получения металлических покрытий можно использовать и другие виды излучения, разложение которыми называют радиолизом. Применение радиационных способов получения металлических пленок особенно удобно тем, что позволяет селективно с высокой разрешающей способностью осаждать металл на избранных участках. Кроме того, с их помощью легко получить и легированные пленки. Методы фотолиза и радиолиза применяются еще относительно мало и в основном для специальных целей, достижение которых другими способами невозможно. Это объясняется малой производительностью и большими энергетическими затратами на получение металла, а также необходимостью использовать дорогостоящую и довольно сложную аппаратуру. Кроме того, эти процессы еще слишком мало исследованы, чтобы ими можно было свободно пользоваться и легко управлять [3].

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Сильченко Е.В. Разработка тканей для специальной профессиональной одежды с защитой от электромагнитного излучения / Е.В. Сильченко // Материалы международного научно-технического форума «Первые Косыгинские чтения. Сборник научных трудов. – Москва : РГУ им. А.Н. Косыгина. – 2017. – 1 т. С. 335-337
2. Замостоцкий Е.Г. Комбинированные электропроводящие нити – М., 2012. С.14-16
3. ГОСТ 12.0.230.1-2015. Межгосударственный стандарт. Система стандартов безопасности труда. Общие положения. введ. 2017-03-01. - М.:Стандартинформ, 2016

#### **TEKSTİL MATERİALLARI ÜZƏRİNƏ METAL ÜZÜKLƏRİNİN KİMYƏVİİ ÜSULLA TƏTBİQİ PRİNSİPLƏRİ**

**A.B.Doşibekova<sup>1</sup>**

[aizhan.aisha111@mail.ru](mailto:aizhan.aisha111@mail.ru)

**I.M.Djurinskaya<sup>1</sup>**

[indi\\_06.79@mail.ru](mailto:indi_06.79@mail.ru)

**S.Ş.Taşpulatov<sup>2</sup>**

[ssht61@mail.ru](mailto:ssht61@mail.ru)

**Almatı Texnologiya Universiteti<sup>1</sup>**

**Daşkənd Tekstil və Yüngül Sənaye İnstitutu<sup>2</sup>**

Məqalə xüsusi hallarda istifadə olunan artan kəskinliyin elektrik sahələrini qoruyan materialların istehsalına həsr olunmuş metallaşdırılmış mənbələrin və sapların xüsusiyyətlərinin inkişafı və tədqiqinə həsr edilmişdir.

#### **PRINCIPLES OF APPLICATION OF METAL COATINGS ON TEXTILE MATERIALS BY A CHEMICAL METHOD**

**A.B.Doshibekova<sup>1</sup>**

[aizhan.aisha111@mail.ru](mailto:aizhan.aisha111@mail.ru)

**I.M.Dzhurinskaya<sup>1</sup>**

[indi\\_06.79@mail.ru](mailto:indi_06.79@mail.ru)

**S.Sh.Tashulatov<sup>2</sup>**

[ssht61@mail.ru](mailto:ssht61@mail.ru)

**Almaty Technological University<sup>1</sup>**

**Tashkent Institute of Textile and Light Industry<sup>2</sup>**

The article is devoted to the development and research of the properties of metallized conductive fibers and threads used for the manufacture of materials shielding high-voltage electric fields, used in special clothing.



**STUDY OF THE PHYSICOCHEMICAL PROPERTIES OF COMPOSITE MATERIALS  
BASED ON PECTIN AND COPPER AND IRON IONS**

**Elmaddin Mamedov**

[elik.mam@mail.ru](mailto:elik.mam@mail.ru)

**Lolita Alyokhina**

[7l.a.2021@bk.ru](mailto:7l.a.2021@bk.ru)

**Elena Kalmykova**

[veter1407@rambler.ru](mailto:veter1407@rambler.ru)

**Lipetsk State Technical University**

Complexes of polysaccharides with inorganic substances, anions and cations attract the attention of researchers for the creation of controlled release medicines with lower toxicity and retention of antimicrobial properties.

Modified macromolecules, nanoparticles, nanocomposite biocompatible materials of various compositions are increasingly being synthesized based on polysaccharides. Emulsions, gels, liposomes, films, capsules and other complexes based on pectins are being created for wider practical use.

Some of the promising polysaccharides are used as a polymeric carriers such as pectins, which have a number of unique properties: high compatibility with the tissues of living organisms, lack of toxicity, and the ability to form complexes. Among the most characteristic properties of pectins is their ability to complex with ions of s-, p- and d-metals. The interaction with d-metals has been little studied; therefore, it is more expedient to use biogenic metals, microelements that play an important role in the balance of the most important processes in living organisms[3, SarrA. et al.].

The synthesis of a water-soluble metal complex of citrus pectin with copper (PGNaCu) and iron (PGNaFe) ions was carried out according to the procedure[2, Minzanova S.T. et al.]. The physicochemical properties - kinematic viscosity, molecular weight, water holding capacity- have been studied.

Higher viscosity values for the obtained metal complexes ( $\eta_{kin.PGNaCu} = 2.26 \text{ mm}^2/\text{s}$ ,  $\eta_{kin.PGNaFe} = 2.12 \text{ mm}^2/\text{s}$ ) compared with the native pectin ( $\eta_{kin} = 0.95 \text{ mm}^2/\text{s}$ ) give reason to assume that they can work more effectively as part of various gelling agents, thickeners, stabilizers in the food industry, Figure 1. The higher the molecular weight of pectin, the higher the viscosity, and therefore its gelling ability.

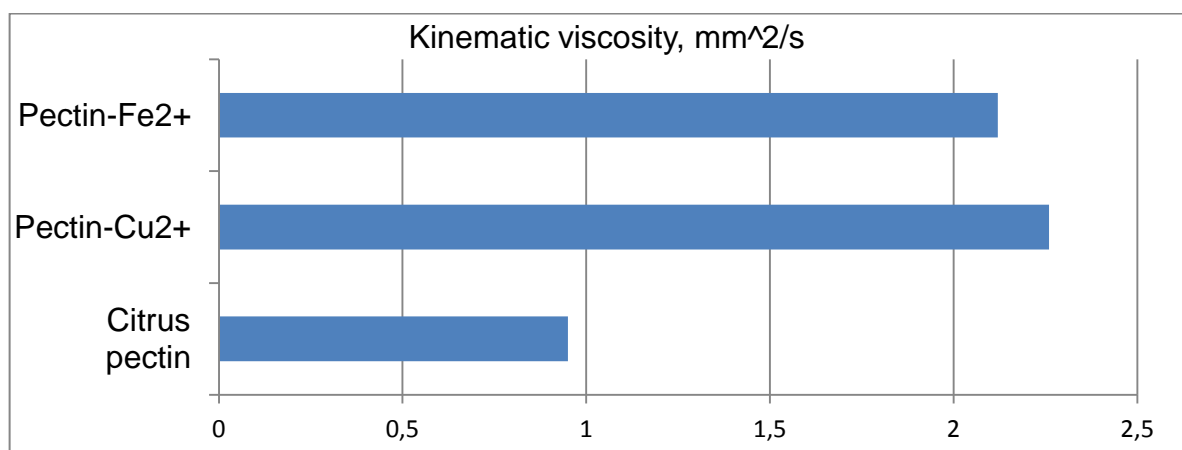


Figure 1 –Kinematic viscosity of the citrus pectin and metal complexes



The higher molecular mass of metal complexes ( $M_{\text{PGNaCu}} = 26.2\text{kDa}$ ,  $M_{\text{PGNaFe}} = 23.8\text{kDa}$ ) compared to the native pectin ( $M = 0.615\text{kDa}$ ) may be due to the formation of the «egg box» structure with coordination bonds between metal cations carboxyl and hydroxyl groups of neighboring macromolecules, stitching together the strands of galacturonic acid, Figure 2.

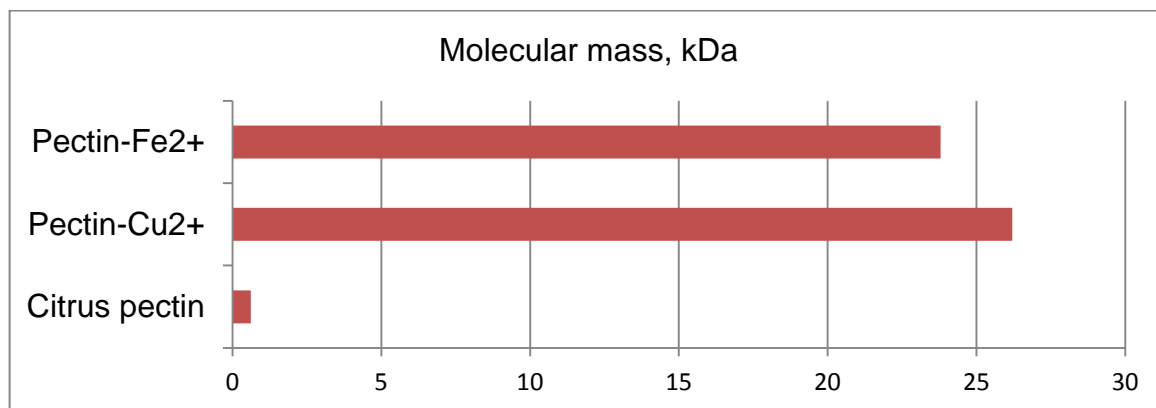


Figure 2 –Molecular mass of the citrus pectin and metal complexes

The highest water retention capacity of initial citrus pectin was determined is (0.0386 g H<sub>2</sub>O/g sample). It is 2.4 times higher than that of copper complexes (0.0158 g H<sub>2</sub>O/g sample), and 2.6 times higher for iron complexes (0.0148 g H<sub>2</sub>O/g sample). Perhaps this deals with participation of part of carboxyl and hydroxyl groups of pectin in the formation of the metal-complex, so the number of remaining free OH- and COOH-groups of biopolymer for interaction with water molecules is less [1, Mamedov E.I. et al.].

The higher water holding capacity of the Cu-complex compared to the Fe-complex may be associated with the different valence of the atoms of copper [Cu (I and II) and iron (II and III)], which leads to more active interaction and following fixation of water molecules by iron atoms.

## REFERENCES

1. Mamedov E.I., Sarr A., Kalmykova E.N. Synthesis and analysis of composite materials based on citrus pectin and metal ions // XII All-Russian scientific conference with international participation and the school of young scientists. Kirov, 2022. P. 121
2. Minzanova S.T., Mironov V.F., Khabibullina A.V., Arkhipova D. M., Mironova L. G., Nemtarev A. V., Vyshtakalyuk A. B., Chekunkov E. V., Kholin K. V., Nizameev I. R., Milyukov V. A. New metal complexes of citrus pectin with magnesium ions: synthesis, properties, and immunomodulatory activity // Russian Chemical Bulletin, International Edition. 2021. Vol. 70. No. 3. P. 433-443
3. Sarr A., Mamedov E.I. Synthesis of composite materials based on citrus pectin and copper ions // Proceedings of the XXIII International Scientific and Practical Conference of Students and Young Scientists named after outstanding chemists L.P. Kulyova and N.M. Kizhner. Tomsk, 2022, P. 456-457



**PEKTİN VƏ MİS VƏ DƏMİR İONLARINA ƏSASLANAN KOMPOZİT  
MATERİALLARIN FİZİKİ-KİMYƏVİ XASSƏLƏRİNİN ÖYRƏNİLMƏSİ**

**Elməddin Məmmədov**

[elik.mam@mail.ru](mailto:elik.mam@mail.ru)

**Lolita Alyoxina**

[7l.a.2021@bk.ru](mailto:7l.a.2021@bk.ru)

**Yelena Kalmıkova**

[veter1407@rambler.ru](mailto:veter1407@rambler.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

Məqalədə misvə dəmiri onları ilə orijinal sitrus pektin və pektin metal komplekslərinin fiziki-kimyəvi xüsusiyyətlərinin (kinematik özlülük, molekulyar çəki, su tutma qabiliyyəti) öyrənilməsinin nəticələri təqdim olunur. Orijinal pektinilə müqayisədə metal komplekslərinin nəzərə alınan xassələrinin daha yüksək dəyərləri komplekslərin qida sənayesində jelləşdirici maddələr, qatılaşdırıcılar və stabilizatorlar kimi daha effektiv işləyə biləcəyini göstərir.

İşin elmi yeniliyi qida, əczaçılıq və kosmetologiya sənayesində praktik tətbiqi məqsədi ilə karbohidrat təbiətli biopolimer və metalkationları əsasında yeni kompozit materialların istehsalındadır.

**ИЗУЧЕНИЕ ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИХ СВОЙСТВ КОМПОЗИТНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
НА ОСНОВЕ ПЕКТИНА И ИОНОВ МЕДИ И ЖЕЛЕЗА**

**Элмаддин Мамедов**

[elik.mam@mail.ru](mailto:elik.mam@mail.ru)

**Лолита Алёхина**

[7l.a.2021@bk.ru](mailto:7l.a.2021@bk.ru)

**Елена Калмыкова**

[veter1407@rambler.ru](mailto:veter1407@rambler.ru)

**Липецкий государственный технический университет**

В работе представлены результаты изучения физико-химических свойств (кинематической вязкости, молекулярной массы, водоудерживающей способности) исходного цитрусового пектина и металлокомплексов пектина с ионами меди и железа. Более высокие значения рассматриваемых свойств у металлокомплексов по сравнению с исходным пектином дает основание предполагать, что комплексы могут более эффективно работать в качестве гелеобразователей, загустителей, стабилизаторов в пищевой промышленности.

Научная новизна работы заключается в получении новых композитных материалов на основе биополимера углеводной природы и катионов металлов с целью их практического применения в пищевой, фармацевтической промышленности и косметологии.



## ВЛИЯНИЯ МАГНИТНОГО ПОЛЯ НА ПРОЦЕСС ОБРАЗОВАНИЯ НАКИПИ ВВОДОНАГРЕВАТЕЛЯХ

О.Ю.Исмаилов<sup>1</sup>

[ismoilovnmpi@mail.ru](mailto:ismoilovnmpi@mail.ru)

М.Х.Исмоилов<sup>2</sup>

[imirzaakbar@gmail.com](mailto:imirzaakbar@gmail.com)

Институт общей и неорганической химии АНРУз, г.Ташкент<sup>1</sup>  
Наманганский инженерно-технологический институт<sup>2</sup>

Процесс образования осадка в тепловых установках формируется в течение определенного периода времени. В результате низкой скорости течения в трубе, длительного воздействия на сырье и высоких температур процесс образования минеральных накипов на поверхностях устройства ускоряется. Увеличение толщины осадка с меньшей теплопроводностью со временем приводит к уменьшению внутреннего диаметра труб устройства [3].

В результате поток жидкости становится труднее проходить, гидравлическое сопротивление трубы увеличивается, и в то же время тепловой КПД устройства снижается из-за снижения коэффициента теплопередачи [1].

Установлено, что потери тепла в теплообменниках составляют по норме 2÷8%, тогда как в процессе образования накипи этот показатель достигает 60% [2]. Для обеспечения нормальной работы тепловых приборов важен правильный выбор режима технологических потоков, при этом более высокие параметры режима потока препятствуют образованию на внутренней поверхности труб отложений минеральных накипи, которые образуются при повышении минералов в сырье и высоких температурах [5].

Одним из современных способов предотвращения образования осадка в тепловых приборах является обработка воды с помощью магнитов. В результате магнитной обработки воды растворенные в воде ионы кальция, кремния и магния теряют свойство образовывать соли на сорбционных поверхностях. В результате нерастворимые соли находятся в взвешенном состоянии, и образовавшийся на поверхности осадочный слой постепенно уменьшается [4].

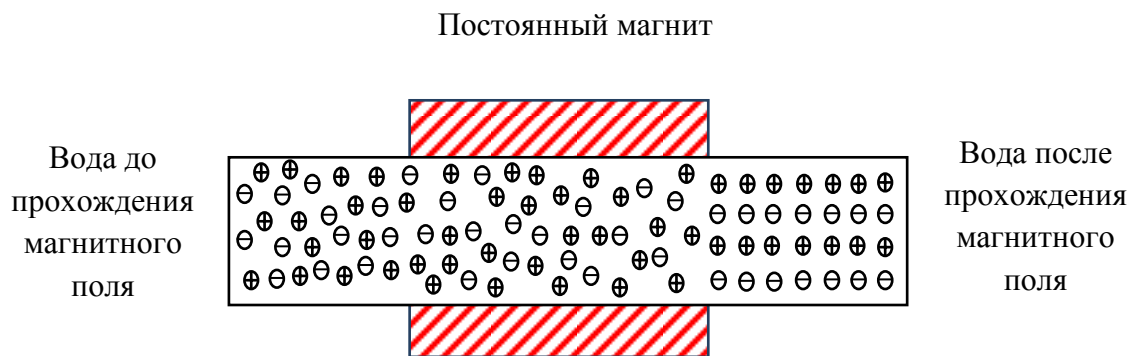
В результате движения воды по трубе через магнитное поле на нее действует сила Лоренца [4]:

$$F_{л} = Q(V \cdot B)$$

где:  $Q$ -ионный заряд,  $V$ -скорость,  $B$ -индукционный магнит.

Вода, движущая через устройство, проходит через магнитное поле, создаваемое постоянным магнитом. При этом под действием силы Лоренца молекулы воды начинают колебаться при движении. Магниты, встроенные в водный путь, создают резонанс в воде. В результате обработки воды под действием магнитного поля в холодной воде нарушается структура воды, а примеси, содержащие ионы кальция и магния, соединяются с другими примесями, образуя центр кристаллизации и микрокристаллизации. Этот процесс представляет собой цепную реакцию, при которой при нагревании ионы кальция и магния не осаждаются с образованием микрокристаллов в трубопроводах и системах отопления.

Влияние силы магнитного поля на движение ионов кальция и магния в воде представлено на рисунке.



**Рисунок.** Влияние силы магнитного поля на движение ионов кальция и магния в воде

На основании вышеизложенных данных в лаборатории “Процессы и аппараты химической технологии” Института общей и неорганической химии АН РУз подготовлен прибор для изучения влияния магнитного поля на процесс образования накипи на внешней поверхности нагревательного элемента тепловых приборов. Результаты экспериментального исследования приведены в таблице.

**Таблица**

**Влияние постоянного магнитного поля на образование накипи на поверхности нагревательного элемента**

№	Продолжительность времени работы прибора, суток	Поверхность нагревательного устройства, см <sup>2</sup>	Количество осадков, образующихся при нагревании без магнитного поля, г	Количество осадков, образующихся при нагревании под действием магнитного поля, г
1	30	176	1,07	0,21
2	60	176	2,95	0,58
3	90	176	5,34	1,02
4	120	176	7,68	1,46

Объем обоих котлов отопления на линии опытной установки составляет 15 л. В нее устанавливается автоматический терморегулирующий нагреватель (ТЭН) мощностью 2 кВт/ч каждый с площадью поверхности нагрева 0,0176 м<sup>2</sup>. Продолжительность нагрева 30÷120 дней.

Движущаяся вода через постоянное магнитное поле в нагревательных устройствах, используемых в пищевой промышленности, соединения, удерживающие ионы кальция и магния в воде, объединяются, образуя центр кристаллизации и микрокристаллизации. В результате предотвращается образование минеральных накипов, и не используются химические реагенты с высокой стоимостью. Тепловая эффективность устройств достигается за счет возможности стабильной работоспособности аппарата.

Образование накипи под действием магнитного поля уменьшается в среднем в 5 раз до повышения температуры воды на 70 °С. Однако повышение температуры от 90°С скорость образование накипе постипенно повышается.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Исмаилов О.Ю., Худойбердиев А.А., Хурмаматов А.М. Исследование зависимости коэффициента теплопередачи от толщины накипи и режима движения нагреваемой нефтегазоконденсатной смеси в горизонтальной трубе// Научно-технический журнал «Нефтепереработка и нефтехимия». Москва.– 2017.– №2.–С.42.
2. Исмаилов О.Ю., Рамонов Т.З. Изучение условия образования отложений в трубах теплообменных аппаратах//Научно-технический журнал, «Химическая промышленность». Санкт-Петербург, – 2017. – №2 – С.74-78.
3. Колесников В.А., Нечаев Ю.Г. Теплосиловое хозяйство сахарных заводов. –М.: Пищевая промишленность, 1980. -392 с.
4. Костылева С.С., Джумабаев Х.К., Тюсенков А.С. Влияние электрохимической активации воды на солеотложение // Нефтегазовое дело. – 2018. – Т. 16. – № 4. – С. 89–95.
5. Федоткин И.М., Липсман В.С. Интенсификация теплообмена в аппаратах пищевых производств. -М.: Пищевая промышленность, 1972. -240 с.

#### SU QIZIQICILARINDA MAQNİT SAHƏNİNİN ƏRP ƏMƏLƏGƏLMƏSİ PROSESİNƏ TƏSİRİ

O.Y.İsmayilov<sup>1</sup>

[ismoilovnmpi@mail.ru](mailto:ismoilovnmpi@mail.ru)

M.X.İsmoilov<sup>2</sup>

[imirzaakbar@gmail.com](mailto:imirzaakbar@gmail.com)

Ümumi və Qeyri-üzvi Kimya İnstitutu, ANRUz, Daşkənd<sup>1</sup>  
Namanqan Mühəndislik və Texnologiya İnstitutu<sup>2</sup>

Məqalədə təcrübənin nəticələri, maqnit sahəsinin təsiri altında su qızdırıcı qazanda qızdırıcı elementin səthində mineral duzların çöküntülərinin tədqiqi təqdim olunur. İsti su qazanının qızdırıcı elementinin səthinə çökən mineral duzların çöküntülərinin miqdarı maqnit sahəsindən istifadə edərək 5,2 dəfəyə qədər azaldıla bilər.

#### THE EFFECT OF THE MAGNETIC FIELD ON THE PROCESS OF ENERGY TREATMENT IN WATER HEATERS

O.Y.İsmayilov<sup>1</sup>

[ismoilovnmpi@mail.ru](mailto:ismoilovnmpi@mail.ru)

M.Kh.İsmoilov<sup>2</sup>

[imirzaakbar@gmail.com](mailto:imirzaakbar@gmail.com)

Institute of General and Inorganic Chemistry, ANRUz, Tashkent<sup>1</sup>  
Namangan Institute of Engineering and Technology<sup>2</sup>

The article presents the results of an experiment, the study of the deposition of mineral salt deposits on the surface of a heating element in a water heating boiler under the influence of a magnetic field. The amount of mineral salt deposits deposited on the surface of the heating element of a hot water boiler using a magnetic field can be reduced up to 5.2 times.



## АСИММЕТРИЧНАЯ ПРОКАТКА

Д.В.Кубайчук

[danilkubaichuk1@gmail.com](mailto:danilkubaichuk1@gmail.com)

К.С.Горбунов

[beluivolk96@mail.ru](mailto:beluivolk96@mail.ru)

Липецкий государственный технический университет

Россия, г. Липецк, ул. Московская, д.30, Горбунов Кирилл Сергеевич

Все существующие изложения теории продольной прокатки рассматриваются, как правило, на основе так называемого простого процесса прокатки. В этом случае принимается ряд условных допущений:

- 1) движение металла при его входе и выходе из валков равномерное
- 2) на прокатываемый металл не действуют другие силы, кроме сил, приложенных от валков
- 3) оба рабочих валка приводные
- 4) валки имеют одинаковые окружные скорости и цилиндрическую поверхность
- 5) оба валка имеют одинаковые диаметры:
- 6) со стороны обоих валков одинаковые коэффициенты трения
- 7) прокатываемый металл по своим механическим свойствам однороден
- 8) полоса имеет прямоугольное сечение, т.е. ширина её верхней и нижней частей одинакова;
- 9) полоса выходит из валков не изогнутой. а стан не имеет проводок и рольгангов. Т.е. отсутствуют дополнительные изгибающие моменты на концах прокатываемой полосы и вертикальные силы реакций со стороны рольгангов, и проводок.

Несоблюдение даже одного из пунктов этого комплекса условных допущений приводит к несоответствию процесса прокатки “простому случаю”. При этом, если не соблюдены пункты 1 или 2, то процесс становится симметричным. Несоблюдение любого из остальных условий приводит к тому, что нарушается симметрия относительно горизонтальной плоскости прокатки со стороны каждого из валков, соответствующие параметры верхнего и нижнего валков становятся неравными, а процесс по отношению обоих валков несимметричным.

Поскольку при прокатке невозможно полностью соблюсти приведённый выше комплекс условных допущений, можно с уверенностью сказать, что “простых случаев” прокатки не существует. Сложно также соблюсти условия для симметричного процесса. Следовательно, общим случаем всех процессов прокатки является несимметричная прокатка, а симметричная и простая — лишь частные случаи, абстракция от действительности. Между тем изучению этих частных случаев в основном посвящена вся литература по теории прокатки. Это делается с целью облегчения понимания и упрощения анализа весьма сложных явлений в очаге деформации при прокатке.

Таким образом, “простой случай” прокатки является частным случаем несимметричного процесса, при котором условно принимается, что равнодействующие контактных сил на обоих валках направлены вертикально и находятся в виде исключения на одной прямой, параллельной линии центров вращения валков. Незначительное нарушение принятых условий симметричности процесса уже приводит к асимметрии. В этом случае направление усилий в очаге деформации и их величины становятся совершенно иными. Они зависят от конкретных условий каждого случая. Следовательно, несимметричным процессом прокатки необходимо называть такой процесс, когда условие деформации на верхнем и нижнем валках различны. Например, у обжимных станов применяется прокатка с «нижним давлением» (диаметр нижнего валка на 1-3% больше

диаметра верхнего), чтобы предотвратить удар выходящего конца раската о ролики рольганга. И наоборот, на сортовых станах прокатку ведут с «верхним давлением» (рабочий диаметр верхнего валка на 3-8% больше нижнего) для устранения верхних выводных проводок и т.д. Кроме того, неизбежная неточность механической обработки валков по диаметру и износ при эксплуатации также вызывают неравенство их диаметров, приводящее к несимметричности процесса. Процессы несимметричной прокатки имеют ряд характерных особенностей: неодинаковое распределение момента прокатки между валками и опережению между ними, снижение энергосиловых параметров прокатки по сравнению с "простым случаем", направление изгиба выходящего из валков конца полосы и т.д. Однако эти особенности проявляются при определённых значениях величины относительного обжатия, относительной разности диаметров валков, предела текучести прокатываемого металла и т.д.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Песин А.М., Салганик В.М., Асимметричная тонколистовая прокатка: развитие теории, технологии и новые решения: Учеб. пособие для вузов - М.: МИСИС, 1997. - 191 с.: ил. - Библиогр.: с. 178-191. - ISBN 5-87623-040-5.
2. Песин, А.М. Развитие теории технологии процесса асимметричной тонколистовой прокатки как метода интенсивной пластической деформации: монография / А.М. Песин, Д.О. Пустовойтов, М.К. Свердлик – Магнитогорск : ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова», 2017. – 151 с.
3. Pesin A.M. Simulation of the temperature fields in the deformation zone during a symmetric rolling of aluminum alloys / A. M. Pesin, D. O. Pustovoytov, M.K.Sverdlik // Вестник Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. – 2014. – №1. – С. 71-78.

#### **ASYMMETRIC ROLLING**

**D.V. Kubaychuk1**

[danilkubaichuk1@gmail.com](mailto:danilkubaichuk1@gmail.com)

**K.S.Gorbunov2**

[beluivolk96@mail.ru](mailto:beluivolk96@mail.ru)

**Lipetsk State Technical University**

In this paper, we consider the essence of the process of asymmetric rolling of sheets, strips and strips from ferrous and non-ferrous metals in order to increase the productivity of mills, improve the quality of products and increase the service life of parts and equipment of rolling mills.

#### **ASIMMETRIK YAYMA**

**D.V. Kubaychuk1**

[danilkubaichuk1@gmail.com](mailto:danilkubaichuk1@gmail.com)

**K.S.Gorbunov2**

[beluivolk96@mail.ru](mailto:beluivolk96@mail.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

В данной работе мы рассматриваем сущность процесса несимметричной прокатки листов, полос и лент из черных и цветных металлов с целью повышения производительности станов, улучшения качества производимой продукции и повышения срока службы деталей и узлов оборудования прокатных станов.





## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АСИММЕТРИИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ЛИСТОВОГО ПРОКАТА

К.С.Горбунов

В.А.Черный

[beluivolk96@mail.ru](mailto:beluivolk96@mail.ru)

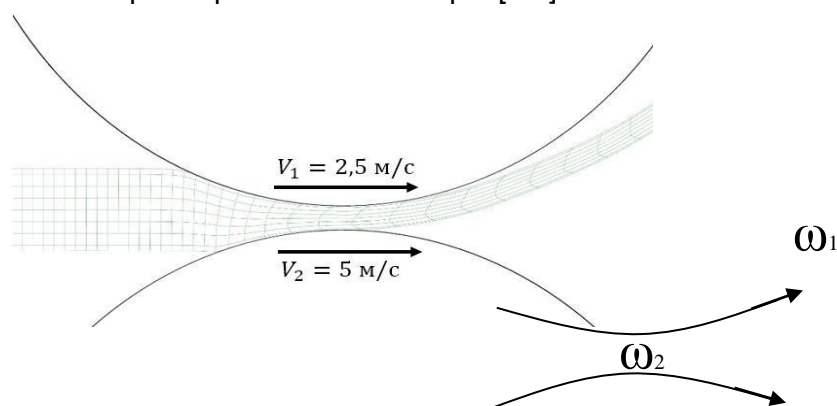
И.П.Мазур

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

Липецкий Государственный Технический Университет

Производство плоского проката и использование его в различных отраслях промышленности, свидетельствуют о уровне развития металлургии государства. Стабильность геометрии полосы достигается системами регулирования гидравлических нажимных устройств, изгибом рабочих валков, осевой сдвижкой рабочих валков, теплового профилирования и скоростной асимметрии [1-2]. Асимметричный процесс прокатки — это процесс, при котором условия деформации металла на верхней и нижней сторонах полосы различны, например, из-за разности скоростей рабочих валков. В этом процессе используется дифференциация кинематических или геометрических условий на поверхностях контакта металла с валками, в результате чего на каждой из этих поверхностей возникают зоны опережения и отставания разной длины. В очаге деформации со стороны каждого из валков образуются участки с противоположно направленными касательными напряжениями. Длины этих зон зависят от значения величины асимметрии, и в пограничных случаях они могут распространяться всю длину очага деформации. Возникновение зон, в которых силы трения на верхних и нижних валках противоположно направлены, приводят к снижению давления металла на валки и одновременно к уменьшению их упругого прогиба. Применение технологии асимметричной прокатки в промышленных условиях требует дополнительных исследований для определения допустимых диапазонов изменения коэффициентов асимметрии, чтобы исключить аварийные ситуации и производство проката не соответствующего требованиям ГОСТа.

Для определения коэффициентов асимметрий, реализуемых на стане горячей прокатки, была разработана компьютерная модель в программном комплексе «DEFORM 3D». На рисунке 1 представлены результаты компьютерного моделирования изгиба переднего конца полосы при скоростной асимметрии [3-4].



**Рисунок.1.** Моделирование изгиба переднего конца полосы при использовании асимметрии

Результаты сравнения симметричного и асимметричного процесса прокатки при компьютерном моделировании и лабораторного эксперимента стане 300 представлены в таблице.

**Таблица. Влияние асимметрии на кривизну полосы**

Метод прокатки	Коэффициент асимметрии	Кривизна	Фотография	Моделирование
Симметрия (1)	1	-		
Асимметрия (2)	1,6	+		

На основании проведённых испытаний можно сделать вывод, что компьютерная модель может быть использована для прогнозирования кривизны полосы при асимметричной прокатке. Анализ полученных результатов показывает целесообразность использования скоростной асимметрии для управления геометрией проката.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Песин.А.М. Развитие теории и технологии процесса асимметричной тонколистовой прокатки как метода интенсивной пластической деформации: монография / А.М. Песин, Д.О.Пустовойтов, М.К. Свердлик – Магнитогорск: ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова», 2017. 151 с
2. Pustovoitov, D.O. Influence of small microscopic grooves of work rolls on strain gradient induced in metal sheets during symmetric and asymmetric rolling / D.O. Pustovoitov, A.M. Pesin, N.M. Lokotunina, A.E. Kozhemiakina // 28th International Conference on Metallurgy and Materials CONFERENCE PROCEEDINGS Metal. – 2019. – Vol.1. – P. 265-270
3. Левыкина А.Г., Соловьев В.Н., Мазур И.П. Оценка возможности получения горячекатаной полосы из двухфазной стали на существующем отводящем ролле широкополосного стананагорячей прокатки // Черные металлы. 2020. №8. С. 10-14
4. Safronov A.A., Belskiy S.M., Chernyj V.A., Mazur I.P. Modeling of temperature influence on resistance to plastic deformation of electrotechnical steels in hot rolling. // Journal of Physics: Conference Series, 1134(2018). P. 1-7. DOI: 10.1088/1742-6596/1134/1/012050

#### THE USE OF ASYMMETRY IN THE PRODUCTION OF SHEET METAL

K.S.Gorbunov

V.A.Cherny

[beluivolk96@mail.ru](mailto:beluivolk96@mail.ru)

I.P.Mazur

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

Lipetsk State Technical University

In this paper, the use of asymmetry in rolling is considered. A computer model of the effect of velocity asymmetries on the curvature of rolled products has been developed in the DEFORM 3D software package. The results of hot rolling on a laboratory mill with a difference in the circumferential speeds of the working rolls are presented.

#### METAL İSTEHSALINDA ASİMMETRİYANIN İSTİFADƏSİ

K.S.Qorbunov

V.A.Çerniy

[beluivolk96@mail.ru](mailto:beluivolk96@mail.ru)

I.P.Mazur

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti

Bu yazıda yuvarlanmada asimetriyanın saxlanması nəzərdən keçirilir. DEFORM 3D proqram paketində sürət asimetriyalarının prokat məhsullarının ayrılıyına təsirinin kompüter modeli işlənilib hazırlanmışdır. Laboratoriya dəyirmanında işləyən rulonların çevrə sürətlərindəki fərqlə isti yayma nəticələri təqdim olunur.



ПРОИЗВОДСТВО ДВУХФАЗНЫХ СТАЛЕЙ НА СТАНЕ ГОРЯЧЕЙ ПРОКАТКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ УСКОРЕННОГО ОХЛАЖДЕНИЯ

Н.П.Иванников

[kolya.ivannikov.02@inbox.ru](mailto:kolya.ivannikov.02@inbox.ru)

А.Г.Левыкина

[levykina\\_ag@stu.lipetsk.ru](mailto:levykina_ag@stu.lipetsk.ru)

И.П.Мазур

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

Липецкий Государственный Технический Университет (Липецк, Россия)

С каждым годом использование двухфазных сталей для автомобилестроения становится все более значимым, благодаря их способности удовлетворять требованиям к формовкости, высокой прочности на растяжение, сопротивлению усталости, хорошей свариваемости. Марки DP, представляют собой уникальное сочетание высокой прочности и пластичности, что в свою очередь обеспечивает высокое соотношение прочности и веса. Кроме того, двухфазные стали способны поглощать энергию на 50% больше, чем обычные марки стали, что является важным фактором для обеспечения безопасности при авариях (рис.1).

Для получения DP стали с разным содержанием мартенсита, что влияет на прочность готовой продукции, необходимо гибкое ускоренное охлаждение металла после горячей прокатки. Перспективой является совместное использование установки сверхбыстрого охлаждения «UFC» и ламинарного охлаждения «LC». Установка UFC работает в широком диапазоне скоростей охлаждения, что обеспечивает сохранение затвердевшего аустенита в высокотемпературной области при различных температурах динамического превращения. Совместное использование UFC и LC, позволяет более гибко управлять процессом охлаждения, что обеспечивает получение требуемых свойств горячекатаной полосы. Такая технология имеет высокий потенциал для применения в промышленности. Данная система охлаждения расположена между чистовой группой и моталкой (рис.2), что позволяет получать требуемую структуру металла.

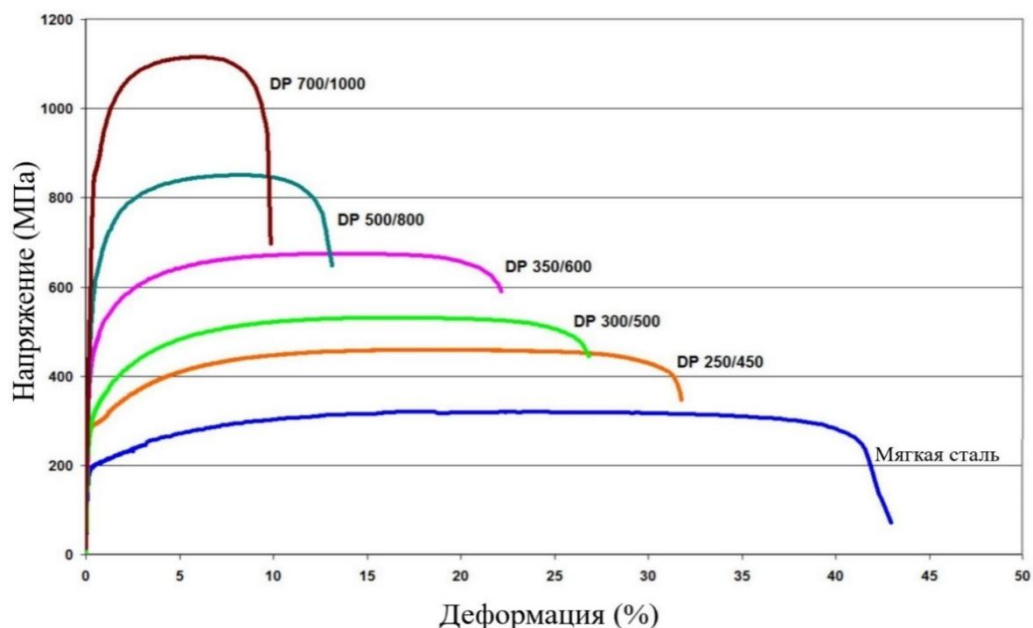


Рисунок 1 - Кривые сопротивления деформация для сталей марки DP[1]



Рисунок 2-Размещение оборудования системы охлаждения после прокатки[2]

Ключевыми особенностями данной установки являются:

- сверхбыстрое охлаждение после прокатки позволяет сохранить аустенит в закаленном состоянии;
- процесс охлаждения останавливается в точке динамического фазового превращения аустенита в феррит;
- охлаждение контролируется на основе получения желаемой структуры и механических свойств.

Для получения DP стали после прокатки полоса подвергается ступенчатому охлаждению с использованием UFC+LC, после чего она сворачивается в рулон (рис.3) [3]. Данная технология позволяет получить умеренное содержание феррита (примерно 70-85%), сдерживание перлита и бейнита, а также превращение остаточного аустенита в мартенсит.

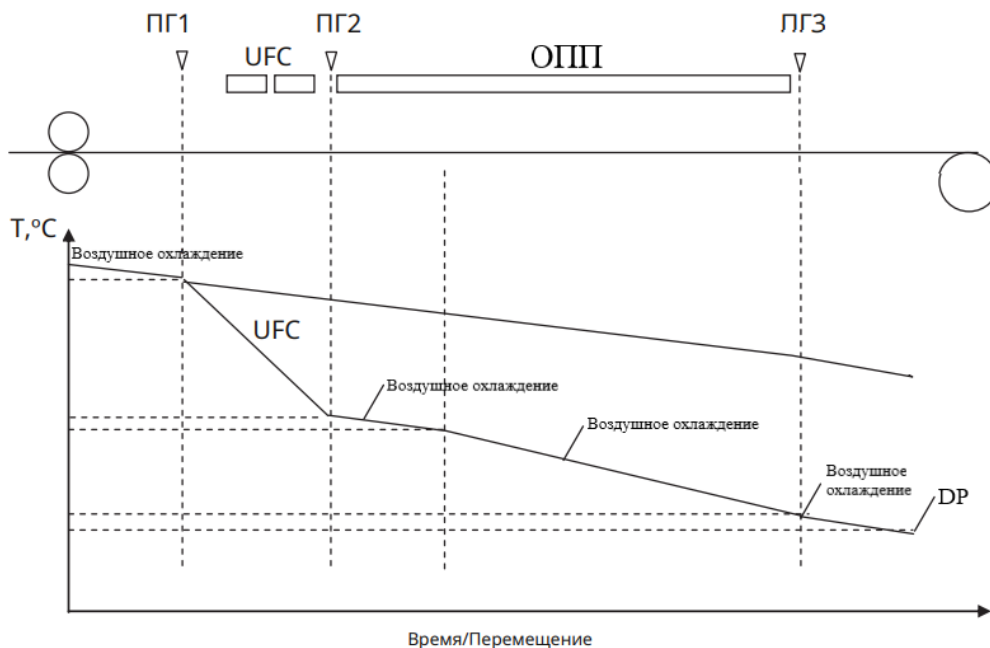


Рисунок 3- Схема охлаждения DP стали после горячей прокатки

Можно сделать вывод, что использование установки UFC+LC позволяет гибко управлять процессом охлаждения после прокатки металла, что обеспечивает получение требуемой структуры металла и механических свойств. Технология UFC+LC особенно подходит для получения двухфазных сталей, которые сочетают в себе высокую прочность и пластичность, а также способны поглощать больше энергии при авариях, что обеспечивает безопасность. В целом,

данная технология имеет высокий потенциал для применения в промышленности, особенно в автомобилестроении, где необходимы материалы с высокой прочностью и легкостью.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Zhen-Lei Li, Hai-Jun Li, Guo Yuan, Guo-Dong Wang, and Xue-Qiang Wang Research and Application of Ultra-Fast Cooling System and Velocity Controlled Strategy for Hot Rolled Strip / Zhen-Lei Li, Hai-Jun Li, Guo Yuan, Guo-Dong Wang, and Xue-Qiang Wang // Steel research international. — 2014. — С. 1-3.
2. YUAN Guo, LI Zhen-lei, LI Hai-jun, WANG Zhao-dong, WANG Guo-dong, Control and application of cooling path after rolling for hot strip based on ultra fast cooling / YUAN Guo, LI Zhen-lei, LI Hai-jun, WANG Zhao-dong, WANG Guo-dong, // Springer. — 2013. — № 20. — С. 1.
3. XiaohuiCai, Chengbao Liu, Zhenyu Liu, Process design and prediction of mechanical properties of dual phase steels with prepositional ultra fast cooling / XiaohuiCai, Chengbao Liu, Zhenyu Liu. // Materials and Design. — 2013. — № 53. — С. 1-2.

#### **PRODUCTION OF TWO-PHASE STEELS ON A HOT ROLLING MILL USING INNOVATIVE METHODS OF ACCELERATED COOLING**

**N.P.Ivannikov**

[kolya.ivannikov.02@inbox.ru](mailto:kolya.ivannikov.02@inbox.ru)

**A.G.Levykina**

[levykina\\_ag@stu.lipetsk.ru](mailto:levykina_ag@stu.lipetsk.ru)

**I.P.Mazur**

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

**Lipetsk State Technical University (Lipetsk, Russia)**

The article discusses the production of two-phase steels at a hot rolling mill using innovative methods of accelerated cooling. The main characteristics and advantages of two-phase steels are described, as well as the results of studies showing the effectiveness of using accelerated cooling to improve the properties of steel.

#### **SÜRƏTLƏNDİRİLMİŞ SOYUTMANIN İNNOVATİV ÜSULLARINDAN İSTİFADƏ EDİLMƏSİ İSTİQLƏRİNDƏ İKİFAZALIPOLADLARIN İSTEHSALI**

**N.P.İvannikov**

[kolya.ivannikov.02@inbox.ru](mailto:kolya.ivannikov.02@inbox.ru)

**A.G.Levykina**

[levykina\\_ag@stu.lipetsk.ru](mailto:levykina_ag@stu.lipetsk.ru)

**I.P.Mazur**

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti (Lipetsk, Rusiya)**

Məqalədə sürətli soyutmanın innovativ üsullarından istifadə etməklə isti prokat dəyirmanında ikifazalı poladların istehsalı müzakirə olunur. İki fazalı poladların əsas xüsusiyyətləri və üstünlükləri, həmçinin poladın xüsusiyyətlərini yaxşılaşdırmaq üçün sürətləndirilmiş soyutmadan istifadənin effektivliyini göstərən tədqiqatların nəticələri təsvir edilmişdir.



**РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ НАПРЯЖЕННО-ДЕФОРМИРОВАННОГО СОСТОЯНИЯ  
МЕТАЛЛА В ПРОЦЕССЕ ГОРЯЧЕЙ ПРОКАТКИ ПОЛОС**

**А.Г.Левыкина**

[levykina\\_ag@stu.lipetsk.ru](mailto:levykina_ag@stu.lipetsk.ru)

**И.П.Мазур**

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

**Липецкий Государственный Технический Университет (Липецк, Россия)**

Исследование напряженно-деформированного состояния (НДС) металла представляет особый интерес ввиду тесной связи деформации с формированием структуры. Управляя режимами горячей прокатки, можно воздействовать на структуру и, как следствие, на свойства готовой продукции, что особенно важно при производстве электротехнических марок сталей.

Производство электротехнических сталей является сложным и требует особого внимания в листопрокатном производстве [4]. Горячекатаная электротехническая анизотропная сталь (ЭАС) имеет сильную структурную неоднородность: в поверхностных слоях формируются почти равноосные зерна, в то время как в центральной части зерна вытягиваются в направлении прокатки [2]. Это может сказаться на формировании текстуры Госсай и повлиять на магнитные свойства готового листа [2,4]. Для прогнозирования структурной неоднородности, возникающей при горячей прокатке ЭАС, разработана модель напряженно-деформированного состояния с использованием программного комплекса «Deform 3D».

Разработку компьютерной модели проводили на примере непрерывного широкополосного стана горячей прокатки 2000 ПАО «НЛМК» [5]. Моделирование проводили для электротехнической марки стали, кривые сопротивления деформации и теплофизические свойства данной марки стали заданы по результатам экспериментальных исследований, описанных в научных работах [1,3,6]. Моделировали прокатку сляба толщиной 250 мм на конечную толщину полосы 2,5 мм, по режимам в черновой и чистовой группах клетей, представленным в таблице [3,7].

Таблица - Параметры прокатки на НШСГП 2000 для электротехнической марки стали

№ клетки	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
$h_1$ , мм	204,3	150,1	100,2	60,2	44,8	22,99	12,84	7,83	5,20	3,90	3,01	2,50
$v$ , м/с	1,0	1,5	2,0	2,5	3,2	1,35	2,42	3,97	5,97	7,95	10,32	12,42
$T_{вал}$ , °С	90	90	85	85	80	50	50	48	44	37	35	35
$D_{вал}$ , мм	1400	1200	1200	1200	1200	871	900	785	771	777	805	821

С учетом обжатий по клетям черновой и чистовой групп и температурного распределения по толщине металла были получены результаты напряженно-деформированного состояния, которые представлены на рис. 1-2. На рисунках представлен характер распределения накопленной деформации по толщине металла на выходе из клетей черновой и чистовой групп НШСГП с учетом теплового состояния металла.



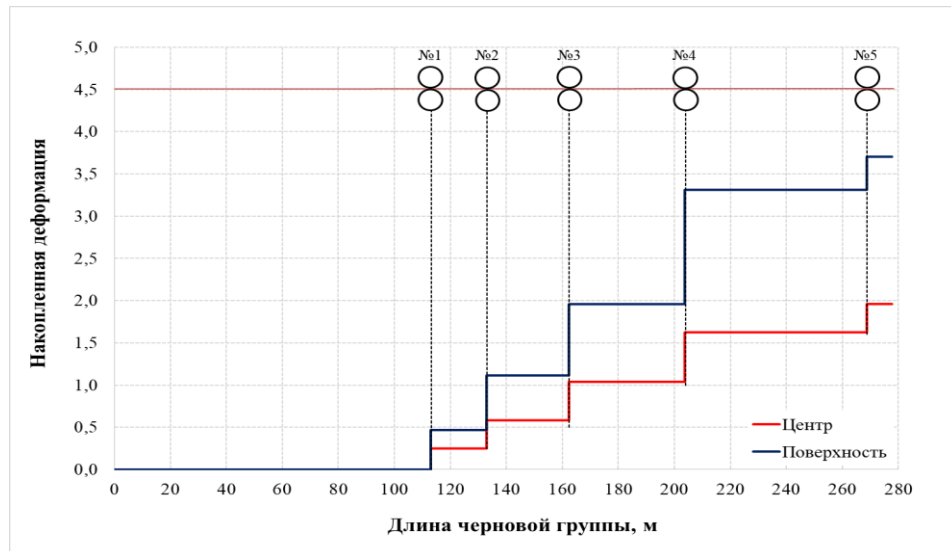


Рис.1 - График изменения накопленной деформации в контрольных точках электротехнической марки стали черновой группы клетей

**Выводы.** Разработана компьютерной модели напряженно-деформированного состояния полосы при горячей прокатке. Представлены результаты распределения накопленной деформации ко клетям НШСГП 2000. Полученные результаты использованы для анализа формирования структуры и свойств материала в линии стана горячей прокатки.

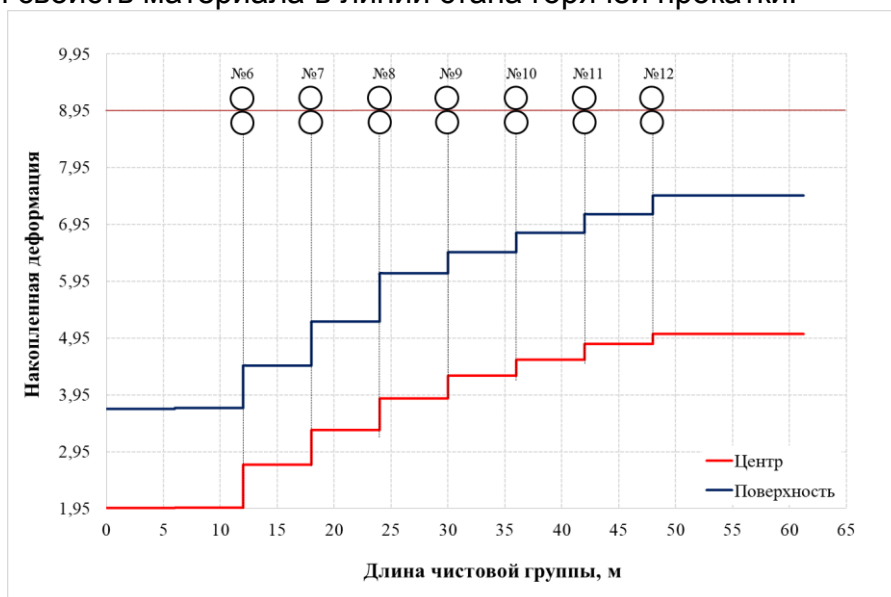


Рисунок.2 - График изменения накопленной деформации в контрольных точках электротехнической марки стали чистой группы клетей

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Исследование теплового состояния металла с использованием методов физического и математического моделирования / А.Г. Левыкина, К.С. Горбунов, А.И. Позднякова, В.Н. Соловьев // Вестник Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. - 2021. - Т.19., №3. - С. 102–108. - DOI: 10.18503/1995-2732-2021-19-3-102-108.
2. Кононов, А. А. Влияние режимов горячей прокатки на размер зерна анизотропной электротехнической стали / А.А. Кононов // Материаловедение. Энергетика. – 2014. - №2 (195). - С. 128-133.

3. Левыкина, А.Г. Совершенствование технологии горячей прокатки на основе анализа теплового состояния металла методами физического и компьютерного моделирования: диссертация на соискание ученой степени кандидата технических наук / А.Г. Левыкина. – Липецк: ЛГТУ, 2022. – 132 с.
4. Пузанов, М. П. Исследование напряженно-деформированного состояния процесса листовой прокатки трансформаторной стали с учетом анизотропии свойств: специальность 05.16.05 «Обработка металлов давлением» / М.П. Пузанов. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет им. Б. Н. Ельцина, 2019. –134 с.
5. Чупров, В.Б. Реконструкция металлургических производств. Широкополосные станы горячей прокатки / В.Б. Чупров, З.П. Каретный, С.И. Мазур. – Москва: Металлургия, 2007. – 486 с.
6. Levykina, A. Study of mechanical properties of electrical steel grade using methods of physical and mathematical modeling / A. Levykina, M. Knapinski, I. Mazur // METAL 2021: 30th Anniversary International Conference on Metallurgy and Materials. – Brno, Czech Republic, 2021. - P. 294-298. - DOI:10.37904/metal.2021.4102. – EDN IRJPRZ.
7. The study of the thermal state of the metal in the production of the hot rolled strips in «Deform 3D» / A.G. Levykina, A.A. Chabonenko, V.V. Shkatov, I.P. Mazur // Journal of Physics: Conference Series. - 2018. - № 1134 (1). - P. 012034. - DOI: 10.1088/1742-6596/1134/1/012034.

**İSTİ YAYMA ZAMANI METALIN GƏRGİNLİK-DEFORMASIYA VƏZİYYƏTİNİN  
KOMPÜTER MODELİ**

**A.G.Levykina**

[levykina\\_ag@stu.lipetsk.ru](mailto:levykina_ag@stu.lipetsk.ru)

**I.P.Mazur**

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti (Lipetsk, Rusiya)**

Məqalədə isti yayma zamanı metalın gərginlik-deformasiya vəziyyətinin kompüter modeli təqdim olunur. Modelləşdirmə eksperimental tədqiqatların nəticələrindən, eləcə də metalın istilik vəziyyətinin modul kompüter modelindən istifadə etməklə DEFORM 3D proqram paketində aparılmışdır. Alınan nəticələr isti prokat yayma xəttində metalın strukturunun və xassələrinin formalaşmasının təhlili üçün istifadə olunur.

**DEVELOPMENT OF THE MODEL OF THE STRESS-STRAIN STATE OF THE METAL  
IN THE PROCESS OF HOT ROLLING STRIPS**

**A.G.Levykina**

[levykina\\_ag@stu.lipetsk.ru](mailto:levykina_ag@stu.lipetsk.ru)

**I.P.Mazur**

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

**Lipetsk State Technical University (Lipetsk, Russia)**

The article presents the computer model of the stress-strain state of the metal during hot rolling. Modeling was performed in «DEFORM 3D» using the results of experimental studies and also modular computer model of the thermal state of the metal. The results obtained are used to analyze the formation of the structure and properties of the metal at the hot rolling mill.



ВВЕДЕНИЕ В РАБОТУ НОВОГО РЕВЕРСИВНОГО ПРОКАТНОГО  
СТАНА 1770 НА ПАО «НЛМК»

Д.С.Полунин

[polunin\\_dima@bk.ru](mailto:polunin_dima@bk.ru)

С.М.Бельский

И.И.Шопин

[shopin\\_ii@nlmk.com](mailto:shopin_ii@nlmk.com)

Липецкий Государственный Технический Университет

Основным агрегатом по производству холоднокатаной углеродистой стали на ПАО «НЛМК» является бесконечный стан холодной прокатки 2030 в цехе холодного проката и покрытий. Данные за 2022 год были использованы для анализа прокатываемого сортамента. Распределение основных обрабатываемых марок стали показано ниже (рис.1).

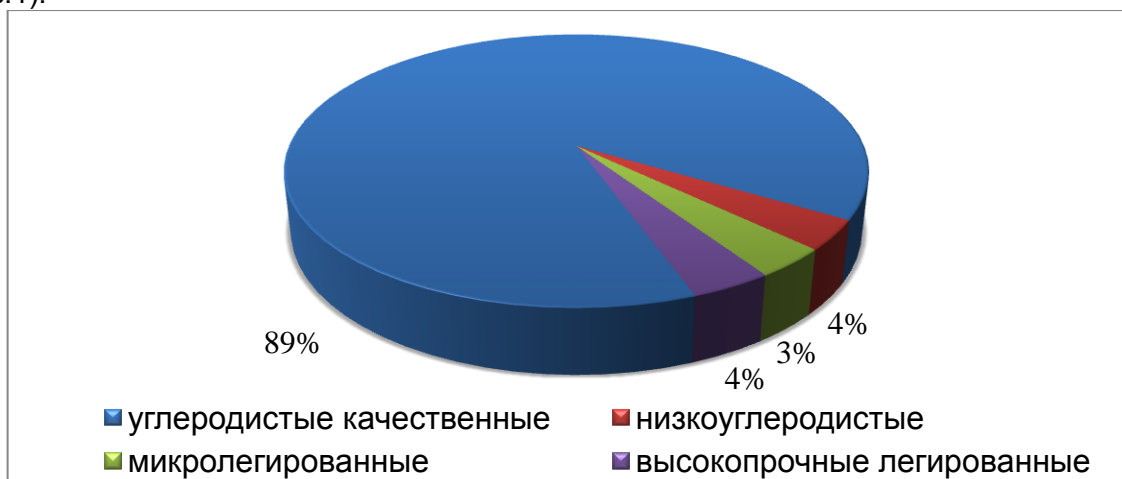


Рис. 1. Марки стали обрабатываемые на стане 2030

Основной объём производства стана приходится на углеродистые качественные марки сталей, такие как 08Ю и 08пс, они просты при обработке и являются рядовым металлом. А вот прокатка таких марок легированных сталей, как 09Г2С, Н220Р, НС220У, НС260ЛА, НС340ЛА, НС380ЛА, НС420ЛА, НХ300ЛАД, НХ340ЛАД предоставляет определённые трудности и требует особого внимания. Обработка ведётся специальными монтажными партиями, а в процессе работы стана 2030 наблюдается снижение производительности и повышение средних усилий в прокатных клетях.

Низкий уровень производства этих марок сталей объясняется сложностью технологического процесса прокатки. За счёт добавления таких легирующих элементов как никель, марганец, кремний, хром, молибден и др. сталь получает повышенные механические свойства, влияющие на последующий прокат [1]. Ниже показаны значения средней скорости прохождения полосы и среднее усилие, возникающее в клетях стана 2030 (рис. 2,3).

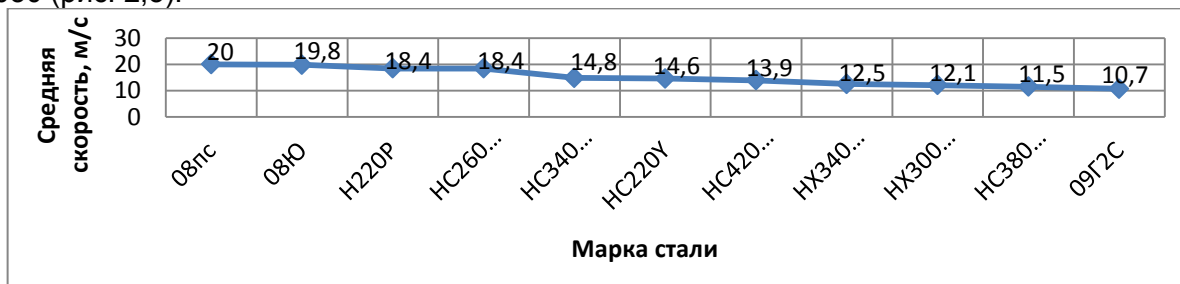


Рис. 3. Средняя скорость прохождения полосы на стане 2030

**Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

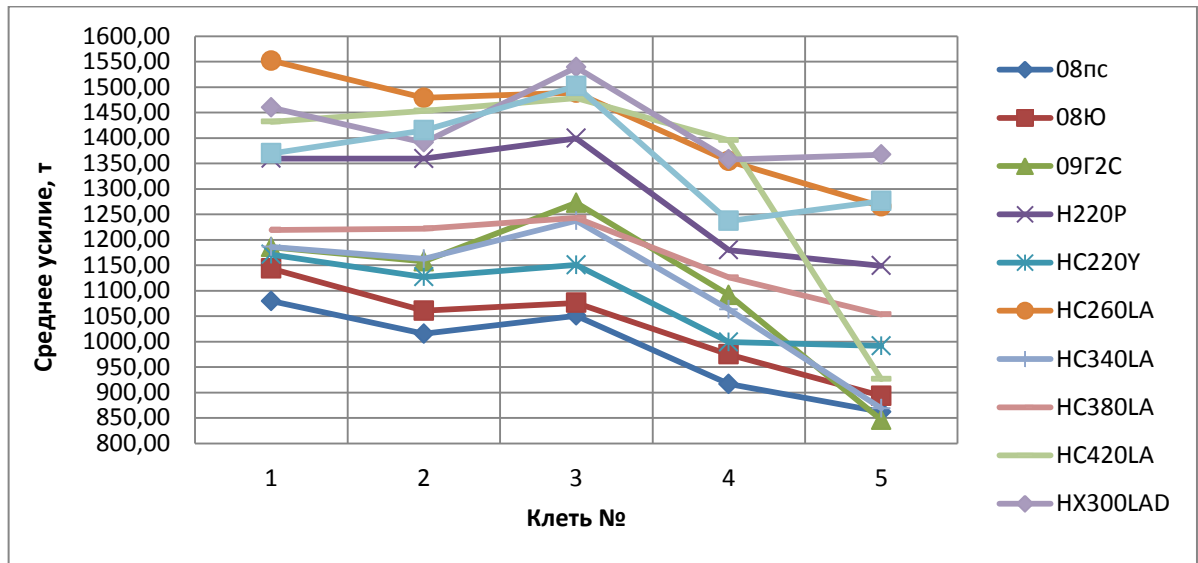


Рис. 2. Среднее усилие в клетях стана 2030

Сейчас на площадке цеха по производству трансформаторных сталей ведутся работы по установке нового реверсивного одноклетьевого стана 1770 фирмы SMS group. Данный стан должен расширить возможности при обработке трансформаторной продукции, а также даст возможность прокатывать углеродистую сталь, что повлияет на производство сложного сортамента стана 2030 в цехе холодного проката и покрытий. Сравнение параметров стана холодной прокатки 2030 и реверсивного 1770 приведено в таблице 1 [2,3].

Табл. 1. Сравнение станов холодной прокатки 2030 и реверсивного 1770

Наименование параметров	Значения параметров	
	Стан бесконечной прокатки	Реверсивный стан SMS
Число клетей, шт	5	1
Длина бочки рабочего вала, мм	2030	1770
Диаметры валков, мм	Опорные: 1490-1600; Рабочие: 550-615	Опорные: 1150-1250; Промежуточные: 440-500; Рабочие: 290-340
Максимальная скорость прокатки, м/мин	1250	1300
Толщина подката, мм	Углеродистая сталь: 2,00-4,50	Кремнистая сталь: Горячекат. 1,00-2,50; Холоднокат. 0,50-1,50; Углеродистая сталь: 1,60-4,50
Толщина конечной полосы, мм	Углеродистая сталь: 0,35-2,50	Кремнистая сталь: Для горячекат. до 0,27; Для холоднокат. до 0,20; Углеродистая сталь: до 0,23
Ширина полосы, мм	Углеродистая сталь: 900-1850	Кремнистая сталь: 750-1270; Углеродистая сталь: 900-1670
Максимальная масса рулона, т	Углеродистая сталь: 45	Кремнистая сталь: 30; Углеродистая сталь: 35
Производительность, тыс т	2500	190

Введение в работу нового прокатного стана 1770 позволит расширить сортамент трансформаторной стали, а возможность обработки углеродистых и высокопрочных марок сталей приведёт к перераспределению потоков производства между станом бесконечной прокатки 2030 и направлению части обрабатываемого сортамента в сторону одноклетьевого реверсивного стана.

Основным технологическим преимуществом нового стана 1770 по сравнению со станом 2030 является повышенная жёсткость валкового узла, в котором используются шесть валков меньшего диаметра. А стабилизация валков в горизонтальной плоскости в свою очередь позволит изменять жёсткость валкового узла, увеличивая возможности для производства более тонких полос, снижая вибрации и перекосы при прокатке.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Коновалов Ю.В. Производство холоднокатаных листов, книга 2. М.: Теплотехник, 2008. 608 с
2. Технологическая инструкция ТИ 05757665-ЦХПП-04-2017. – Липецк, 2017. – 115с
3. Технические данные и состав оборудования. – Липецк, 2019. – 230с

#### **"NLMK" PJSC-DƏ YENI 1770 GERI YUVARLANAN DƏYIRMANIN TƏQDIMATI**

**D.S.Polunin**

[polunin\\_dima@bk.ru](mailto:polunin_dima@bk.ru)

**S.M.Belsky**

**I.I.Şopin**

[shopin\\_ii@nlmk.com](mailto:shopin_ii@nlmk.com)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

Məqalədə soyuq yayma dəyirmanı 2030 məhsullarının təhlili təqdim olunur. Mürəkkəb bir çeşidə aid olan, emal zamanı xüsusi diqqət tələb edən və performansla birbaşa təsir edən polad markaları vurğulanır. Daha inkişaf etmiş 1770 dəyirmanının inşası, rulon qurğusunun sərtliyinin artması, üfüqi müstəvidə rulonların sabitləşməsi, titrəmələrin və təhriflərin azalması səbəbindən istehsal olunan məhsulların çeşidini genişləndirəcək və istehsal axınlarını soyuq yayma dəyirmanları arasında yenidən bölüşdürəcəkdir. İki yuvarlanan dəyirmanının parametrlərinin müqayisəsi cədvəldə verilmişdir.

#### **COMMISSIONING OF THE NEW REVERSE ROLLING MILL 1770 AT NLMK PJSC**

**D.S.Polunin**

[polunin\\_dima@bk.ru](mailto:polunin_dima@bk.ru)

**S.M.Belsky**

**I.I.Shopin**

[shopin\\_ii@nlmk.com](mailto:shopin_ii@nlmk.com)

**Lipetsk State Technical University**

The article presents an analysis of the products of the cold rolling mill 2030. The steel grades that belong to a complex assortment are highlighted, require special attention during processing and directly affect productivity. The construction of a more advanced mill 1770 will expand the range of processed products and redistribute production flows between cold rolling mills, thanks to an increase in the rigidity of the roller assembly, stabilization of the rolls in the horizontal plane, reduction of vibrations and distortions. A comparison of the parameters of the two rolling mills is presented in the table.



**ОСОБЕННОСТИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПОЛИМЕР БЕТОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА СТАДИИ ЭКСПЛУАТАЦИИ В УСЛОВИЯХ ВОЗДЕЙСТВИЯ ЦИКЛИЧЕСКИХ НАГРУЗОК**

**Б.А.Бондарев**

**А.Б.Бондарев**

**В.К.Жидков**

[qidkov\\_vova\\_1999@mail.ru](mailto:qidkov_vova_1999@mail.ru)

**В.А.Баязов**

**М.В.Лютиков**

[lutiymax1@gmail.com](mailto:lutiymax1@gmail.com)

[Insp-48@mail.ru](mailto:Insp-48@mail.ru)

**ФГБОУ ВО Липецкий государственный технический университет, Россия, Липецк**

Циклические нагрузки весьма распространены в природе, к ним относятся нагрузки, возникающие в колоннах, стенках, днищах резервуаров и так далее. При этом процессы, протекающие под действием изменяющихся нагрузок и накопление микрповреждений в конструкциях, именуется усталостью, а способность сопротивляться усталости называется выносливостью. Жизненный цикл конструкции состоит из следующих этапов:

- проектирование;- создание (изготовление) конструкции;
- эксплуатация;- вывод конструкции из эксплуатации и утилизация [1].

Первые два этапа жизненного цикла достаточно подробно освещены в научной литературе, поэтому остановимся на третьем этапе – стадии эксплуатации.

Объектом настоящих исследований являются строительные элементы, выполненные из полиэфирного полимербетона ПН-609-21М и работающие в условиях циклического приложения нагрузки. Основные параметры, характеризующие жизненный цикл на этой стадии являются:

- уровень нагружения элемента;- коэффициент асимметрии цикла приложения нагрузки

$$\rho = \frac{\sigma_{min}}{\sigma_{max}}(1)$$

где  $\sigma_{min}$  – минимальные напряжения цикла прилагаемой нагрузки (МПа);

$\sigma_{max}$  – максимальные напряжения цикла (МПа);

- N – количество циклов приложения нагрузки.

В нашем распоряжении оказались элементы, выполненные из полиэфирного полимербетона ПН-609-21М в виде призм размерами 40x40x160 мм. Испытанные на циклическое воздействие нагрузки в 1990 г. [2] и часть образцов из этой партии, находившаяся в нормальных температурно-влажностных условиях и испытанных в 2010г., то есть через двадцать лет после их изготовления. Испытания велись по общепринятым методикам при различных коэффициентах асимметрии цикла:  $\rho = 0,1; 0,3; 0,6$ .

Параметром, характеризующим циклическую долговечность на этом этапе жизненного цикла, является коэффициент выносливости:

$$K_{b,pul} = \frac{R_{b,pul}}{R_b}(2),$$

где:  $R_{b,pul}$  – предел выносливости полимербетона;

$R_b$  – предел прочности п-на на сжатии. Физический смысл коэффициента выносливости заключается в том, что он показывает долю сохранившейся прочности или несущей способности при воздействии многократно приложенной нагрузке.

Итак, результаты проведенных испытаний показали следующее:

при  $\rho = 0,1$ ;  $K_{b,pul} = 0,35R_b$  (1990);

$K_{b,pul} = 0,30R_b$  (2010);

при  $\rho = 0,3$ ;  $K_{b,pul} = 0,39R_b$  (1990);

$K_{b,pul} = 0,35R_b$  (2010);

при  $\rho = 0,6$ ;  $K_{b,pul} = 0,43R_b$  (1990);

$K_{b,pul} = 0,42R_b$  (2010);

Анализ результатов наших исследований показывает, что наибольшее снижение циклической долговечности на стадии эксплуатации наступает при самом «жестком» нагружении, при  $\rho = 0,1$ . В работе [3] произведена попытка объяснить причину снижения



циклической долговечности за счет деграционных процессов при случайном характере изменения среды. Для этого авторы рекомендовали выражение, полученное Селяевым В.П. для случайного изменения влажности [4]. При воздействии циклической нагрузки процесс падения долговечности происходит гораздо интенсивнее и это связано с спецификой такого рода нагружения и в первую очередь объясняется локальным разогревом материала в вершинах микротрещин. **Выводы:** результаты исследований показывают, что на стадии эксплуатации конструкции, работающей под действием циклически нагрузок, необходимо избегать большого размаха максимальных и минимальных напряжений в материале и не допускать величин коэффициента асимметрии цикла  $\rho \geq 0,1$ .

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. ЕлшамидМохамедМостафа Махмуд. Управление жизненным циклом автомобильных дорог на этапе эксплуатации на основе моделей искусственных нейронных сетей. Автор дисс. на соиск. уч.ст. канд.техн.наук. Ростов-на-Дону. – 2022. – 21 с.
2. Комаров П.В., Бондарев Б.А., Бондарев А.Б., Прогнозирование долговечности конструкционных материалов, подверженных деградации и действию циклических нагрузок // Эффективные конструкции, материалы, технологии в строительстве и архитектуре: Сб. статей научно-практической конференции, посв. 50-летию ЛГТУ, Липецк. – 2006. – С. 20-24.
3. Бондарев Б.А., Бондарев А.Б., Р.Ю. Сапрыкин, Ф.Н. Корвяк. Изменение прочности, деформативности и выносливости полимерных композиционных материалов во времени / Б.А. Бондарев, А.Б. Бондарев, Сапрыкин Р.Ю., КорвякЮ.Н. // Вестник центрального территориального отделения. – 2015. №14 – С. 244-250.
4. Соломатов В.И. Химическое сопротивление композиционных строительных материалов / В.И. Соломатов, В.П. Селяев. М: Стройздат. – 1988. – 289 с.

#### **DÖVRÜ YÜKLƏRİN TƏSİRİ ALTINDA POLİMER-BETON KONSTRUKSIYALARININ İSTİSADƏ MƏRHƏLƏSİNDƏ HƏYAT DÖVRÜNÜN XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

**B.A.Bondarev**

**A.B.Bondarev**

**V.K.Jidkov**

[gjdkov\\_vova\\_1999@mail.ru](mailto:gjdkov_vova_1999@mail.ru)

**V.A.Bayazov**

**M.V.Lyutikov**

[lutiymax1@gmail.com](mailto:lutiymax1@gmail.com)

[Insp-48@mail.ru](mailto:Insp-48@mail.ru)

**Federal Dövlət Büdcə Ali Təhsil Təşkilatı Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti. Rusiya, Lipetsk**

Polimer beton konstruksiyaların həyat dövrü müasir dünyada ən mühüm tədqiqat məsələlərindən biridir. Tsiklik yüklərin artan təsiri və onların orta dəyərdən böyük sapması strukturun davamlılığına köklü şəkildə təsir göstərir.

#### **FEATURES OF THE LIFE CYCLE OF POLYMER CONCRETE STRUCTURES AT THE STAGE OF OPERATION UNDER THE INFLUENCE OF CYCLIC LOADS**

**B.Ф.Bondarev**

**A.B.Bondarev**

**B.K.Zhidkov**

[gjdkov\\_vova\\_1999@mail.ru](mailto:gjdkov_vova_1999@mail.ru)

**V.A.Bayazov**

**M.V.Lyutikov**

[lutiymax1@gmail.com](mailto:lutiymax1@gmail.com)

[Insp-48@mail.ru](mailto:Insp-48@mail.ru)

**Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education Lipetsk State Technical University, Russia, Lipetsk**

The life cycle of polymer concrete structures is one of the most important research issues in the modern world. The increasing impact of cyclic loads and their large deviation from the average value radically affects the durability of the structure.



**ОСОБЕННОСТИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ЭЛЕМЕНТОВ КОНСТРУКЦИЙ  
ЭЛЕКТРОЛИЗНЫХ ВАНН НА СТАДИЯХ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ИЗГОТОВЛЕНИЯ**

**Б.А.Бондарев**

**В.К.Жидков**

[qidkov\\_vova\\_1999@mail.ru](mailto:qidkov_vova_1999@mail.ru)

**Е.Е.Астахов**

**Д.Н.Сграбилов**

[Daniilsgrabilov@yandex.ru](mailto:Daniilsgrabilov@yandex.ru)

**В.А.Баязов**

[Insp-48@mail.ru](mailto:Insp-48@mail.ru)

**Липецкий Государственный Технический Университет, Россия, Липецк**

Высокие достижения отечественной химической промышленности в 70-90<sup>е</sup> годы XXвека позволяет получить разнообразные смолы, служащие в качестве вяжущих в полимербетонах различного назначения. Полимербетоны, обладающие высокой коррозионной стойкостью, стойкостью к высоким температурам и различным реагентам широко используются при производстве различной баковой аппаратуры на заводах цветной металлургии. Работы Чебаненко А.Н., Фанталова А.М., Потуроева В.В., Трашева А.Е., Ивановой И.И., Белева В.Е. и наличие научного центра, каким является институт «Гипроцветмет» заложил прочную научную основу по созданию специальных подразделений по изготовлению изделий из полимербетона на заводах по производству меди, цинка и так далее. Однако за 30 лет эксплуатации элементы боковой аппаратуры получили значительные дефекты и повреждения и требовали ремонта. Зачастую их заменяли на дорогостоящие изделия из западных стран. Введение санкций против РФ привело к тому, что поставка компонентов для полимербетонных смесей, изделий и конструкций стало затруднительной. В связи с этим на первый план выходят отечественные разработки и технологии советских ученых и их нынешних последователей для ликвидации дефицита конструкций на предприятиях металлургии.

Жизненный цикл любой конструкции состоит из этапов проектирования, изготовления (создания), эксплуатации и её утилизации [1]. В процессе эксплуатации электролизные ванны помимо статических испытывает динамические нагрузки, а именно повторные (малоцикловые) нагружения до 100000 циклов за период эксплуатации (жизненный цикл) [2]. При проектировании оптимальных структур из полимербетона важную роль играет структурообразующие факторы, такие как соотношение полимер-наполнитель (п/н), толщина полимерезурующего слоя и коэффициент раздвижки зерен крупного заполнителя ( $\alpha_0$ ). В работах [3,4,5,6] исследовалось влияние структурообразующих факторов при малоцикловом (повторном) нагружении. Установлено, что важную роль при этом играет величина полимеризации, слой которой должен быть скорректирован в сторону уменьшения на 3-5% по сравнению со статической нагрузкой. Кроме того, на стадии проектирования и изготовления важную роль играет переход от традиционной технологии к каркасной технологии приготовления полимербетона. Пооперационное изготовление полимербетонной смеси заключается в следующем: в сухую чистую бетономешалку загружают песок и щебень. После чего в смеситель заливают мономер ФАМ. Перемешивание заполнителей со смолой ФАМ продолжается 2-3 мин. и ведется до полного смачивания всей их поверхности. В последнюю очередь в бетономешалку заливают расплавленную и охлажденную до 35-40 °С бензолсульфаткислоту. В соответствии с каркасной технологией применение полимербетонной смеси следует производить в две стадии:

а) приготовление мастики из мономера ФА (ФАМ) и микронаполнителя в скоростном турбулентном смесителе в течение 2- 2,5 мин., затем в смесь вводят расплав катализатора (отвердителя) БСК ( $t=35 \div 40$  °С). Время перемешивания – 1 мин. Одновременно в бетоносмесителе принудительного действия перемешиваются заполнители («сухая смесь» песка и щебня) в течение 2 минут;

б) получение полимербетонной смеси – совмещение мастики и «сухой» смеси в бетоносмесителе и совместное их перемешивание в течение 2- 2,5 мин.

Тип смесительного оборудования выбирается в зависимости от объема формуемого изделия и требуемой производительности производства.

Перемешивание полимербетона следует производить в смесителях принудительного действия. Таким образом, долговечность элементов конструкций из полимербетона, а вместе с ним и жизненный цикл может быть увеличен за счет корректировки величины полимеризующего слоя на стадии проектирования, а также применением каркасной технологии вместо традиционной на стадии изготовления.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

- 1.Елшами Мохамед Мостафа Махмуд. Управление жизненным циклом автомобильных дорог на этапе эксплуатации на основе моделей искусственных нейронных сетей. Автор дисс. на соиск. уч.ст. канд.техн.наук. Ростов-на-Дону. – 2022. – 21 с.
- 2.Немцев В.Ф. Исследование работы полимербетона ФАМ при малоцикловом нагружении / В.Ф. Немцов, В.Я. Подгорный // Материалы 53-й научно-технической конференции по проблемам архитектуры и строительных наук. Воронеж. – 2001. – С. 43 – 45.
3. Комаров, Павел Валерьевич.Эпоксидный композиционный материал и его циклическая долговечность : диссертация ... кандидата технических наук : 05.23.05. - Липецк, 2003. - 155 с. : ил.
4. Михайлов К.В., Потуроев В.В., Крайс Р. Полимербетоны и конструкции на их основе / Под ред. В.В, Потуроева. – М.: Стройиздат. – 1989. – 304 с.
5. Потуроев В.В. Технология полимербетонов (физико-химические основы). – М.: Стройиздат. – 1977. – 240 с.
6. Разработка эффективных составов бетонов для конструкций плит проезжей части сталежелезобетонных пролетных строений / Б. А. Бондарев, Д. А. Копалин, А. Б. Бондарев [и др.] // Транспортные сооружения. – 2019. – Т. 6, № 3. – С. 3.

#### **ELEKTROLİZ HANNALARININ STRUKTUR ELEMENTLƏRİNİN HƏYAT DÖVRÜNÜN XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

**B.A.Bondarev**

**V.K.Jidkov**

[gidkov\\_vova\\_1999@mail.ru](mailto:gidkov_vova_1999@mail.ru)

**E.E.Astaxov**

**D.N.Sqrabilov**

[Daniilsqrabilov@yandex.ru](mailto:Daniilsqrabilov@yandex.ru)

**V.A.Bəyazov**

[Insp-48@mail.ru](mailto:Insp-48@mail.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

Elektroliz vannalarının elementlərinin həyat dövrünün öyrənilməsi elmin aktual vəzifəsidir. Onların əlvan metallurgiyada və çən avadanlıqlarının istehsalında geniş tətbiqi bu məsələnin öyrənilməsinin zəruriliyindən xəbər verir.

#### **FEATURES OF THE LIFE CYCLE OF STRUCTURAL ELEMENTS OF ELECTROLYSIS BATHS AT THE STAGES OF DESIGN AND MANUFACTURE**

**B.A.Bondarev**

**V.K.Zhidkov**

[gidkov\\_vova\\_1999@mail.ru](mailto:gidkov_vova_1999@mail.ru)

**E.E.Astakhov**

**D.N.Sqrabilov**

[Daniilsqrabilov@yandex.ru](mailto:Daniilsqrabilov@yandex.ru)

**V.A.Bayazov**

[Insp-48@mail.ru](mailto:Insp-48@mail.ru)

**Lipetsk State Technical University**

The study of the life cycle of elements of electrolysis baths is an urgent task of science. Their widespread use in non-ferrous metallurgy and in the production of tank equipment indicates the need to study this issue.



## KÖPÜKLÜ FLOTASIYASIYA ÜSULUNUN TƏTBİQİNİN PERSPEKTİVLƏRİ

Y.R.Abbasov<sup>1</sup>

[yasin.abasov20@gmail.com](mailto:yasin.abasov20@gmail.com)

N.İ.Əmiraslanova<sup>1</sup>

E.E.Quliyev<sup>2</sup>

Azərbaycan Texnologiya Universiteti<sup>1</sup>

AzərQold Səhmdar cəmiyyəti<sup>2</sup>

XX-ci əsrin əvvəllərindən mineral xammallarının emalı və zənginləşdirilməsi proseslərini davamlı olaraq təkmilləşdirilmə prosesi gedir. Ən mühüm mərhələlərdən biri köpüklü flotasiya metodunun inkişafı ilə bağlı olan proseslərdir. Əlvan metalların zənginləşdirilməsi texnologiyası üzrə tətbiq olunan proseslər, çox vaxt aparır. Uzun müddətli tədqiqatlar nəticəsində, bu üsul indiki formasını alıb və müasir mədəni sənayesinin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Əsas və qiymətli metalların zənginləşdirilməsində köpüklü flotasiya üsulu mühüm rol oynayır. Bu üsulun tətbiq sahələrinə, məsələn, qida sənayesində, kağız emalı sənayesində rast gəlinir. Köpüklü flotasiyanın kimyası kifayət qədər mürəkkəbdir. Ona görə də bu texnologiyanın əsas prinsiplərinə daha yaxından nəzər salmaq vacibdir. Köpüklü flotasiya prosesi müxtəlif tərkibə malik olan mineralların xarakterik xüsusiyyətlərinə əsaslanır. Minerallar təbiətinə görə, onların bəziləri su ilə asanlıqla islanır - hidrofil, təbii yağlı səthə malik olan digərləri isə onu dəf edir, yəni hidrofobluq xassəsinə malik olanlar. Köpüklü flotasiya metodunun əsas ideyası kiçik və qiymətli mineral hissəciklərinin suyun səthinə toplanma prosesini müşahidə etmək imkanı yaradır. Yəni, mineralların pulpa aerasiyası nəticəsində əmələ gələn hava qabarcıqlarına yapışmaq və onlarla birlikdə səthə çıxmaq qabiliyyətinə əsaslanır və köpük məhsulu əmələ gətirir. Məsələn: qızıl müəyyən qədər hidrofobik əlvan metaldır. Ölçüsü 0,1-0,04 mm olan dənələr fermentasiya yolu ilə ən yaxşı şəkildə ayrılır.

Köpük fermentasiyasını həyata keçirmək üçün tələb olunan şərtlər:

1. filiz aşağı sıxlığa (kükürd, kömür, talk və s) və metal filizləri üçün 0,1-0,2 mm-ə qədər təbii hidrofob qeyri-metal minerallar vəziyyətində 0,5-1,0 mm hissəcik ölçüsünə qədər üyüdülməlidir;
2. ayrılan mineralların nəmləndirmə fərqi yaratmaq və artırmaq və köpüyün pulpa üçün kifayət qədər müqavimət göstərməsi üçün flotasiya reaktivləri əlavə olunmalıdır;
3. məhlul flotasiya maşınlarına verilməlidir ki, prosesi icra etmək mümkün olsun.

Azərbaycanda əlvan metal filizlərinin emalı üçün bu üsulun, tətbiq olunması nəticəsində əlvan metal çıxımının yaxşılaşdırılması digər zənginləşdirmə üsulundan fərqli olaraq ətraf mühitə ekoloji təsirin azalmasına xidmət edəcəkdir.

## ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА ПЕННОЙ ФЛОТАЦИИ

Ю.Р.Аббасов<sup>1</sup>

[yasin.abasov20@gmail.com](mailto:yasin.abasov20@gmail.com)

Н.И.Амирасланова<sup>1</sup>

Э.Э.Гулиев<sup>2</sup>

Азербайджанский технологический университет<sup>1</sup>

Акционерное Общество АзерГолд<sup>2</sup>

В результате применения этого способа переработки руд цветных металлов повышение выхода цветных металлов послужит снижению экологического воздействия на окружающую среду, в отличие от других способов обогащения.

## PERSPECTIVE APPLICATIONS OF THE FOAM FLOTATION METHOD

Yu.R.Abbasov<sup>1</sup>

[yasin.abasov20@gmail.com](mailto:yasin.abasov20@gmail.com)

N.I.Amiraslanova<sup>1</sup>

E.E.Guliyev<sup>2</sup>

Azerbaijan Technological University<sup>1</sup>

Акционерное Общество AzerGold<sup>2</sup>

As a result of applying this method of processing ores of non-ferrous metals, the increase in the yield of non-ferrous metals will serve to reduce the ecological impact on the environment, unlike other methods of beneficiation.



## ОСОБЕННОСТИ МАТЕРИАЛОВ И ТЕХНОЛОГИЙ АДДИТИВНОГО ПРОИЗВОДСТВА

В.А.Кукушкина

[vera.a.kukushkina@mail.ru](mailto:vera.a.kukushkina@mail.ru)

В.Е.Стюфляев

Липецкий Государственный Технический Университет

Цифровые технологии повсеместно внедряются во все сферы жизнедеятельности человека. Отличительной особенностью непрерывного развития цифрового общества считается интеграция и синтез современных технологий в производство, образование и культуру, то есть во все сферы жизнедеятельности человека. Наиболее перспективным является применение аддитивного производства – это послойная печать изделия посредством цифровой модели. Отличительная особенность данного производства базируется на применении различных материалов, обладающих определенными свойствами. Настройка определенных параметров дает возможность не только преобразовывать существующие материалы для печати, но и создавать совершенно новые материалы, с заданными параметрами, которые можно изменять в процессе.

Развитие производственного процесса неразрывно связано с новыми материалами. Существуют «умные материалы», которые более легкие, прочные, самовосстанавливающиеся, преобразующиеся.

Исследователи уже работают над созданием 4D-технологий, отличительная особенность которых будет базироваться на применении материалов для печати, основанных на изменении свойств не только в процессе эксплуатации, но и способных реагировать на окружающие изменения, связанные с температурой и влажностью. Наиболее перспективным является создание сложного продукта или изделия без использования сложной производственной цепочки и оборудования. В настоящее время основные материалы для профессиональной и промышленной 3D-печати – это пластики в виде нитей/гранул или порошка, фотополимерные смолы, металлические порошки, воск.

Существуют следующие технологии в аддитивном производстве:

- Моделирование методом послойного наплавления полимерной нити или гранул (FDM);
- Селективное лазерное спекание пластиков (SLS);
- Стереолитография с использованием фотополимеров (SLA/DLP/LCD);
- Селективное лазерное плавление металлов (SLM);
- Послойное склеивание композитного порошка связующим веществом (BinderJetting);
- Многоструйная 3D-печать воском или фотополимером (MJP);
- Полноцветная печать гипсом (CJP).

Материалы, применяемые в аддитивном производстве: ABS-пластик, PLA-пластика (основными компонентами являются сахарный тростник и кукуруза, а основу материала составляет молочная кислота); FLEX, TPE, TPU, TPC (Flexible) пластик, гипсовая печать ColorJetPrinting (CJP) и т.д.

Композиционные материалы работают в сложной комбинации силовых и температурных условиях. Композиты для аддитивного производства обычно представляют комбинацию термопластичного основного материала и армирующего элемента, такого как стекловолокно, углеродное волокно и графен. Отметим, что смесь термопластиков не является композитом. Наиболее распространенными являются смешанные порошки для селективного лазерного спекания.



Различные в производстве композиты имеют общую структуру – основу и наполнитель. Область применения композиционных материалов не ограничена. Анализ различных композиционных материалов позволяет заключить, что аддитивные технологии способствуют созданию широкого спектра качественно новых изделий.

Таким образом, рассмотрев свойства различных материалов для 3D-печати, можно сделать вывод, что их применение многообразно. Приведенный выше обзор позволяет подобрать материал с наиболее подходящими свойствами согласно технологии. Перспектива применения аддитивных технологий очевидна, так как их развитие приводит к появлению новых материалов. Аддитивные технологии фокусируют в себе различные производственные отрасли. Рассматривая современные технологии с научной точки зрения, отметим, что ракурсы соприкосновения различных областей исследований многообразны и включают: химический инжиниринг, материаловедение, архитектуру, техническую эстетику, медицину и т.д. Внедрение аддитивных технологий позволит развить и повысить уровень промышленности и индустриального развития страны.

Применение аддитивных технологий в образовательном процессе ускорит процесс понимания и облучения, а интеграция научных направлений в процессе проведения исследований, позволит структурировать и всесторонне освоить аддитивные технологии.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Зленко, М.А. Аддитивные технологии в машиностроении / М.В. Нагайцев, В.М. Довбыш // пособие для инженеров. – М. ГНЦ РФ ФГУП «НАМИ» 2015. 220 с.
2. Аддитивные технологии в дизайне и художественной обработке материалов / Е. С. Гамов, В. А. Кукушкина, М. И. Чернышова, И. Т. Хечиашвили. – Липецк : Липецкий государственный технический университет, 2019. – 72 с.
3. Optimizing Fluid Flow Cooling in Gas Transmission Systems / G. Widjaja, M. Al-Thamir, F. Mehran [et al.] // . – 2022. – Vol. 18, No. 4. – P. 1099-1109.

#### **İSTEHSALI MATERIALLARININ VƏ TEXNOLOGİYALARININ XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

**V.A.Kukushkina**

[vera.a.kukushkina@mail.ru](mailto:vera.a.kukushkina@mail.ru)

**B.E.Styuflyayev**

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

Dissertasiya aşqarların istehsalında materialların istifadəsinin xüsusiyyətlərini ümumiləşdirir və təsvir edir. Aşqar texnologiyalarının inkişafı üçün əsas kimi kompozit materialların öyrənilməsinə və nəzərdən keçirilməsinə xüsusi diqqət yetirilir.

#### **FEATURES OF MATERIALS AND TECHNOLOGIES OF ADDITIVE MANUFACTURING**

**V.A.Kukushkina**

[vera.a.kukushkina@mail.ru](mailto:vera.a.kukushkina@mail.ru)

**B.E.Styuflyayev**

**Lipetsk State Technical University**

The thesis provides an overview and describes the features of the use of materials in additive manufacturing. Particular attention is paid to the study and review of composite materials as the basis for the development of additive technologies.





## О НЕКОТОРЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ СЛАБОСВЯЗАННЫХ ОКРЕСТНОСТНЫХ СИСТЕМ

В.В.Сёмина  
[valvlasem@mail.ru](mailto:valvlasem@mail.ru)  
Г.В.Сёмин

Липецкий государственный технический университет

Применение методов системного анализа является актуальным для устранения неполадок в существующих системах, их модернизации, а также для описания и создания структур новых систем. Системный подход позволяет рассмотреть объект любой сложности как самостоятельную систему, обладающую определенными особенностями функционирования и развития, изучить свойства этой системы, определить ее структуру, идентифицировать ее параметры.

При рассмотрении сложных технических производственных систем в металлургии, цементном производстве, преимуществом методов системного анализа является тот факт, что его можно проводить не только на стадии разработки системы, но и в уже в существующей системе, в которой проводятся наблюдения за ее функционированием для устранения неполадок и улучшения работы системы. Во время создания моделей сложных пространственно-распределенных систем существует проблема выбора эффективной структуры математической модели. Из-за распределенности системы в пространстве и наличия нелинейных связей между подсистемами и возникает сложность моделирования и управления такими объектами. Одним из подходящих решений данных задач при описании сложных процессов является использование окрестностных моделей [1], учитывающих нелинейный характер связей между узлами процесса системы. А если рассматриваемую систему можно представить в виде двух и более подсистем, между которыми существует малое количество связей, то такую систему можно описать с помощью окрестностных моделей параллельных слабо связанных процессов [2]. Цель исследования состоит в структурной идентификации окрестностных моделей слабо связанных систем, изучении влияния обратных связей на количество идентифицируемых параметров систем, применении алгоритмов системного анализа для оптимизации моделей. Рассмотрим окрестностную систему, состоящую из 11 вершин (2 входа (U), 7 состояний (V), 2 выхода (W)). Предположим, что она описывает два параллельных процесса, заданных над одной структурой. Одним из примеров подобной ситуации является задача описания процессов вентиляции и фильтрации воздуха в цехах различных производств: в цементном производстве [3], металлургии и других отраслях. Глобальными переменными в рассматриваемой системе являются  $V_{12}^1, V_{12}^3, V_{12}^5, U_{12}^2; W_{12}^2$ .

Окрестностная структура такой системы приведена на рис. 1.

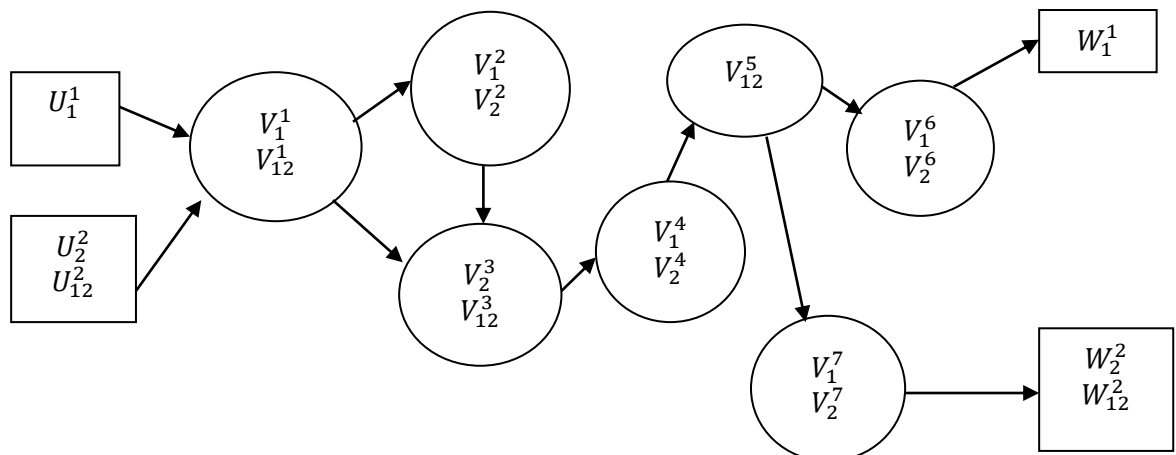
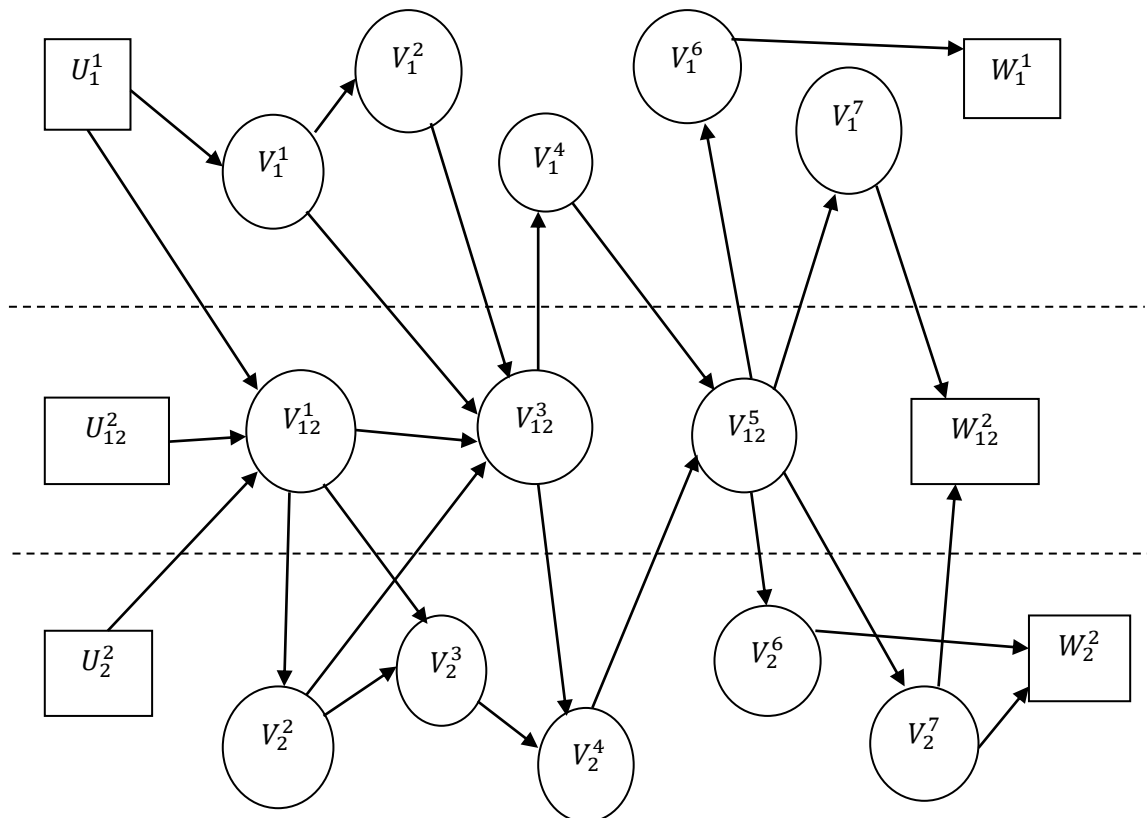


Рисунок 1 - Окрестная структура без обратных связей



Применим к указанной системе алгоритм декомпозиции [3](рис. 2).

Рисунок 2 – Окрестная структура после системного анализа

То есть из первой копии окрестностной системы удаляются все локальные вершины второй подсистемы и, аналогично из второй подсистемы удаляются все вершины первой подсистемы и инцидентные этим вершинам ребра (1). Далее две структуры соединяются по глобальным переменным связи. На следующем этапе по построенной окрестностной структуре определяются уравнения модели системы. В простейшем линейном случае модель системы на рис. 1 содержит 28 параметров, а на рис. 2 – 13 и 7 параметров соответственно для первой и второй подсистем. При уменьшении количества глобальных переменных происходит сокращение количества идентифицируемых параметров почти в два раза. В работе были рассмотрены слабосвязанные окрестностные системы, процедура их структурной и параметрической идентификации, возможности применения в цементном производстве, металлургии.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Mishachev, N.M. Metastructural identification and neighborhood systems / N.M. Mishachev, A.M. Shmyrin. – Текст: непосредственный // The Turkish online journal of design, art and communication – Tojdas. ISSN 2146-5193. – 2018. – march special edition. – pp. 363-367
2. Semina, V.V. Structural Identification of Neighborhood Model for Ventilation-Filtration System / Anatoliy Shmyrin, Nikolay Mishachev and Valeria Semina // International Journal

of Applied Engineering Research. ISSN 0973-4562. – 2017. – Volume 12, Number 2. – pp. 1114-1117.

3. Semina, V.V. Weakly Connected Neighborhood Systems / Anatoliy Shmyrin, Nikolay Mishachev and Valeria Semina // International Russian Automation Conference (RusAutoCon) Sochi, Russia, 2019. – pp. 1-6.

### **ZƏİF ƏLAQƏLİ QONŞULUQ SİSTEMLƏRİNİN TƏTBİQLƏRİ**

**B.B.Semina**

[valvlasem@mail.ru](mailto:valvlasem@mail.ru)

**G.V.Semin**

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

Tədqiqatın məqsədi zəif əlaqəli sistemlərin qonşuluq modellərini struktur olaraq müəyyən etmək, müəyyən edilmiş sistem parametrlərinin sayına əks əlaqənin təsirini öyrənmək və modelləri optimallaşdırmaq üçün sistem təhlili alqoritmlərini tətbiq etməkdir. Sement istehsalı, metallurgiya və digər sənaye sahələrində texniki sistemlərin məhəllə modelləşdirilməsi imkanları nəzərdən keçirilir.

### **APPLICATIONS OF WEAKLY CONNECTED NEIGHBORHOOD SYSTEMS**

**B.B.Semina**

[valvlasem@mail.ru](mailto:valvlasem@mail.ru)

**G.V.Semin**

**Lipetsk State Technical University**

The purpose of the study is to structurally identify neighborhood models of weakly connected systems, to study the effect of feedback on the number of identified system parameters, and to apply system analysis algorithms to optimize models. The possibilities of neighborhood modeling of technical systems in cement production, metallurgy and other industries are considered.



## ЗНАЧЕНИЕ ЧАСТОТНОГО АНАЛИЗА ЧАСТИЦ И КОНТРОЛЯ МАСЛА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

П.Л.Дюрягин

[Dyuryagin1995@yandex.ru](mailto:Dyuryagin1995@yandex.ru)

А.В.Бочаров

[alor\\_fr@mail.ru](mailto:alor_fr@mail.ru)

**Липецкий Государственный Технический Университет (Липецк, Россия)**

Современное металлургическое производство представляет собой сложный комплекс организационных, технических, технологических, социальных проблем. Главной целью производственного процесса является получение высококачественной, отвечающей современным техническим и экологическим требованиям, продукции. Получение такой продукции предусматривает создание на производстве таких условий, которые минимизировали бы снижение работоспособности металлургических агрегатов в процессе работы, повышали их эффективность, приводили к снижению травматизма. Поэтому так важны постоянные совершенствования технологических процессов и стремление к минимизации издержек производства, особенно прямых производственных затрат [1].

Непрерывный рост скорости производства продукции предъявляет высокие требования к работе механизмов, их надёжности и времени простоя [2]. Кроме того, серьёзное влияние на надёжность оборудования оказывает квалификация эксплуатационного и обслуживающего персонала. Для систематического повышения качества производимой продукции и увеличения долговечности основного и вспомогательного технологического оборудования необходима непрерывное повышение квалификации такого персонала [3].

Одной из компетенций которой необходимо обладать персоналу является возможность своевременно распознать текущее техническое состояние оборудования и предпринять корректирующие действия по устранению или снижению травмирующего воздействия. Необходимым условием для осуществления такого контроля является организация диагностической службы. Практика внедрения неразрушающего контроля на металлургическом комбинате показала достаточность в использовании не более трёх методов [3].

Для контроля состояния приводов технологических агрегатов оптимальные методы: вибродиагностика, тепловой контроль с помощью тепловизоров и трибоконтроль с помощью анализа масла. У каждого из этих способов есть достоинства и недостатки. Виброконтроль требует наличие и умения интерпретации показателей виброметров или виброанализаторов, но результат контроля очень сильно зависит от правильности измерения и исправности диагностических приборов. Поэтому виброконтроль осуществляется специалистами двух уровней компетенции. Низовой, в их задачу входит снятие показаний с приводов подконтрольного оборудования, сравнение этих показателей с эталонным и в случае отклонения на значительную величину вызов специалистов второго уровня. Целью работы этих специалистов является точечное исследование диагностических симптомов и принятие решения о проведении ремонтных мероприятий. При такой схеме организации службы вибродиагностики весь персонал ремонтной службы необходимо обучить на курсах повышения квалификации, только азам вибрационного контроля и отработать навыки использования простых виброметров, а уже реагирующая служба специалистов требует комплексное обучение и являются высококлассными специалистами по диагностике. Они являются штучными

специалистами, а обычный ремонтный и эксплуатационный персонал такими специалистами не являются, тем не менее такая схема позволяет существенно повысить скорость и точность реагирования на развивающийся отказ оборудования.

Тепловой контроль оборудования осуществляется значительно проще. Персонал обучается его основам достаточно быстро, благодаря наглядному проведению термографии с помощью современных тепловизоров. Недостатком метода является высокая зависимость результата измерения оборудования от условий окружающей среды и внешних тепловых полей. Тем не менее совместное использование двух методов позволяют повысить достоверность диагностики машин до 70% [4].

Трибодиагностика оборудования с контролем масел, позволяет повысить эту достоверность до 95%, причём используя анализ частиц износа возможно заметить негативные факторы ещё до существенных повреждений деталей машин и применить действия по их устранению. Но у этого метода есть и существенные недостатки, главное это низкая скорость анализа и сложность интерпретации результатов исследования. Нами было создана методика для обучения обслуживающего и ремонтного персонала упрощённым методам исследования масел, интерпретации вида частиц в полевых условиях без длительного лабораторного исследования отобранной пробы масла. Конечно достоверность такого экспресс анализа ниже, чем в лаборатории, но умение проводить его работником непосредственно ответственного за эксплуатацию агрегата часто даёт существенно лучшие результаты, чем более точный, но обезличенный результат лаборатории [5].

Для диагностирования сложных технических систем нет необходимости проводить полный анализ масла, забранного из приводов и трансмиссий агрегатов. Необходимо провести входной контроль, чтобы точно определить вязкость, загрязнённость посторонними веществами (в первую очередь водой), щелочное и кислотное число (ТВН и КОН), содержание цветных металлов [6].

Вязкость – это главный параметр для оценки состояния масла, поэтому важно знать начальную точное его значение. В дальнейшем с помощью простого капельного теста можно определить, если вязкость уменьшается, то в масле появилось дополнительное вещество (вода из контура охлаждения или из окружающей среды и т.п.), а если увеличивается, то причиной может являться окисление масла, загрязнение нерастворимыми веществами. Причём заметность такого изменения является косвенным признаком необходимости дополнительного исследования и контроля работы механизма. Изменение щелочного и кислотного числа являются признаками истощения нейтрализующих свойств (сработанность присадок) и накоплением в масле кислот, что показывает необходимость замены масла. В полевых условиях контроль этих параметров возможен переносным устройством для регулирования периода замены масла, но для оценки состояния контролируемого механизма они не сильно важны [7].

Содержание цветных металлов — это важный элемент контроля состояния агрегата, но он требует спектрального исследования, что дорого и возможно, как правило, в лабораторных условиях. Нами был опробован способ определения состояния оборудования по частотному анализу. Вместе с простыми методами капельного анализа масла на вязкость и содержание воды, показал достоверные результаты экспресс анализа в полевых условиях [6].

Суть капельного анализа масла заключается в том, что из картера отбирается проба. Желательно забор провести из нижних горизонтов с помощью

шприца в объёме не более 5 миллилитров. Затем на подготовленный отрез бумаги (нами на практике используется отрез сложенный вдвое, шириной 50 мм и длиной 150 мм, фильтровальной бумаги по ГОСТ 12026-76), капается 1-2 миллилитра масла. Затем по полученному следу измеряется ядро или центр капли. В ядре собираются нерастворимые углеродистые и тяжёлые механические примеси. Затем краевая зона – тёмное кольцо, окаймляющее ядро. Оно обусловлено малорастворимыми в масле органическими примесями и крупными механическими примесями. Оно отсутствует как у чистого масла, так и у очень грязного. Зоны диффузии — широкое серое кольцо за ядром. Ширина данного кольца характеризует моюще-диспергирующие свойства и работоспособность масла в целом. И кольца чистого масла — самое внешнее светлое кольцо. Его появление означает момент, когда начинают исчерпываться моюще-диспергирующие свойства масла. Снижение вязкости или увеличение вязкости масла, косвенно характеризует общую площадь пробы, при равном объеме масла. Оценив внешний вид, измерив, размеры всех колец, исследователь уже понимает общее состояние масла. Затем имеет смысл сжечь капельную пробу и по форме пламени оценить наличие или наоборот отсутствие воды (при содержании влаги более 2% пламя горит нестабильно) и цвету пламени оценить наличие цветных металлов (например, при интенсивном износе бронзовых вкладышей, частицы металла, дают зеленоватый оттенок при сгорании ядра масляной пробы) [5].

Затем остатки масла, строго 3 миллилитра исследуются с помощью микроскопа. Практика показала достаточность увеличения с кратностью 240. Нами использовался цифровой микроскоп, подключаемый к планшету. Частотный анализ выполняется с целью подсчёта частиц различной формы. Наибольшее количество частиц имеют схожую форму и в зависимости от общего объёма частиц можно определить источник износа. Причины износов технологического оборудования бывают: механические (абразивное, гидро- и газоабразивное, эрозионное, гидро- и газоэрозионное, кавитационное, усталостное, при фреттинге, при заедании); коррозионно-механические (окислительное, фреттинг-коррозия); при действии электрического тока (электроэрозионное). Увеличивая выкрошившиеся частички в масле можно чётко определить к какому типу изнашивания, они относятся. Электроэрозионное изнашивание сопровождается тепловыми явлениями и микрообъёмы металла расплавляются и иногда вымываются из зоны соприкосновения пар трения. Следы высокотемпературного расплава чётко видны под микроскопом. В случае окислительного процесса на поверхности частиц наблюдается следы коррозии, причём сами микрочастицы взвешенные в отборе пробы сами по себе не окисляются так как находятся в масле, которое является естественным ингибитором коррозии, поэтому наличие таких частиц и характеризует коррозионное повреждение пар трения. Окислы снижают чёткость граней выкрашенных частиц, но все равно по их форме можно узнать проявление механического износа. Определение причины механического износа основная задача нашего частотного анализа частиц. Если при увеличении встречаются частицы с грубыми краями чёткого кристаллической формы, то мы видим их в результате выкрашивания, его причиной чаще всего является хрупкий износ поверхности из-за излишней твёрдости и сухого соприкосновения пар трения. Устранить или существенно снизить его позволяет использование более вязкой смазки и снижения параметров эксплуатации. Второй вид частиц при увеличении представляет собой чешуйки металла. Они возникают в результате истирания одной поверхности по другой. Анализируя их размеры можно



определить скорость и интенсивность изнашивания. Частицы такой формы всегда присутствуют в пробе и показывают нормальный режим работы пары трения. Третий вид частиц представляет собой смятые или слипшиеся частицы кристаллической формы. Они являются причиной адгезионного изнашивания пар трения. Их наличие является тревожным сигналом об сухом трении, неправильно подобранной твёрдости и материале деталей, проблемах смазочного материала. Четвертая форма частиц представляет собой микростружку. Они могут быть в виде спиралей и проволочек отдельно или вокруг абразивных частиц. Их появление является чётким признаком абразивного или гидроабразивного износа. Устранить его можно с помощью обеспечения защиты пар трения от попадания в их зону загрязнений и очистки от таких частиц масла с помощью системы фильтрации.

На практике нами исследовались приводы рольгангов прокатного стана. Объем выборки составил 96 приводных роликов. Отбор масла из редуктора производился сразу после его замены, спустя 100 часов наработки и 1000 часов наработки. Затем при текущем ремонте эти редукторы разбирались и анализировалась причина и величина их износа. Частотный анализ частиц показал, что первая проба содержит порядка 300 частиц, вторая проба 450-500, а третья 1000-1200 частиц. Учитывая, что нормальной формой нами принималось чешуйчатая, то при наличии частиц другой формы более 15 % можно однозначно принимать это как диагностический сигнал. Несмотря на большое количество частиц, трудоёмкость его невелика. Даже при 1520 частицах (максимальное количество при третьем измерении) подсчёт занимает не больше 15 минут на отобранную пробу и как правило позволяет однозначно определить вид износа пар трения и скорректировать объём и характер обслуживания агрегата при следующем ТО.

Проделанная работа показала принципиальную возможность обучения эксплуатационного и ремонтного персонала, экспресс тестированию в условиях производства для проведения диагностики состояния оборудования. Конечно, предложенный метод не обладает высокой достоверности, но он не требует дорого исследовательского оборудования и длительного ожидания результатов из лаборатории. Практика показала, что с помощью экспресс оценки частотного анализа масла, возможно, определить зарождающийся дефект, раньше, чем он проявится в виде вибрации и тепловой аномалии. Обучение персонала этому методу диагностики позволит оперативно проводить реагирующие действия по устранению травмирующего воздействия на детали механизмов, что существенно повысит их долговечность.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Жильцов А. П. *Металлургические технологии и комплексы: Учебное пособие для ВУЗов*, Липецк: – изд-во ЛГТУ, 2013, 142 с.
2. Жильцов А. П. *Основы проектирования узлов и механизмов металлургических машин: Учебное пособие для ВУЗов*, Липецк: – изд-во ЛГТУ, 2013, 128 с.
3. *Повышение квалификации и переподготовка ремонтного персонала металлургических предприятий - теория и практика реализации* - Жильцов А.П., Бочаров А.В., Харитоненко А.А., Челябинина А.Л. - Черные металлы. 2019. № 3. С. 63.
4. Коллакот, Р.А. *Диагностирование механического оборудования / Р.А. Коллакот// Пер. с англ. – Л.: Судостроение, 1980. - 296 с.*

5. Диагностирование механического оборудования металлургических предприятий Седуш В.Я., Кравченко В.М., Сидоров В.А и др. Монография. — Донецк: Юго-Восток Лтд, 2004. — 100 с.
6. Фитч Дж., Тройер Д. Анализ масел. Основы и применение /Пер. с англ.; под ред. Е.А.Новикова, М.В.Кирюхина. – СПб.: ЦОП "Профессия", 2014. 176 с.
7. Топливо, смазочные материалы и технические жидкости Остриков В. В., Петрашев А. И., Сазонов С. Н., Забродская А. В. – М.:Издательство технической литературы, 2019. – 244с

**HİSSƏLƏRİNİN TEZLİK ANALİZİNİN TƏHLİLİ VƏ AVADANLIQ DAYAĞ  
NƏZARƏTİNİN ƏHƏMİYYƏTİ**

**P.L.Duryagin**

[Dyuryagin1995@yandex.ru](mailto:Dyuryagin1995@yandex.ru)

**A.V.Boçarov**

[alor\\_fr@mail.ru](mailto:alor_fr@mail.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti (Lipetsk, Rusiya)**

Metallurgiya avadanlıqlarının etibarlılığının davamlı olaraq artırılması ən aktual vəzifələrdən biridir. Buna müxtəlif yollarla nail olmaq olar. Texnoloji avadanlıqların saxlanması zamanı yaranan problemləri təhlil edərək, onun diaqnostikasında problem aşkar etdik. Bu problemi həll etmək üçün biz yataqda hissəciklərin tezlik analizi və neftə nəzarət metodunu təklif etdik. Bu üsul sadə və aydındır. Bu, nəzəri materialın uzun müddət öyrənilməsinə tələb etmir və əməliyyat və texniki qulluq işçilərini öyrətmək asandır. Bir obyektin əl ilə öyrənilməsi 15 dəqiqədən çox çəkmir və bir qayda olaraq, sürtünmə cütələrinin aşınma növünü birmənalı şəkildə müəyyən etməyə və növbəti texniki xidmət zamanı bölmənin saxlanması üçün həcmi və xarakterini tənzimləməyə imkan verir.

**THE IMPORTANCE OF FREQUENCY ANALYSIS OF PARTICLES AND OIL  
CONTROL OF TECHNOLOGICAL EQUIPMENT**

**P.L.Dyuryagin**

[Dyuryagin1995@yandex.ru](mailto:Dyuryagin1995@yandex.ru)

**A.V.Bocharov**

[alor\\_fr@mail.ru](mailto:alor_fr@mail.ru)

**Lipetsk State Technical University (Lipetsk, Russia)**

The constant increase in the reliability of metallurgical equipment is one of the most urgent tasks. This can be achieved in various ways. Analyzing the problems in the maintenance of technological equipment, we found a problem in its diagnostics. To solve this problem, we have proposed a method of frequency analysis of particles and oil control in the field. This method is simple and clear. It does not require a long study of theoretical material and is easy to train operational and maintenance personnel. Manually examining one object takes no more than 15 minutes and, as a rule, allows you to uniquely determine the type of wear of friction pairs and adjust the volume and nature of the maintenance of the unit at the next maintenance.



## ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ЦИНК-АЛЮМИНИЙ-МАГНИЕВЫЕ ПОКРЫТИЯ

А.А.Михайлов

[mihailov\\_aleks98@mail.ru](mailto:mihailov_aleks98@mail.ru)

И.П.Мазур

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

### Липецкий Государственный Технический Университет

В современных реалиях автопроизводители стремятся выпускать конкурентную продукцию, значительно выделяющуюся на рынке. Одна из задач, стоящих перед металлургами, обеспечение выпуска стали с высокой коррозионной стойкостью. Это обеспечит увеличение срока службы изделий, изготовленных из такой стали. Например, использование в автомобиле сталей с различными покрытиями позволяет не только увеличить сроки эксплуатации, но и за счет снижения веса снизить экологическую нагрузку на природу.

В сравнении с имеющимися цинковыми покрытиями цинк-алюминий-магниевое (ЦАМ) удваивает показатели коррозионной стойкости, что позволяет создавать надежные и долговечные изделия. В то же время, благодаря использованию запатентованной технологии при окрашивании ЦАМ удается сохранить показатели адгезии покрытия к полосе при штамповке [2]. Это позволяет снизить толщину наносимого покрытия на полосу, что в свою очередь приводит к снижению массы конструкций.

Формуемость, поведению при сварке, пригодность для нанесения полимерного покрытия всесторонне исследовались в компании Cogus, лаборатории компании TataSteel и параллельно при совместной работе с клиентами, рабочими группами Немецкого Института стали VDEh и другими исследовательскими центрами (рис.1).

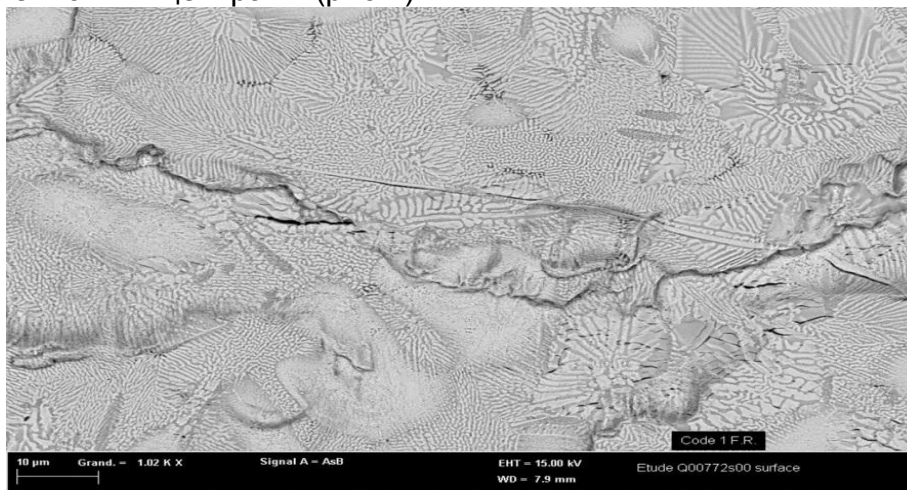


Рис. 1. Поверхность, обработанная цинк-алюминий-магниевого сплава

Основные потребители ЦАМ в Европе – Volvo (поставляется TataSteel) и BMWMini (TKS), производство которых в России не представлено. ЦАМ используется в ограниченных объемах на внутренние небольшие детали кузова, крылья, крыши (только в рамках тестирования). По оценкам SteelConsult, на 2018 европейский рынок ЦАМ оценивался в 300 тыс. т, или 2,4% от общего рынка горячеоцинкованного листового проката Европы. На сегодня, ввиду экономического кризиса и падения спроса на авторынке Европы, оценка с высокой долей вероятности снизилась.

Потенциал экономии с покрытием ЦАМ относительно проката произведенного по стандартной технологии имеет преимущества, благодаря

увеличенному периоду эксплуатации и в зависимости от характера производственной линии и исследуемого элемента находится в пределах 10–30 %. ЦАМ покрытие имеет значительные преимущества для использования в производстве лицевых деталей обшивки, так как внешний вид является наиболее важным фактором при выборе у конечного потребителя.

Исследования показали, что финансовые выгоды для одной детали могут составлять более 10 тыс. евро/год. Прежде всего, инновационное покрытие ЦАМ для стали улучшает защиту от коррозии. Следовательно, возможны более тонкие покрытия, которые уменьшают массу деталей [1;4]. Анализ рынка оцинкованного проката по коммерческому аспекту подтвердил выход стали с покрытием ЦАМ Al 1,2% Mg 1,2% на рынок проката с полимерным покрытием [3].

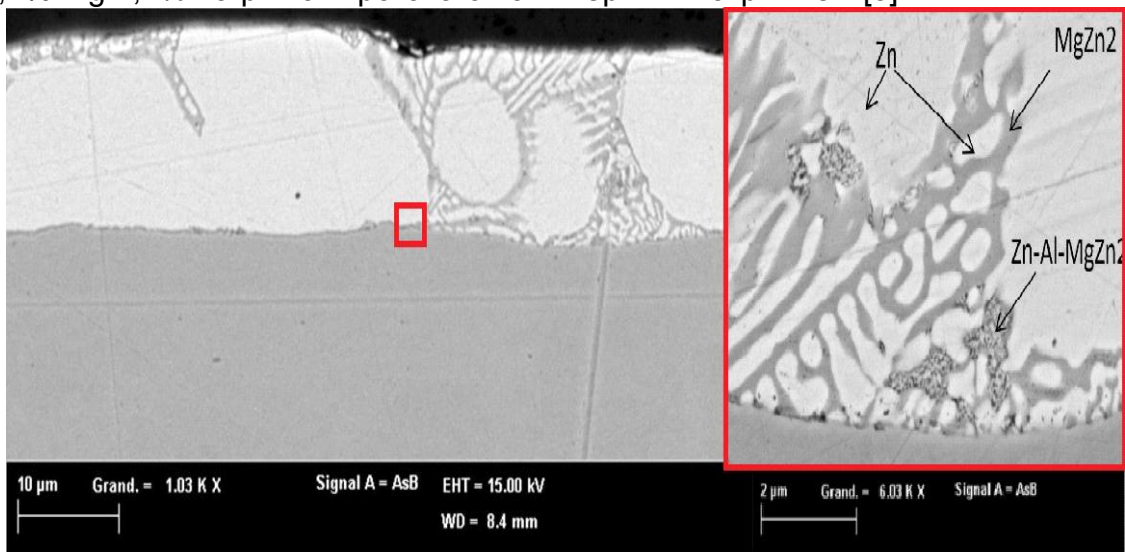


Рис. 2. Структура покрытия ZnAl(1,2%) Mg(1,2%)

Существующие ограничения на использование проката с ЦАМ покрытием в РФ:

- запрет на применение оцинкованного проката в любой среде кроме неагрессивной (~20% рынка). Для использования в иных средах требуется покрытие оцинкованного проката полимерами, что делает технологию строительства из легких стальных конструкций с использованием оцинкованного проката не конкурентоспособной по отношению к ГК прокату;
- существующий подход к агрессивности сред в зависимости от концентрации в атмосферном воздухе диоксида серы используемый в СП 28.13330.2017 не соответствует ГОСТ ISO 9223-2017 и существенно превышает предельно допустимые концентрации. Диоксид серы наиболее агрессивен по отношению к коррозионной стойкости оцинкованного проката;
- отсутствие в СП 28 «Защита от коррозии» и в СП 260 «Конструкции стальные тонкостенные из холодногнутых оцинкованных профилей» проката с ЦАМ покрытием. Проектировщики не смогут заложить данный продукт в конструкции;
- негативный опыт использования окрашенного проката с ЦАМ покрытием в производстве профильных листовых изделий.

**Выводы:** при нанесении ЦАМ покрытия детали толщина защитного слоя значительно тоньше при неизменной защите от коррозии. Существуют очевидные преимущества относительно производительности за счёт уменьшения массы готовой продукции по сравнению с обычными покрытиями. Это особенно полезно для внешних деталей обшивки.



## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Г.Ф. Шеметев ПРОИЗВОДСТВО ОТЛИВОК ИЗ СПЛАВОВ ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ. // Производство отливок из магниевых сплавов. 2017. С. 11-25.
2. И.Н. Ганиев, С.С. Содикова, С. Дж. Алихонова, Р.Х. Саидзода Повышение антикоррозионных свойств высокочистого цинка легированием алюминия 2021// Материаловедение №5. С. 3-7
3. И. Тренкнер. Оптимизированное цинк-магниевое покрытие для особо крупных стальных листов для автомобилестроения 2015//Издательский дом «Руда и Металлы» «Черные металлы». №8. С. 39-42.
4. Ю.А Кузнецов, И.Н. Кравченко, Д.Д. Яковлев, Т.А. Чеха Исследование адгезии покрытий, полученных комбинированным способом на стальных поверхностях 2020// Технология Металлов №5. С. 11-18

## **SİNK-MAQNEZIUMLUQAPLARININ TƏTBİQ PERSPEKTİVLƏRİ**

**A.A.Mixaylov**

[mihailov\\_aleks98@mail.ru](mailto:mihailov_aleks98@mail.ru)

**I.P.Mazur**

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti**

Məqalədə korroziyaya qarşı örtüklə haddelenmiş poladın təkmilləşdirilməsi imkanları nəzərdən keçirilir. Mövcud istehsalə sink-alüminium-maqnezium örtüyünün tətbiqi prokat məhsullarının eyni korroziyaya davamlılıq göstəriciləri ilə tətbiq olunan örtüyün çəkisini azaldacaqdır.

## **PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF ZINC-MAGNESIUM COATINGS**

**A.A.Mikhailov**

[mihailov\\_aleks98@mail.ru](mailto:mihailov_aleks98@mail.ru)

**I.P.Mazur**

[mazur@stu.lipetsk.ru](mailto:mazur@stu.lipetsk.ru)

**Lipetsk State Technical University**

The paper considers the possibilities of improving rolled steel with an anticorrosive coating. The introduction of a zinc-aluminum-magnesium coating into the existing production will reduce the weight of the coating applied with the same corrosion resistance indicators of rolled products.



## ПОЛУЧЕНИЕ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ВЕЩЕСТВ НА ОСНОВЕЛЕЧЕБНОЙ НАФТАЛАНСКОЙ НЕФТИ

А.Н.Мурадов

[a.muradov@uteca.edu.az](mailto:a.muradov@uteca.edu.az)

Азербайджанский Технологический Университет

Исследована вся совокупность нафтеновых углеводородов в составе нафталанской нефти. В отличие от других нефтей для нафтеновых углеводородов нафталанской нефти характерно значительное преобладание доли углерода в циклической части молекул, высокая цикличность и большая степень конденсированности молекул.

Для исследования состава нафталанской нефти были использованы современные физико-химические методы. На основании нафтенового углеводорода выделенной из нафталанской нефти был получен нафтенобальзам, который применяется для лечения различных заболеваний.

Ключевые слова: нафталанская нефть, нафтенобальзам, нафтеновые углеводороды, можжевельник, ромашка.

Краткая информация о лечебной нафталанской нефти, относящейся к Азербайджанской Республике, к Гянджинской нефтегазоносной области, находящейся на севера-Восточном склоне малого Кавказа и подножия Муrowдагского хребта.

В связи с тем, что нафтеновые углеводороды являются основными биологическими активными компонентами лечебной нафталанской нефти, представляло интерес изучение химического состава этой группы углеводородов с применением различных методов исследования. Нами для изучения нафтеновых углеводородов использованы как физические, так и химические методы исследования [1, 2].

Цель настоящей работы заключалась в проведении систематизированных исследований химического состава нафталанской нефти выделенных из него компонентов с одновременным изучением их биологической активности для установки действующего начала ее при лечебном применении.

Впервые под руководством Академика А.М. Кулиева, следующими методами: адсорбционной хроматографии на силикагеле, марки АСК-активный силикагель на крупнопористый и окиси-алюминия, фракционирования под вакуумом, термодиффузионное разделение [3], жидкостное избирательное каталитическое дегидрирование [4], селективная изомеризация, ИК, ИФ, масс-спектрометрия, газо-жидкой хроматографии и НО ядерно-магнитного резонанса [5] и др. Были изучены физико-химические свойства и определен структурно-групповой состав полученных компонентов, результаты которых приведены в таблице (j и 2).

Выявлено, что рост молекулярного веса нафтеновых углеводородов происходит как за счет увеличения числа циклов, так и за увеличения количества углеродных атомов в боковых цепях, причем относительное увеличение молекулярного веса за счет последних больше, за счет атомов углерода в циклях растет степень конденсированности молекул. Выявлено резкое отличие фракции нафтеновых углеводородов нафталанской нефти от соответствующих фракций по физико-химическим свойствам и структурно-групповому составу.



**Таблица 1.**

Физико-химические свойства нафталанской нефти

Удел. Вес	Вязкость при 50°С условно	Темпер, °С		Кислотность, °	Содержание, %				Фракци.состав	
		Вспышка	Застывание		Смол силикатель	Асфальтенов	Серы	Азота	Нач. кипения	Выкип.до 350°С
0,9395	51,48	125	-20	1,29	11,4	0,19	0,31	0,24	238	25

**Таблица 2.**

Углеводородный состав нафталанской нефти характеристика выделенных групп углеводородов

Группы углеводородов	Выход, вес	Г#	д4°	Мол. Вес	Структурно-групповой состав				
					Число колец в молекуле			Содержание углерода, %	
					Ко	Ка	Кн	Ск	Сп
Нафтеновые	55	1,4830	0,8876	285	2,5	-	2,5	59,0	41,0
Аромат-ые									
Легкие	90	1,5152	0,9373	330	2,8	0,9	1,9	55,7	44,3
Средние	11,7	1,5549	0,9944	290	3,5	1,5	2,0	75,8	24,2
Тяжелые	10,1	1,6125	1,0492	354	4,7	3,1	1,6	80,0	20,0
Смолы	14,2	-	-	-	-	-	-	-	-

Ко - общее количество колец в молекуле

Ка - ароматические кольца в молекуле

Кн - нафтеновые кольца в молекуле

Ск - содержание углерода в углеводородных циклах

Сп - содержание углерода в парафиновых цепях.

Результаты многочисленных исследований показали, что нафтеновый углеводород является биологическим активным компонентом и основным действующим началом нафталанской нефти при ее лечебном применении, оказывающим положительное влияние на ряд физических функций организма. Они не токсичны, не обладают канцерогенными свойствами. В то же время смолы и ароматические углеводороды оказались эффективным патогеническим средством при лечении целого ряда заболеваний: хирургических, гинекологических, болезней уха, горла, носа, остеохондроза, ожога 1-ой, 2-ой и 3-ей степени, язвенной болезни желудка и двенадцатиперстной кишки и др.

В этой статье перед нами поставлена задача, получить новые биологически-активные вещества на основе нафтенового углеводорода, имеющегося в составе нафталанской нефти, которое в свою очередь эффективно в лечении болезней псориаза, ревматизма, грибковых и трудноизлечимых кожных заболеваний.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Ə.N.Muradov «Исследование физико-химических свойства вакуумной фракции, выкипающих при 350-420<sup>0</sup>С с температуре нафтеновых углеводородов, полученных из нефти» Актуальные научные исследования в современном мире. Сборник научных трудов. Выпуск -2(34) часть-3; Переяслав-Хмельницкий 2018г.
2. Ə.N.Muradov “Müalicə prosesində mikroba yoluxmuş naftalan neftini bioloji aktivliyinin, bərpası üçün tətbiq edilən yeni texnoloji üsul” АМЕА-nın Gəncə bölməsi Xəbərlər məcmuəsi № 2 (72) 2018
3. А.Н.Мурадов «Синтез биологически-активных веществ на основе лечебной нафталанской нефти» ScientificofEurope № 82. 2021. Прага
4. А.Н.Мурадов «Исследование химического состава нафталанской нефти» XLII международная научно-практическая конференция г. Москва 2021г.

### **YÜKSƏK MÜALİCƏVİ XASSƏYƏ MALİK OLAN NAFTALAN NEFTİ ƏSASINDA BİALOJİ XASSƏLİ MADDƏNİN ALINMASININ TƏDQIQI**

**A.N.Muradov**

[a.muradov@uteca.edu.az](mailto:a.muradov@uteca.edu.az)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Naftalan neftinin tərkibində olan naften karbohidrogen qrupunun tərkibi hər tərəfli tədqiq edilib. Başqa neftlərdən fərqli olaraq naftalandan alınan kafen karbohidrogenlərinin molekulunda karbon atomlarının çox hissəsi qapalı həlqəsində yerləşməklə kondensləşmiş çox nüvəli naften həlqələrindən ibarətdir.

Naftalan neftinin kimyəvi tərkibini öyrənmək üçün ən müasir fiziki-kimyəvi üsullardan istifadə edilmişdir. Tibbi tədqiqat nəticəsində aydınlaşdırıldı ki, naftalan neftindən xromotoqrafik adsorbsiya üsulu ilə ayrılan naften karbohidrogen qrupu ən aktiv bioloji komponentdir.

Bu elmi tədqiqat işində qarşımıza qoyulan əsas məqsəd Naftalan neftinin kimyəvi tərkibini sistemativ olaraq tədqiq etmək, ondan ayrılmış komponentlərin eyni vaxtda bioloji aktivliklərini və müalicədə təsir edici mexanizmini aydınlaşdırmaqdır. Bundan əlavə naften karbohidrogen qrupunun əsasən yeni bioloji aktiv maddənin alınmasıdır.

### **OBTAINING OG BIDILOGICAL - ACTIVE SUBSTANCES ON THE BASIS OF MEDICAL NAPHTHALENE OIL**

**A.N.Muradov**

[a.muradov@uteca.edu.az](mailto:a.muradov@uteca.edu.az)

**Азербайджанский Технологический Университет**

All combinations of Naphtene hydrocarbons of naphthalene oil are investigated. Unlike other kinds of 0 for Naphtene hydrocarbons, the Naphtalene oil has a significant prevalence of a share of carbon in a cyclic part of molecules, high cyclic and high degree condensation of molecules.

Modern physico-chemical method were used for studying the composition of Naphtene oil. Naphtenobalsam oil was obtained on the basis of naphhenic, hydrocarbon selected from Naphtalene oil, which is used in medicine far treating various diseases.



## YAĞ ALDEHİDİNİN ALLİLHİDROZONU İLƏ BUTİLMERKOPTANIN QARŞILIQLI TƏSİRİ

V.Ə.Budaqlı

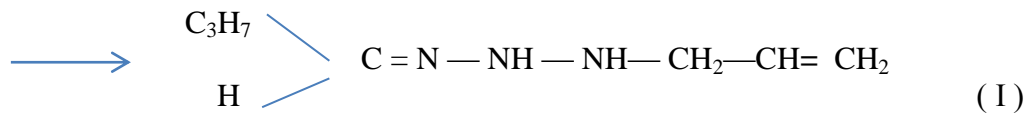
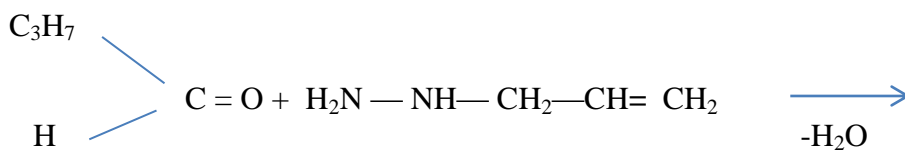
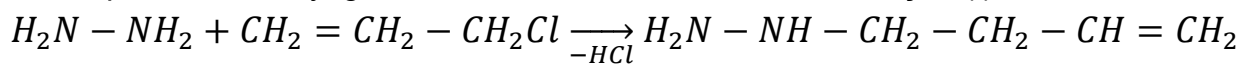
[velibudaqli73@gmail.com](mailto:velibudaqli73@gmail.com)

M.Ə.Tağıyeva

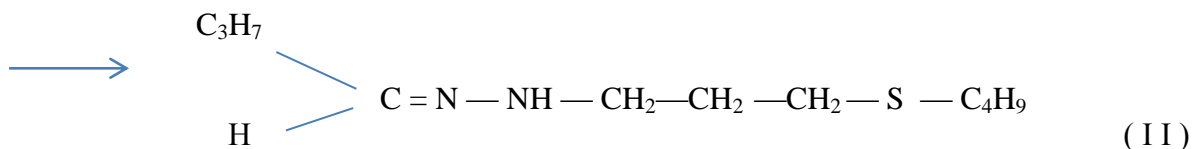
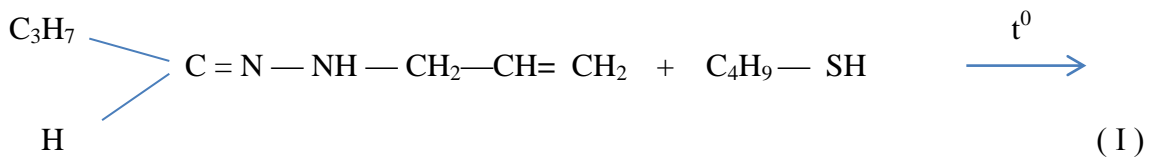
[metanet\\_mammadova@mail.ru](mailto:metanet_mammadova@mail.ru)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Məlum metodika əsasında hidrozın –hidratla allilxloridin (6:1) qarşılıqlı təsiri nəticəsində allilhidrozun, sonuncunun n-yağ aldehidi ilə kondensləşməsindən isə müvafiq hidrazon n - yağ aldehidinin allilhidrozonu sintez edilmişdir (I) :



12,5 q (0,1) 20 ml xlorbenzolda götürülmüş aldehidinin allilhidrozonu (I) üzərinə (1,2 q benzolperoksid əlavə edilməklə) daima qarışdırılmaqla 9 q (0,1 mol) n - butilmerkaptanın 10 ml benzolda götürülmüş məhlulu əlavə edilir. Sonra reaksiya qarışığı 5 saat müddətində 90-95 °C temperaturda daim qarışdırılır. Reaksiya başa çatdıqdan sonra məhlul soyudulur, buxarlandırılmaqla həlledicidən ayrılır və qalıq vakuumda qovulur (işin icrası sorucu şkafda yerinə yetirilir).Nəticədə aşağıdakı reaksiya üzrə n-yağ aldehidi hidrazonun n-tiobutil törəməsi (II) alınır.



alınan tiobirləşmənin çıxımı 49,0 % (10,8 q) təşkil edir.Qaynama temperaturu 137-139 °C 6 mm. C. St. ;  $d_4^{20}$  0,8930,  $n_D^{20}$  1,4875;  $MR_D$  tapılmışdır:69,66 ,  $MR_D$  hesablanmışdır:67,21 ; elementar tərkib tapılmışdır %; C 60,93; H 10,98 ; N 13,00 ; S 14,71 ; elementar tərkib hesablanmışdır: C<sub>11</sub>H<sub>24</sub>N<sub>2</sub> S % C61,12 ;H11,10;N 12,95 ;S 14,80.

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БУТИЛМЕРКОПТАНА С АЛЛИЛГИДРОЗОНОМ  
МАСЛЯННОГОАЛЬДЕГИДА**

**В.А.Будаглы**

[velibudaqli73@gmail.com](mailto:velibudaqli73@gmail.com)

**М.А.Тагиева**

[metanet\\_mammadova@mail.ru](mailto:metanet_mammadova@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

При взаимодействии аллилхлорида с гидразин–гидратом было получено аллил гидразин. Далее конденсацией n–маслянного альдегида было синтезировано соответствующий гидразон. В последующим было получено тио производный гидразонn –маслянного альдегида взаимодействии аллилгидразона с n –бутил меркаптаном.

**THE MUTUAL EFFECT OF BUTIL MERCAPTANWITH OIL  
ALDEHID ALLILHIRAZON**

**V.A.Budaqli**

[velibudaqli73@gmail.com](mailto:velibudaqli73@gmail.com)

**M.A.Tagiyeva**

[metanet\\_mammadova@mail.ru](mailto:metanet_mammadova@mail.ru)

**Azerbaijan University of Technology**

As a result of the research we got adequate hydrazon with the mutual affect of hydrazinehydratallylacid, n-oil aldehyd of the latter with the condensation. We synthesized tiomixing of hydrazine with the mutual affectof butilmercaptan with allilhydrazone.



**AZƏRBAYCAN KİMYA SƏNAYESİ MƏHSULLARININ DƏYƏR ZƏNCİRİNƏ UYGUN FƏALİYYƏTLƏRDƏ YARANAN RİSKLƏRİN EMPİRİK TƏHLİLİ**

**A.C.Səfərli**

[arzu.safarli@aztu.edu.az](mailto:arzu.safarli@aztu.edu.az)

**L.R.Muradova**

**A.Ş.Məmmədzadə**

**E.Ə.Yusifov**

**Azərbaycan Texniki Universiteti**

Son dövrlər dünya bazarlarında baş vermiş qiymət artımı qlobal miqyasda olduğu kimi ölkəmizdəki istehlakçılara da təsir etmişdir. Vəziyyətin belə bir həddə çatmasına texnoloji inkişaf və dəyişikliklər, dəyər zəncirinin marketinqi kimi bir çox amillər təsir göstərmişdir. Bu səbəblər arasında dəyər zəncirinin bir çox pilləsində artan konsentrasiya dünyanın müxtəlif ölkələrində istehsal və pərakəndə satış mərhələlərində şaquli inteqrasiyaların mövcudluğu, inteqrasiyanın birləşmə və satınalmalar yolu ilə həyata keçirilməsi dəyər zəncirinin institusional strukturunda iri miqyaslı pərakəndə satıcıların üstünlük təşkil etməsi yer almaqdadır [2]. Digər tərəfdən, dəyər zəncirinin istənilən pilləsində meydana çıxan kartel zəncirin aşağı bazarlarında qiymətləri artırma, alıcı kartel yuxarı bazarlarda qiymətləri aşağı sala bilər. Dəyər zəncirində dominant mövqedə olan şirkət öz bazar mövqeyindən istifadə edərək rəqiblərini kənarlaşdırma, potensial rəqiblərin bazara daxil olmasını çətinləşdirə və ya onların aşağı və yuxarı bazarlarda fəaliyyət göstərməsinə mane ola bilər. Dəyər zəncirində eyni səviyyədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin birləşməsi bazar gücü yarada və ya şaquli bazarlarda fəaliyyət göstərən müəssisələrin birləşməsi bazarda dominant mövqeyə səbəb ola bilər [3]. Bunlar rəqabət hüququ ilə bağlı problemlərin mövcudluğuna diqqət çəkir.

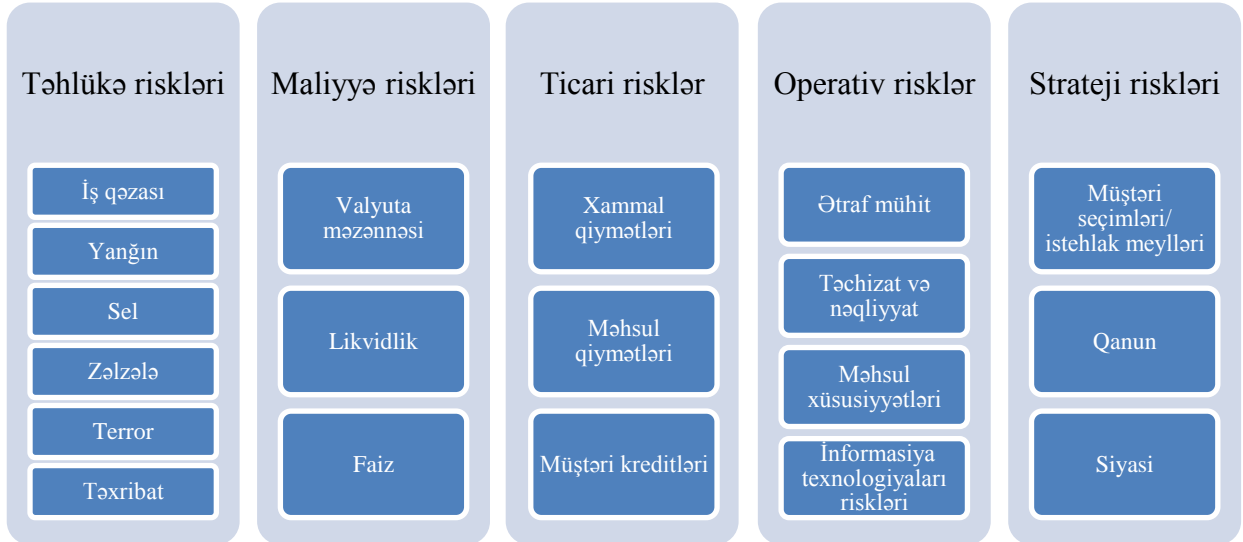
Dəyər zənciri yanaşması kimya sənayesi məhsullarının dəyər zəncirinin sağlam fəaliyyətinin nümayiş etdirilməsində, ədalətli dəyərin bölüşdürülməsində, bazar məlumat toplusunun təmin edilməsində və kimya sektorunun sistematik şəkildə monitorinqində bir vasitə kimi istifadə edilə bilər.

Dəyər zəncirinin davamlılığı və optimallaşdırılması üçün bu prosesdə qarşılaşa bilinəcək mümkün risklər əvvəlcədən müəyyən edilməli və ya onların təsirləri minimuma endirilməlidir. Bu məqsədlə mümkün risklər üçün maliyyə resursları ayrılmalı və lazımı bölmələr yaradılmalıdır. Əks halda, optimallaşdırmadan əldə edilən mənfəət itkilərə çevrilə bilər. Qanunvericiliyin risklərin idarə edilməsinə baxışı aktivlərin və əməliyyat qanuniliyinin qorunması, əməliyyatların etibarlılığının və davamlılığının təmin edilməsi və korporativ davamlılığın təmin edilməsidir. Risklərin idarə edilməsi çərçivəsində kimya sənaye müəssisələri bütün sahələrdə potensial riskləri qabaqcadan görmək, yaxından izləmək və effektiv şəkildə idarə etmək qabiliyyətinə malikdir.

Müəssisələrin məruz qala biləcəyi potensial risklər Şəkil 1-də göstəriləyi kimi beş əsas və on doqquz alt başlıq altında qiymətləndirilir. Effektiv risk idarəçiliyini həyata keçirmək üçün kimya müəssisələri bütün bu müəyyən edilmiş risk sahələri üçün qabaqcıl erkən xəbərdarlıq və təqib sistemləri, proaktiv idarəetmə üsulları hazırlamalıdırlar.

Kimya müəssisələrinin qarşılaşa biləcəyi risklər və görülən tədbirlər aşağıdakı kimi ümumiləşdirilə bilər.

**Şəkil 1.** Kimya müəssisələri üzrə risk xəritəsi [1]



Kimya sənayesinin emal müəssisələrində və iş yerlərində meydana gələ biləcək istehsalat qəzaları, yanğın, sel, zəlzələ, terror və təxribat kimi hadisələr təhlükə qrupuna aid risklər kimi qəbul edilir və bu risk qrupu yarana biləcək mənfi təsirləri minimuma endirmək üçün texniki təhlükəsizlik tədbirlərini özündə əks etdirir.

Azərbaycanda kimya sənaye müəssisələri maliyyə bazarlarında baş verən dalğalanmalar və qeyri-müəyyənliklər qarşısında yarana biləcək riskləri və itkiləri minimuma endirməyə çalışır. Bu məsələ **valyuta**, **likvidlik** və **faiz riskləri** kimi üç alt başlıq altında qiymətləndirilir.

Müəssisələrin üzləşə biləcəyi kommersiya risklərini də üç alt başlıq altında təsnifatlandırmaq mümkündür. - **xammal qiymətləri**, - **məhsul qiymətləri**, - **müştəri kreditləri**. Həmçinin, müəssisələrdə yarana biləcək mümkün əməliyyat risklərini də aşağıdakı kimi təsnifatlandırmaq olar: - **ətraf mühitə təsir riski**, - **təchizat/nəqliyyat riski**, - **məhsul xüsusiyyətləri riski**(standartlar).

Qarşılaşa biləcək mühüm strateji risklər isə aşağıdakı kimi təsnifatlandırılır: - **siyasi**, - **hüquqi**, - **müştəri seçimlərinə təsir edən beynəlxalq tendensiyalar**, - informasiya texnologiyaları riskləri.

Göründüyü kimi, bir çox ölkələrin rəqabət orqanlarına istehlakçılar tərəfindən ödənilən yüksək qiymətlər və sahibkarlıq subyektlərinə ödənilən aşağı qiymətlər səbəbindən yerli sektorun monitorinqi vəzifəsi qoyulmuşdur. Eynilə, Rəqabət Qurumu kimya sektoru ilə bağlı bir çox ilkin araşdırmalar və sektoral araşdırmalarla sektoru nəzarətdə saxlayır. Səlahiyyətli orqanlar kimya sektorunu müşahidə edərkən, təmər küzləşmənin qarşısını alır, şaquli inteqrasiyanın bazara mənfi təsirlərinin qarşısını alır, dominantlıqdan sui-istifadə ilə bağlı təcrübələr şəffaflığı təmin etmək və rəqabət qanunvericiliyinə zidd olan razılaşmaların və razılaşdırılmış təcrübələrin qarşısını almaq üçün dəyər zənciri yanaşmasından istifadə edir.



### **ƏDƏBİYYAT**

1. Balasubramanian, K. (2002). Supply Chain Management in Oil Downstream Distribution Business: An perspective on IT Alternatives and Issues. Infosys Technologies Ltd. Retrieved March 18, 2015 from <http://slidehot.ru/resources/microsoft-word-supply-chain-management-in-oil-downstream.312783/>
2. OECD. (2013). Policy Roundtables Competition Issues in the Food Chain Industry. Paris: OECD.
3. World Economic Forum. (2018). Global Value Chain Policy Series Competition. Geneva: World Economic Forum.

### **ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РИСКОВ, ВОЗНИКАЮЩИХ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СООТВЕТСТВИИ С ЦЕПОЧКОЙ ЦЕННОСТИ ПРОДУКЦИИ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ АЗЕРБАЙДЖАНА**

**А.Д.Сафарли**

[arzu.safarli@aztu.edu.az](mailto:arzu.safarli@aztu.edu.az)

**Л.Р.Мурадова**

**А.Ш.Маммадзаде**

**Е.А.Юсифов**

**Азербайджанский Технический Университет**

В работе использовались методы анализа и синтеза. Здесь метод анализа предназначен специально для изучения анализа интеграции химической промышленности Азербайджана в мировой рынок. Метод синтеза использовался для объединения отдельных элементов (свойств, признаков) в единое целое для более детального изучения.

### **EMPIRICAL ANALYSIS OF RISKS ARISING IN ACTIVITIES ACCORDING TO THE VALUE CHAIN OF AZERBAIJAN CHEMICAL INDUSTRY PRODUCTS**

**A.J.Safarli**

[arzu.safarli@aztu.edu.az](mailto:arzu.safarli@aztu.edu.az)

**L.R.Muradova**

**A.Sh.Mammadzade**

**E.A.Yusifov**

**Azerbaijan Technical University**

Analysis and synthesis methods were used in the research work. Here, the analysis method is designed to specifically study the analysis of the integration of the chemical industry in Azerbaijan into the world market. The synthesis method was used to make individual elements (properties, attributes) into a single whole for a more detailed study.



**FASILƏSIZTÖKMƏ-YAYMATEXNOLOGIYASI İLƏALÜMINIUMVƏRƏQI  
ISTEHSALINDA ƏRINTININ TEMPERATURUNUN VƏ SÜRƏTİNİN PROSESİN  
DEFORMASIYA ZONASININ UZUNLUĞUNA TƏSİRİNİN TƏDQIQI**

**N.T.Vəliyev**

[v.nazim@mail.ru](mailto:v.nazim@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

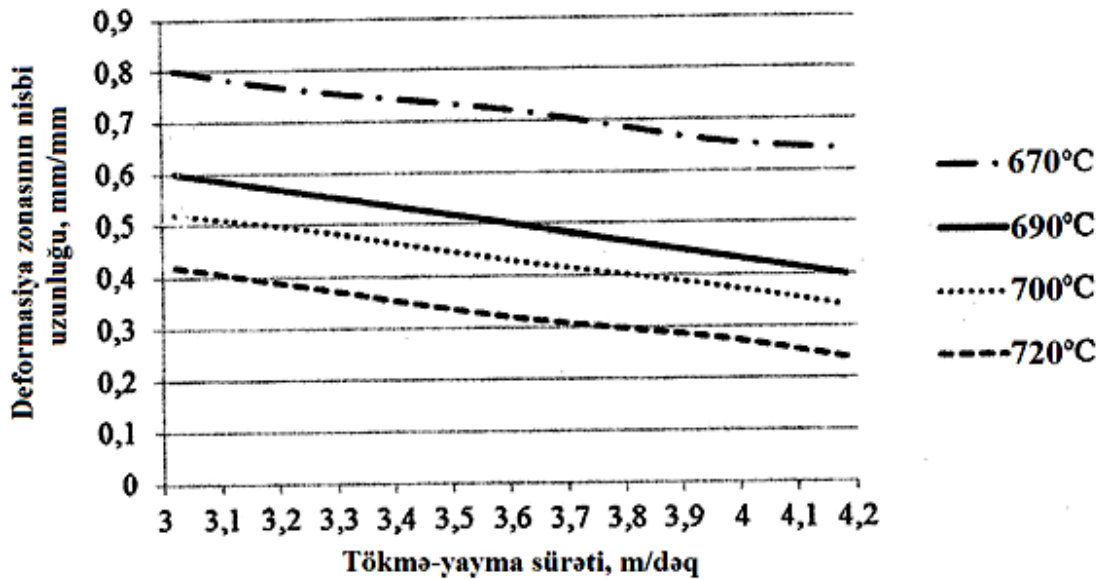
Məlum olduğu kimi, bu texnologiyanın ən önəmli üstünlüklərindən biri diyircəklər arasında kristallaşma sürətinin yüksək olmasıdır, bu da hazır vərəqin homogen tərkibini təmin edir. Ona görə də tərkibində müxtəlif ərimə temperaturuna malik legirləşdirici elementlər olan yüksək legirli ərinti istehsalında bu texnologiya əvəz olunmazdır. Müəyyən olunmuşdur ki, bu texnologiyada maksimum nəticə əldə etmək üçün komil-zona və onun tərkib hissələri olan kristallaşma və deformasiya zonalarının parametrləri daimi olaraq nəzarətdə olmalıdırlar. Ancaq, bu texnologiyanın konstruktiv və texnoloji xüsusiyyətləri kristallaşma-deformasiya zonasında baş verən prosesin tədqiqatçıları tərəfindən birbaşa müşahidə edilməsinin mümkün olmaması belə nəzarətə imkan vermir. Keçirilən eksperimental tədqiqatlar isə bir sıra məhdudiyətlərə malikdirlər. Ona görə də təcrübə tədqiqatları yanaşı eyni vaxtda diyircəkli tökmə-yayma prosesi təsvir edən riyazi və fiziki modellərinin yaradılması zərurəti də yaranmışdır. Ancaq, fiziki model vasitəsilə prosesə kompleks şəkildə yanaşmaq mümkün olmadığından, sonrakı tədqiqatlar yalnız riyazi modellərin inkişafı istiqamətində olmuşdur [1,2]. Diyircəkli kristallaşdırıcıda metalın axmasının modelləşdirməsinin sonrakı inkişafı sonlu elementlər metodunun tətbiqi ilə əlaqələndirilir [3,4,5].

Diyircəkli tökmə-yaymada, metal-diyircək sistemində kompleks şəkildə yanaşmaq üçün, ANSYS FLOTRAN modulundan istifadə etməklə [6] riyazi model tərtib edilmişdir. İşin əsas məqsədi ondan ibarət olmuşdur ki, modelin dəqiqliyi artırılсын və diyircəkli tökmə-yaymada alüminium ərintilərinin deformasiya parametrləri ilə temperatur və metalın tökmə sürəti arasında asılılıqlar alınsın. ANSYS Flotran modulunun əsas üstünlüyü ondan ibarətdir ki, o metalı özlülüyü dəyişən maye kimi təsvir etməyə imkan verir. Bundan başqa, belə yanaşma imkan verir ki, metalın hərəkətinin sürət fərqi nəzərə alınsın. Bu da, hidrodinamik və istilik məsələlərini birgə həll etdikdə temperaturun paylanmasına, likvidus və solidus xətlərinin vəziyyətinə önəmli şəkildə təsir edir. FLOTRAN modulu tərəfindən istilik və hidrodinamik məsələlərinə istifadə edilən əsas tənliklər [6] – də göstərilmişdir. Metal-diyircək sisteminin birgə həlli modelləşmədə diyircəkli tökmə-yayma prosesinin çoxlu sayda texnoloji və konstruktiv parametrlərini nəzərə almağa imkan verir. *Texnoloji parametrlərə aiddirlər.* Tökülən metalın temperaturu, diyircəklərin fırlanma sürəti, metaldan diyircəyin bandajına və ondan da soyuducu mayeyə istilik verməməsalı və soyuducu mayenin sərfi. *Konstruktiv parametrlər* kristallaşma-deformasiya zonasının ümumi uzunluğu, diyircəklər arası araboşluq və diyircək-kristallaşdırıcıların diametri aid edilir. Bu parametrlərin bir hissəsi tökmə-yayma prosesində operativ nizamlanıla bilər, parametrlərin bir hissəsi isə qurğu layihələndirilərkən ona qoyulan imkanlarla məhdudlaşır.

Riyazi modelin dəqiqliyini yoxlamaq üçün Almaniyanın Leybnits adına Hanover Universitetinin Metalşunaslıq İnstitutunda uyğun şərait yaradılıb təcrübə qoyulmuşdur.

Təcrübə üçün tökülən ərinti kimi AL-Mg-Si EN AW 6082 sistemli ərinti götürülmüşdür ki, bu da deformasiya olunan orta bərklikli ərintilərə aiddir.

Modeli həll etmək üçün aşağıdakı şərtlər verilmişdir: kristallaşma zonasına verilən metalın temperaturu sabitdir, bandajların sərhədlərində axan metalın sürəti diyircəklərin fırlanma sürətinə bərabərdir, bandajların havada soyuması sərbəst konveksiya ilə verilib.



Şəkil 1. Deformasiya zonasının nisbi uzunluğunun diyircəkli tökmə-yayma prosesinin temperatur-sürət parametrlərindən asılılığı

Şəkil 1-də kristallaşma-deformasiya zonasının ümumi uzunluğu 50 mm olmaqla və yayılan vərəqin qalınlığı 3 mm olan EN AW-6082 ərintisi üçün deformasiya sahəsinin uzunluğunun ərintininbaşlanğıc temperaturu və tökmə sürətindən asılılığı göstərilmişdir. Bu asılılıq bir seriya təcrübə nəticəsində əldə edilmişdir.

Alınan nəticələr göstərir ki, diyircəkli tökmə-yaymada deformasiya sahəsinin uzunluğunun dəyişməsi xarakter müxtəlif temperaturlar üçün oxşardır və xətti xarakter daşıyır. Bu onunla izah olunur ki, metalla diyircəklərin təmas müddəti və bandajların temperaturu vərəqin formalaşmasına birgə təsir edirlər. Hər iki göstərici ərintinin tökmə sürəti azaldıqca sinxron şəkildə artır. Tökmə temperaturun artması deformasiya zonasının uzunluğunun qeyri xətti azalmasına gətirir. Belə ki, temperatur nəqədər yüksək olsa, deformasiya zonasının uzunluğu bir o qədər az qısılır. Bu kristallaşma zonasında metalın temperaturunun artımı ilə metaldan bandajlara da istilik axınının artması ilə izah olunur və bununla da deformasiya sahəsi daha az uzanır.

## ƏDƏBİYYAT

1. Interfacial heat transfer coefficients and solidification of an aluminum alloy in a rotarukontinuous caster/Noecheoung, Newton S.Santos, Joze M., V.Quaresma, George S.Dulikvarich, Amauri Garcia// International Journal of Heat and Mass Transfer.-2009 .- Vol.52. №1.-P.451-459.
2. Lin H.J. Modelling of flow and heat transfer in metal feeding system used in twin roll casting / Lin H.J.// Modelling and Simulation in Materials science and Engineering.-2004. Vol.12/-S.255-272.
3. Vəliyev N.T. Diyircəkli tökmə-yayma prosesinin və onun modelləşdirilməsinin bəzi məsələləri. Azərbaycan Texnologiya Universitetinin “Elmi Xəbərlər” məcmuəsi, №1, 2017-S.32-36.

4.Гридин О.Ю.Математичне моделювання процесу валкові розливки-прокатки за до тогоюпрограми ANSYS / Гридин О.Ю.,В.М.Данченко Металлургическая и горнорудная промышленность.-2008.№ 5.- С.90-94.

5.Гридин А.Ю.Математическое моделирование температурного поля металла и валков в процессе валковой разливки-прокатки.Ж. Обработка металлов давлением.- 2009.-№1(20) – С.75-83

6.Столбченко М. Ю. Применение модуля ANSYSФлотран для моделирования процесса валковой разливки-прокатки полос/ Ю.М.Столбченко,А.Ю.Гридин // Обработка материалов давлением: сб.нау.труд.Краматорск: ДГМА,2011.- .№ 3(28).- С.41-44.

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ТЕМПЕРАТУРЫ И СКОРОСТИ СПЛАВА НА ДЛИНУ ЗОНЫ ДЕФОРМАЦИИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ АЛЮМИНИЕВОГО ЛИСТА ПО ТЕХНОЛОГИИ НЕПРЕРЫВНОЙ РАЗЛИВКИ-ПРОКАТКИ**

**Н.Т.Велиев**

[v.nazim@mail.ru](mailto:v.nazim@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В статье используя модуль “ANSYS Flotran” исследуется влияние температуры и скорости сплава на длину зоны деформации.

Полученные результаты показывают, что изменение длины поля деформации при валковом литье имеет сходный и линейный характер для разных температурповышение, температуры литья приводит к нелинейному уменьшению длины очага деформации.

**RESEARCH OF THE EFFECT OF TEMPERATURE AND ALLOY RATE ON THE LENGTH OF THE DEFORMATION ZONE IN THE PRODUCTION OF ALUMINUM SHEETS USING CONTINUOUS CASTING-ROLLING TECHNOLOGY**

**N.T.Veliev**

[v.nazim@mail.ru](mailto:v.nazim@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

In this article, using the “ANSYS Flotran” module, the effect of temperature and alloy velocity on the length of the deformation zone is investigated.

The results show that the change in the length of the deformation field during roll casting has a similar and linear character for different temperatures, increasing the casting temperature leads to a non-linear decrease in the length of the deformation center.



## METALLARIN MAQNİT ÇEVRİLMƏSİ XASSƏSİNİN ARAŞDIRILMASI

Ə.M.Ramazanov

[adalet.ramazanov@mail.ru](mailto:adalet.ramazanov@mail.ru)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Kristallaşmış metallarda baş verə bilən çevrilmələr – maqnit çevrilməsi, allotropik çevrilmə, bərk məhlulun nizamlanması, soyutmada effektoidin parçalanması və qızdırmada effektoidin əmələgəlməsi halı ilə izah olunur. Bərk məhlullarda baş verən çevrilmələr temperaturdan asılı olaraq metalın müxtəlif atom – kristallik faza qəfəslərinə malik olma qabiliyyətidir. Metalın bu qabiliyyətinə elmdə polimorfizm deyilir. Polimorf çevrilməyə səbəb çevrilmə nəticəsində yaranan maddənin daha az sərbəst enerjiyə malik olmasıdır. Əgər çevrilmə metalın soyudulması zamanı gedərsə istiliyin ayrılması, qızdırılması zamanı gedərsə istiliyin udulması müşahidə olunur.

Bəzi metallar onlara xas olan xüsusi maqnit xassəsinə malikdir. Bunlara misal olaraq dəmir, kobalt, nikel və b. misal göstərmək olar. Yüksək maqnitləşmə xassəsinə malik olan belə metallara ferromaqnit metallar, maqnitləşmə xassəsinə isə ferromaqnetizm deyilir. Alimlərin laborator analizləri göstərmişdir ki, metallarda ferromaqnetizm xassələri temperaturun artması ilə azalır və temperatur müəyyən həddə çatdıqda ferromaqnetizm xassəsi tamamilə yox olur. Metalların ferromaqnetizmin tamamilə yox olduğu bu temperatur nöqtəsinə maqnit çevrilməsi nöqtəsi deyilir. Maqnit çevrilməsi nöqtəsi nikel üçün 360°C, dəmir üçün 768°C, kobalt üçün isə 1150°C-dir. Adları qeyd olunan erintilərin maqnit çevrilməsi və allotropiya xassələri temperaturdan asılı olaraq dəyişir. Lakin maqnit çevrilməsi allotropik çevrilmələrdən bir çox xüsusiyyətləri ilə fərqlənir.

1. Maqnit xassəsi maqnit çevrilməsi nöqtəsinə yaxınlaşdıqca maqnit xassəsi tədricən azalır.
2. Maqnit çevrilməsi ifrat soyutma dərəcəsindən asılı olmayaraq dəyişməz qalır.
3. Maqnit çevrilməsi zamanı metalın mexaniki və bir çox fiziki xassələri (elektrik və istilik xassələrindən başqa) dəyişməz qalır.
4. Allotropik çevrilmədən fərqli olaraq maqnit çevrilmələrində kristallik fəza qəfəsi dəyişmir.

Müasir elmi mülahizələrə və laborator analizlərə əsaslanaraq maqnit çevrilmələrində dəyişiklik metalın kristal quruluşunda deyil, atomların xarici və daxili elektron təbəqələrinin qarşılıqlı əlaqələrində baş verir.

## ИССЛЕДОВАНИЕ НАМАГНИЧИВАЕМОСТИ МЕТАЛЛОВ

А.М.Рамазанов

[adalet.ramazanov@mail.ru](mailto:adalet.ramazanov@mail.ru)

Азербайджанский Технологический Университет

Исходя из современных научных соображений и лабораторного анализа, изменение магнитных превращений происходит не в кристаллической структуре металла, а во взаимодействиях внешнего и внутреннего электронных слоев атомов.

## INVESTIGATION OF THE MAGNETIZATION PROPERTY OF METALS

A.M.Ramazanov

[adalet.ramazanov@mail.ru](mailto:adalet.ramazanov@mail.ru)

Azerbaijan Technological University

Based on modern scientific considerations and laboratory analysis, the change in magnetic transformations occurs not in the crystal structure of the metal, but in the interactions of the outer and inner electronic layers of atoms.





**PLATİNİ İZOAMİLSRİRTİ İLƏ QIZILDAN EKSTRAKSİYON AYIRMAQLA  
REYNEKEAT (  $Pt[Cr(NH_3)_2(CNS)_4]_2$  ) ŞƏKLİNDƏ QRAVİMETRİK TƏYİNİ  
Ə.A.Əlbəndov**

[alamdar.albendov2020@mail.ru](mailto:alamdar.albendov2020@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Analitik kimya praktikasında geniş tətbiq edilən reaqentlər sırasına daxil olan birləşmələr qrupundan biri də qeyri-üzvi komplekslərdir. Bunlardan biri də bir sıra nadir və əlvan metallara qarşı seçiciliyə malik Reyneke duzu adlanan ammonium tetradodanodiamminxromiat(III)- $NH_4[Cr(NH_3)_2(CNS)_4]$  tərkibli kompleks birləşmədir.

Reyneke duzu qırmızı rəngli kristallik birləşmə olub suda, etanol və efirdə yaxşı həll olaraq qırmızı rəngli məhlul əmələ gətirir. Suda məhlulu qaynadıldıqda parçalanır və ayrılan Cr(III) ionlarının hesabına məhlul yaşıl rəngə boyanır[1]

Reyneke duzunun analitik kimya praktikasına sistemətik tətbiqi prof. İ.L.Baqbanlı tərəfindən tədqiq edilmişdir. Bunun nəticəsi olaraq mis, sink, kadmium, tallium, qızıl, gümüş, bismut, nikel, kobalt, tellur və selenin miqdarı təyini metodları işlənilib hazırlanmışdır[2].

Tərəfimizdən ilk dəfə müəyyən edilmişdir ki, Pt(II) və onun tetratiokarbamid kompleksi- $[Pt(SCN_2H_4)_4]^{2-}$  Reyneke duzu ilə uyğun olaraq  $Pt[Cr(NH_3)_2(CNS)_4]_2$  və  $[Pt(SCN_2H_4)_4][Cr(NH_3)_2(CNS)_4]_2$  tərkibli suda praktiki həll olmayan rəngli komplekslər əmələ gətirir. Alınan bu komplekslər əsasında müəllif tərəfindən platinin miqdarı təyininin qravimetrik, titrimetrik, fotometrik və potensiomətrik metodları işlənilib hazırlanmış və tərkibində platin olan təbii obyektlərdə və müxtəlif materiallarda platinin miqdarı təyininə tətbiq edilmişdir[3;4].

Təbiətdə platin müşayət edən elementlərdən biri də qızıldır. Qızıl həmçinin müxtəlif sahələrdə tətbiq olan bir sıra platin ərintilərinin tərkibinə daxildir. Odur ki, qızılın iştirak etdiyi obyektlərdə platinin təyini mühüm praktiki əhəmiyyət kəsb edir.

Au(I) ionları platin (☺)-ionlarına oxşar olaraq Reyneke duzu ilə  $Au[Cr(NH_3)_2(CNS)_4]$  tərkibli çöküntü əmələ gətirir. Odur ki, platin təyin etmək üçün ilk öncə qızılı platindən ayırmaq tələb olunur. Bu prosesi həyata keçirmək üçün tərəfimizdən ekstraksiya metodu işlənilib hazırlanmışdır.

Məlumdur ki, platin və qızılın xlor kompleksəri xlorid turşusu mühitində izoamil spirrti ilə okson birləşmələri əmələ gətirir ki, bunlar da spirtlə ekstraksiyaya olunaraq üzvi fazaya keçir [5].

Tərəfimizdən müəyyən edilmişdir ki, tərkibində  $H_2[PtCl_6]$  və  $H[AuCl_4]$  olan məhlulda asetat turşusu iştirak etdikdə platin asetat turşusu ilə davamlı kompleks əmələ gətirdiyindən onun izoamil spirrti ilə okson birləşməsi əmələ gətirməsinin qarşı alınır və bunun nəticəsi olaraq izoamil spirrti ilə ekstraksiya olunmur. Qızıl isə əksinə izoamil spirrti ilə okson birləşməsi əmələ gətirdiyindən ekstraksiya olunaraq üzvi fazaya keçir və beləliklə platindən ayrılmış olur.

**Təcrübi hissə.** Təcürbələrdə  $H_2[PtCl_6]$  və  $H[AuCl_4]$ -ün 0,1N. HCl məhlulundan istifadə edilmişdir. Mühitdə HCl-un qatılığı 0,1N olmuşdur. İlk öncə qızılın izoamil spirrti ilə ekstraksiyasının asetat turşusunun qatılığından asılılığı öyrənilmişdir. Bunun üçün ayrı-ayrı qıfı müəyyən həcm  $H[AuCl_4]$  məhlulu və müvafiq miqdarlarda qatı sirkə turşusu daxil edərək alınan qarışıqın üzərinə 5ml izoamil spirrti əlavə edilmişdir. Qarışıq çalxalandıqdan və fazaların bir-birindən tam ayrılmasından sonra su fazasını ayıraraq onda qızılın miqdarı həcmi-Reynekeat metodu ilə təyin edilmişdir [2] Sirkə turşusunun qatılığının qızılın ekstraksiya

Sirkə turşusunun qatılığının qızılın ekstraksiya faizinə təsiri Au(I)-un məhlulda sabit qatılığı şəraitində aparılmışdır. Su fazasının həcmi 4ml, üzvi fazanın həcmi 5ml olmaq şərti ilə aparılan seriya təcürbələrin nəticələri göstərmişdir ki, qatı sirkə



turşusunun 0,2-2,0 ml/5ml qatılıq intervalında qızılın ekstraksiya faizi özünün maksimum dərəcəsinə çatmış olur və qızıl miqdarı olaraq tam ekstraksiya olunur. Sirkə turşusunun qatılığının sonrakı artırılması fazaların qarşılıqlı bir-birində həll olması ilə nəticələnir

Sonrakı təcrübələrdə su və üzvi fazanın həcmnin uyğun olaraq 4 və 5ml olması şərti ilə qızılın izoamil spirti ilə ekstraksiyasının onun miqdarından asılılığı tədqiq edilmişdir. Müəyyən edilmişdirki, qızıl 0,45-3,66 mq/4ml qatılıq intervalında okson kompleksi şəklində tam ekstraksiya olunur, Au(I)-in 4,01 mq/ml qatılığında üzvi faza doymuş olur və müəyyən miqdar qızıl su fazasında qalır. Göstərilən şəraitdə platin isə ekstraksiyada iştirak etməyərək su fazasında qalır

Alınan nəticələri rəhbər tutaraq qızılı ekstraksiya edib ayırdıqdan sonra platinin su fazasında reynekeat şəklində təyininə dair təcrübələr aparılmışdır. Alınan nəticələr aşağıdakı cədvəldə verilmişdir.

**Qızılı izoamil spirti ekstraksiya etdikdən sonra su fazasında platinin reyneket şəklində təyini**

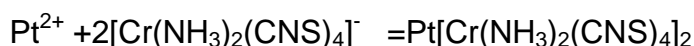
Götürülmüşdür, mq		Təyin edilmişdir	
Pt	Au	mq	%
3,75	0,89	3,74	99,73
3,75	0,89	3,74	99,73
3,75	1,34	3,74	99,73
3,75	1,34	3,77	100,53
3,75	1,79	3,76	100,27
3,75	1,79	3,74	99,73
3,75	2,66	3,77	99,53
3,75	2,66	3,76	100,27

Aparılan tədqiqatlar əsasında qızılı izoamil spirti ilə ekstraksiya edib ayırdıqdan sonra platinin reynekeat şəklində qravimetrik təyininin aşağıdakı metodu işlənilib hazırlanmışdır

**Analizin gedişi.** Tərkibində  $H_2[PtCl_6]$  və  $H[AuCl_4]$  olan tədqiq olunan məhluldan 1-2ml məhlul ayrıcı qıfa daxil edilərək üzərinə 0,5ml qatı sirkə turşusu əlavə edib alınan qarışıqın həcmi distillə suyu ilə 4ml-ə çatdırılır. Bundan sonra 4ml izoamil spirti əlavə edib qarışığı bir dəqiqə çalxalamaqla fazaların tam ayrılmasını təmin edərək su fazasını üzvi fazadan ayırırlar. Alınan sulu məhlul həcmnin təxminən 1-2ml-ə çatmasına qədər su hamamında qızdırılır.

Alınmış məhlulun turşuluğunu xlorid turşu ilə 4N-ə çatdırıldıqdan sonra üzərinə artıqlaması ilə (9-12 dəfə) 10%-li qalay 2-xlorid məhlulu əlavə edib məhluldan platin(II) təzə hazırlanmış və süzülmüş 2,5%-li Reyneke duzu məhlulu ilə çökdürülür.

Platinin Peyneke duzu ilə çökməsi aşağıdakı tənlik üzrə baş verir:



Çöküntü süzülüb yuyulduqdan sonra 105<sup>0</sup>S-də qurudularaq sabit çəkiyə gətirilir. Şöküntünün molekulyar çəkisi – 831,86; çevirici əmsal - 10,2345

**ƏDƏBİYYAT**

1. Коростелов П.Н. Приготовление растворов для химико-аналитических работ. М. Изд-во «Наука», 1964
2. Багбанлы И.Л. Применение тетрароданоdiamминхромата аммония в аналитической химии цветных и редких металлов. Баку, Изд-во АН Азерб. ССР, 1961

3. Применение соли Рейнеке в аналитической химии платины. Koordinasion birləşmələrin kimyası: Analitik kimyanın aktual problemləri beynəlxalq konfransın materialları. Bakı, BDU, 2017

4. Тиомочевинметаллорейнекетные комплексы в аналитической химии цветных и благородных металлов (монография). Баку, «Елм», 1985 Рейнеке в аналитической химии платины.

5. Лопатин Е.С., Плаксин И.Н. Изв. высших учебных заведений, Цветная металлургия, 4,87, 1961

**ГРАВИМЕТРИЧЕСКОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЙНЕКАТА ( Pt[Cr(NH)<sub>2</sub>(CNS)<sub>4</sub>]<sub>2</sub> )  
ЭКСТРАКЦИОННЫМ ОТДЕЛЕНИЕМ ИЗ ЗОЛОТА ИЗОАМИЛОВЫМ СПИРТОМ  
ПЛАТИНЫ**

**A.A.Albendov**

[alamdar.albendov2020@mail.ru](mailto:alamdar.albendov2020@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Разработан экстракционный метод разделения платины от золота из уксуснокислых растворов с применением изоамилового спирта в качестве экстрагента. Установлено, что с образованием ацетатного комплекса платины, способность экстрагирования ее сильно уменьшается, в результате чего платина не экстрагируясь исключительно остается в водной фазе, тогда как золото полностью экстрагируется изоамиловым спиртом в виде оксониевого соединения.

Разработанный метод применён для гравиметрического определения Pt в присутствии реинкратного метода.

**EXTRACTIVE SEPARATION OF PLATINUM FROM GOLD WITH ISOAMYL  
ALCOHOL FOLLOWED BY DETERMINATION OF PLATINUM BY THE REINEKETO  
(PT[CR(NH)<sub>2</sub>(CNS)<sub>4</sub>]<sub>2</sub> ) GRAVIMETRIC METHOD**

**A.A.Albendov**

[alamdar.albendov2020@mail.ru](mailto:alamdar.albendov2020@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

An extraction method has been developed for separating platinum from gold from acetic acid solutions using isoamyl alcohol as an extractant. It has been established that with the formation of an acetate complex of platinum, the ability to extract it greatly decreases, as a result of which platinum remains exclusively in the aqueous phase without being extracted, while gold is completely extracted with isoamyl alcohol in the form of an oxonium compound.

Developed method for the gravimetric determination of Pt in the presence of the reinecate method.



**KİMYA SƏNAYESİ MƏHSULLARININ ƏLAVƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN METODOLOJİ ASPEKTLƏRİ**

**A.C.Səfərli**

[arzu.safarli@aztu.edu.az](mailto:arzu.safarli@aztu.edu.az)

**R.A.Bayramov**

**S.M.Cəfərzadə**

**Azərbaycan Texniki Universiteti**

Kimya sənayesi bütün sənaye sahələri içərisində ən mütərəqqi və sürətlə inkişaf edən sahələrdən biridir və kimya məhsulları maddi istehsalın bütün sahələrində istifadə olunur. Bu baxımdan kimya sənayesi məhsullarının əlavə dəyər zəncirini nəzəri-metodoloji baxımdan araşdırmaq çox aktual bir məsələ kimi meydana çıxır. Odur ki, bu tədqiqat işində əsas məsələ dəyər və əlavə dəyər aspektlərini müəyyən etməkdən ibarətdir. Dəyər məhsul və ya xidmətin dəyəri kimi başa düşülməlidir. Bununla belə, dəyərin nisbi bir anlayış olduğunu, müştərilərin bu məhsuldan (xidmətdən) faydalandığını, onu almaqdan məmnun və xoşbəxt olduqlarını və bunun üçün nə qədər ödəməyə hazır olduqlarını da nəzərdən qaçıрмаq olmaz. Əslində, hər bir müştərinin şərtləri qarşısında üstünlüklər və ödəmək istəyi fərqlidir. Buna görə də dəyər hər bir məhsul (xidmət) müştərisinə və bazara uyğun olaraq müəyyən edilməlidir [3]. Dəyər zəncirinin təhlilinin məqsədi məhsul və ya xidmətə dəyər əlavə etməkdir. Həqiqətən də, firmaları bazarda saxlayan, firmanın bazarda qazanc əldə etmək motivasiyasıdır. Bu səbəbdən şirkətlər öz mənfəətlərini maksimum dərəcədə artırmağa və məhsullarına dəyər əlavə etməklə rəqabət üstünlüyünə sahib olmağa çalışırlar [4].

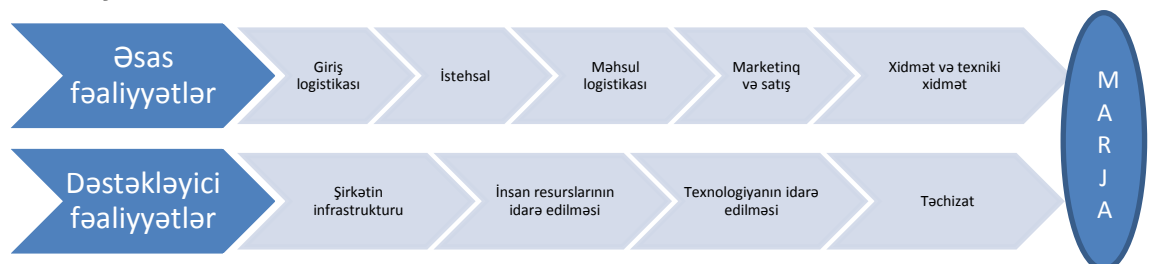
Dəyər zənciri anlayışı ədəbiyyatda ilk dəfə 1985-ci ildə Maykl Porter tərəfindən təqdim edilmişdir. Porter bildirdi ki, dəyər yaratmaq üçün lazım olan fəaliyyətlər silsiləsi sisteməlik olaraq dəyər zəncirini mərhələlərlə təşkil edir.

Biznes, strategiya menecmenti, sosiologiya kimi müxtəlif ixtisaslardan yanaşmaların qidalanması dəyər zəncirini üç sinifdə müəyyən etməyə imkan verir: **fəaliyyətlər silsiləsi, subyektlər silsiləsi və strateji şəbəkə**.

Anlayışlardakı fərq dəyər zənciri təhlillərinin xidmət etdiyi məqsəd fərqiindən qaynaqlanır. Sənaye sektorunda edilən dəyər zənciri təhlillərində dəyər zənciri eyni bazarda fəaliyyət göstərən bütün istehsalçılar tərəfindən istifadə edilən, bütün təchizat və paylama kanallarından ibarət iqtisadi sistem kimi müəyyən edilir [1].

Billings və digərlərinə görə, dəyər zənciri təhlili üç mərhələdə həyata keçirilir: **dəyər zəncirinin fokus sahəsini təyin etməklə fokus planının hazırlanması, təhlilin monitorinqi və xəritələrin ətraflı planlaşdırılması** [4]. Özdoğan və Aktoprak bu mərhələlərə sahə araşdırması və tapıntıların qiymətləndirilməsini əlavə etməklə ümumilikdə beş mərhələli təhlili qəbul edirlər. Attai və Fourcadeta görə dəyər zənciri təhlili dörd mərhələdən ibarətdir: **dəyər zəncirinin xəritələşdirilməsi, məlumatların toplanması, məlumatların qiymətləndirilməsi və məlumatların təsdiqi**. Bütün bu mərhələləri beş başlıq altında toplamaq mümkündür [2]: - **dəyər zəncirinin fokusunun müəyyən edilməsi və pilot layihə planı**; - **dəyər zəncirinin xəritələşdirilməsi**; - **məlumatların toplanması**; - **məlumatların təhlili**; - **fəaliyyətlərin müəyyən edilməsi**.

Dəyər zənciri xəritəsini tərtib edərkən Porter təklif etmişdi ki, bazarın effektiv olması üçün dəyər zənciri beş mərhələdə planlaşdırılmalıdır, yəni **giriş logistikası, istehsal, məhsul logistikası, marketing və satış, xidmət və texniki xidmət**. Bu modelin tətbiqi zamanı hər hansı bir zəncir subyektinin fəaliyyəti nəzərə alınmalı və fəaliyyətlərə görə subyektlər arasında ümumi planlaşdırma aparılmalıdır [1].



**Şəkil 1: Porterin dəyər zənciri modeli [4].**

**iriş logistikası** - buraya məhsul girişlərinin qəbulu, daşınması, saxlanması, təsnifləşdirilməsi, inventarların idarə edilməsi, istifadə olunacaq nəqliyyat vasitələrinin planlaşdırılması, anbara qoyulması, təchizatçılara qaytarılması və təchizatçı məhsulu istehsal xəttinə qoyana qədərki tədbirlər daxildir. **İstehsal** - qablaşdırma, yığma, texniki xidmət, nəzarət, çap kimi daxilolmaların məhsula çevrildiyi müddətdə dəyişdirilməsi ilə məşğul olan emal fəaliyyətləridir. **Məhsul logistikasına** -məhsulun saxlanması, sifarişin hazırlanması, planlaşdırılması, göndərilməsi və çatdırılması kimi fəaliyyətlər daxildir. **Marketing və satış** - istehlakçının məhsulları almasını və ya tələb etməsini təmin etmək üçün reklam, tanıtım, qiymət, kanal seçimi, təqdimat və s. kimi bütün fəaliyyətlərdir. **Xidmət və texniki xidmət** - məhsulun quraşdırılması, təmiri, zəmanəti, ehtiyat hissələrinin təchizatı kimi ardıcıl bazar xidmətlərini əhatə edir. Digər tərəfdən, dəstəkləyici fəaliyyətlər istehsalın tamamlanmasına kömək edən əsas fəaliyyətlərdən başqa fəaliyyətlərdir [4].

Dəyər zənciri yanaşması kimya zəncirinin sağlam fəaliyyətinin nümayiş etdirilməsində, ədalətli dəyərin bölüşdürülməsində, bazar məlumat toplusunun təmin edilməsində və kimya sektorunun sistematik şəkildə monitorinqində bir vasitə kimi istifadə edilə bilər.

#### **ƏDƏBİYYAT**

4. Attare, H. ve O. Fourcadet (2003). Guidelines for Value Chain Analysis in the Agri-Food Sector of Transitional and Developing Economies. Rome: Food Agriculture Organisation of the United Nations.
5. Billings, L. L., M. Thiessen ve N. Witwicki (2004). Value Chain Guidebook - A Process for Value Chain Development. Alberta: Agriculture and Food Council of Alberta.
6. Hobbs, J. E., A. Cooney ve M. Fulton (2000). Value Chains in the Agri- Food Sector: What Are They? How Do They Work? Are They for Me? Saskatoon: Department of Agricultural Economics, University of Saskatchewan.
7. Porter, M. (1985). Competitive Advantage- Creating and Sustaining Superior Performance.

#### **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЦЕПОЧКИ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**А.Д.Сафарли**

[arzu.safarli@aztu.edu.az](mailto:arzu.safarli@aztu.edu.az)

**Р.А.Байрамов**

**С.М.Джафарзаде**

**Азербайджанский Технический Университет**

В данной статье цепочка создания стоимости продукции химической промышленности рассматривается с теоретико-методологической точки зрения, включая выявление основных проблем, существующих в цепочке добавленной стоимости, формирующейся в химической промышленности, и определение мер по их решению.

#### **METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE ADDED VALUE CHAIN OF CHEMICAL INDUSTRY PRODUCTS**

**A.J.Safarli**

[arzu.safarli@aztu.edu.az](mailto:arzu.safarli@aztu.edu.az)

**R.A.Bayramov**

**S.M.Jafarzade**

**Azerbaijan Technical University**

In this article, the value chain of chemical industry products is examined from a theoretical and methodological point of view, including the identification of the main problems existing in the added value chain formed in the chemical industry and the determination of measures to solve them.



## **AVTOMOBİL HİSSƏLƏRİNİN ZƏDƏLƏNMƏSİ VƏ TƏMİRİ**

**E.E.Həsənova**

**Gəncə Dövlət universiteti**

[kerimliqunel1@gmail.com](mailto:kerimliqunel1@gmail.com)

Avtomobil çox miqdarda hissələrdən və aqreqlardan ibarətdir. Müəyyən hissələr birləşib düyünlər əmələ gətirir. Məsələn, sürgüqolu -piston qrupu, sürətlər qutusunun üst qapağı və s. düyün adlanır. Düyünlərdən və hissələrdən yığılmış və müəyyən bir iş görən mexanizm aqreqlar adlanır. Aqreqlar əsas və köməkçi aqreqlara ayrılır. Əsas aqreqlar sırasına mühərrik, sürətlər qutusu, dal körpü, sükan idarəsi daxildir. Su nasosu, yağ nasosu və s. hissələr isə köməkçi aqreqlar allanır.

Avtomobili istismar edildikcə, onun əsas istismar göstəriciləri dəyişir və avtomobil tədricən köhnəlir. Avtomobilin təmir edilməsində məqsəd istismar göstəricilərini bərpa etməkdir. Avtomobil istismar edildikdə onun hissələrində müxtəlif zədələr əmələ gəlir. Bu zədələr əsas dörd qrupa bölünür:

1. İstismar zədələri.
2. İstelsalat zədələri.
3. Layihə zədələri.
4. Qəza zədələri.

İstismar zədələri avtomobilin düzgün istifadə eilməməsi zamanı baş verir. İstismar zədələrinə:

- a) hissələrin təbii yeyilməsindən alınan zədələr,
  - b) avtomobilin düzgün idarə edilməməsi nəticəsində əmələ gələn zədələr
  - c) texniki qulluqların düzgün aparılmaması nəticəsində əmələ gələn zədələr aiddir.
- İstehsalat zədələri, avtomobilin istehsalı və təmiri zamanı baş verən səhvlərin nəticəsində əmələ gəlir. Belə səhvlərə:

- a) hissələr təmir edilərkən
- b) təmir olunmuş aqreqlar və hissələrdən avtomobil yığılarkən texnoloji prosesin pozulması aiddir.

Layihə zədələri, avtomobil layihələndirildikdə buraxılan səhvlərin nəticəsində meydana çıxır.

Belə səhvlərə:

- a) hissələrin ölçülərinin düzgün seçilməməsi
- b) hissələrin materialının düzgün seçilməməsi
- c) görüşən hissələrin ara boşluğunun düzgün seçilməməsi və s. aiddir. Müasir avtomobillərdə layihə zədələri nisbətən az olur.

Qəza zədələri isə əsas etibarlı ilə avtomobilin düzgün istismar edilməməsi nəticəsində əmələ gəlir. Zədələrin vaxtında müəyyən edilib aradan qaldırılması üçün SSRİ-də avtomobilə texniki qulluq işləri planlaşdırılmış sistemdə aparılır

### **Təmir üsulları və təmirin növləri.**

Avtomobillər iki üsulla-fərdi və aqreqlar üsulları ilə təmir edilir.

1.Fərdi təmir üsulunda avtomobilin aqreqları dəyişdirilmir. Avtomobildən çıxarılan aqreqlar ayrı-ayılıqda təmir olunub həmin avtomobil üzərində quraşdırılır. Bu zaman avtomobil, aqreqların təmir edilməsini gözləməli olduğu üçün onun təmirdə dayanma müddəti artır. Bu da fərdi təmir üsulunun əsas nöqsanı hesab edilir.

2.Avtomobil, aqreqlar üsulu ilə təmir edildikdə, çərçivədən başqa avtomobilin bütün aqreqları dəyişdirilir. Nasaz aqreqların avtomobildən çıxarılaraq əvəzində avtomobilə yeni yaxud təmir edilmiş saz aqreqlar quraşdırılır. Nasaz aqreqlar isə təmir edildikdən sonra başqa avtomobillərin təmirində istifadə olunur. Bu üsulla təmir edildikdə avtomobil təmirdə az vaxt dayanır. Bu da aqreqlar təmir üsulunun əsas üstünlüyü hesab edilir.

Aqreqlar təmir üsulu eyni zamanda avtomobilin və ayrı-ayrı aqreqların axın üsulu ilə təmir edilməsi üçün də imkan yaradır. Bundan əlavə bu təmir üsulunda təmirin dəyəri azalır, keyfiyyəti yaxşılaşır və avtomobilin təmirarası yürüşü xeyli artır. Buna görə də ölkəmizdə aqreqlar təmir üsulu geniş yayılmışdır.

Aqreqları da iki üsulla təmir etmək olar:



1) aqreqların zədələnmiş hissələri yeni ehtiyat hissələri ilə əvəz edilir. Bu üsul da öz növbəsində aqreqların təmir müddətini azaldır.

2) aqreqların hissələri dəyişdirilmir. Zədələnmiş hissələr təmir edilərək yenidən həmin aqreqlar quraşdırılır. Bu, aqreqların təmir müddətini artırır.

Avtomobillərin təmiri əsas üç cür olur: cari, orta və əsaslı təmir.

Cari təmir zamanı istismar dövründə avtomobildə baş vermiş bəzi xırda zədələr aradan qaldırılır. Cari təmir, texniki qulluqlar vaxtında da aparıla bilər. Cari təmir planlaşdırılmır.

Avtomobilin orta təmirində təmirə ehtiyacı olan aqreqlar əsaslı və ya orta təmirdən keçir. Orta təmirde avtomobil tamamilə sökülür. Əsaslı təmirde isə avtomobil tam sökülür və aqreqların hamısı, hətta çərçivə də təmir edilir. Avtomobillərin orta təmiri başlıca olaraq qarajda, əsaslı təmiri isə avtomobil tamiri zavodlarında aparılır.

Avtomobillər müəyyən edilmiş yürüşlərdən sonra əsaslı və orta təmir keçirlər.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Анохин В. И. Устройство автомобилей. машгиз, 2014

2. Asif Qarayev Avtomobil Sənayesinin Əsas Materialları. Bakı 2019

Xülasə:

Avtomobillərin uzun ömürlüyü üçün:

3. öncəliklə avtomobil hissələri düzgün layihələnməli

4. hissələr həmin layihələrin əsasında istehsal olunmalı

5. avtomobil diqqətli, ehtiyatlı istismar edilməli və qəzadan qorunmalıdır.

6. onun hissələri vaxtında yağlanmalı və nizamlanmalı, düzgün qulluq edilməlidir.

### **ПОВРЕЖДЕНИЕ И РЕМОНТ АВТОМОБИЛЬНЫХ ЗАПЧАСТЕЙ**

**Э.Э.Гасанова**

**Гянджинский государственный университет**

**Для долгой жизни автомобилей:**

**[kerimligünel1@gmail.com](mailto:kerimligünel1@gmail.com)**

1. автомобильные детали должны быть правильно спроектированы в первую очередь

2. детали должны производиться на основе этих проектов

3. автомобиль должен использоваться осторожно и должен быть защищен от несчастных случаев.

4. его детали необходимо вовремя смазывать и регулировать, а также должным образом обслуживать.

Ремонт автомобилей должен производиться преимущественно агрегатным способом с учетом требуемого времени, а агрегаты, в свою очередь, должны ремонтироваться заменой деталей. В общем, необходимо без промедления проводить текущее обслуживание автомобилей.

### **CAR PARTS DAMAGE AND REPAIR**

**E.E.Hasanova**

**Ganja State University**

**[kerimligünel1@gmail.com](mailto:kerimligünel1@gmail.com)**

For long life of cars:

1. car parts must be properly designed first

2. parts should be produced on the basis of those projects

3. the car should be used carefully and should be protected from accidents.

4. its parts must be lubricated and adjusted in time, and properly maintained.

The repair of cars should be carried out mainly by the aggregate method, taking into account the time required, and the aggregates, in turn, should be repaired by replacing parts. In general, it is necessary to carry out current maintenance of cars without delay.





**АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ХОЛОДОПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ  
ТЕРМОЭЛЕКТРИЧЕСКОГО ТРАНСФОРМАТОРА ТЕПЛА ДЛЯ ЛОКАЛЬНОГО  
ВОЗДУШНОГО ОХЛАЖДЕНИЯ**

**М. Г.Джафаров**

[dmh49@mail.ru](mailto:dmh49@mail.ru)

**Н.Р.Аскеров**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Расчет проводится из необходимости получения на спаях термобатареи перепадов температур в 10, 20, 30, 40, 50 и 60 К при постоянной температуре горячих спаев равной 303 К и постоянных потерях температурного напора от горячих спаев термобатареи до теплоносителя, смывающего эти горячие спаи, равного 5 К. Таким образом температура горячих спаев закладывалась в расчет равной 308 К и следовательно, температуры холодных спаев  $T_x$  составляли соответственно 298 К, 288 К, 278 К, 258 К и 248 К. расчет выполнялся для четырех возможных значений критерия добротности по материалу:

$$Z_{Т.э.}=3 \cdot 10^{-3} \text{град}^{-1} \left( \alpha=190 \frac{\text{МВ}}{\text{оС}}; \sigma=150 \text{ Ом}^{-1} \text{см}^{-1}; \lambda=1,8 \cdot 10^{-2} \frac{\text{Вт}}{\text{М} \cdot \text{град}} \right)$$

$$Z_{Т.э.}=3,5 \cdot 10^{-3} \text{град}^{-1} \left( \alpha=190 \frac{\text{МВ}}{\text{оС}}; \sigma=160 \text{ Ом}^{-1} \text{см}^{-1}; \lambda=2 \cdot 10^{-2} \frac{\text{Вт}}{\text{М} \cdot \text{град}} \right)$$

$$Z_{Т.э.}=4 \cdot 10^{-3} \text{град}^{-1} \left( \alpha=225 \frac{\text{МВ}}{\text{оС}}; \sigma=165 \text{ Ом}^{-1} \text{см}^{-1}; \lambda=2,15 \cdot 10^{-2} \frac{\text{Вт}}{\text{М} \cdot \text{град}} \right)$$

$$Z_{Т.э.}=4,5 \cdot 10^{-3} \text{град}^{-1} \left( \alpha=247 \frac{\text{МВ}}{\text{оС}}; \sigma=170 \text{ Ом}^{-1} \text{см}^{-1}; \lambda=2,35 \cdot 10^{-2} \frac{\text{Вт}}{\text{М} \cdot \text{град}} \right)$$

Размер одной ветви термоэлемента во всех случаях был выбран стандартным и равным  $l = 1 \text{ см}$ , и сечению  $S = 0,5 \times 0,5 \text{ см}^2$ .

Учет потерь на коммутацию термобатареи проводится ведением коэффициента сопротивления коммутации  $K_k$ , который был принят 0,8 и 0,9. При этом

$$Z_{Т.б.} = Z_{Т.э.} \cdot K_k$$

Расчет проводится для режима максимальной холодопроизводительности.

Величина необходимого тока для получения требуемых перепадов температур при прочих заданных условиях определялась по формуле:

$$J = \frac{\alpha \cdot T_x}{\bar{r}}$$

где  $\bar{r}$  – представляет собой среднее сопротивление ветви и равно

$$\bar{r} = \frac{l}{K_k \cdot S \cdot \sigma}$$

Видно, с увеличением силы тока перепад температур уменьшается. Использование эффективного термоэлектрического материала позволяет до 30 – 40%

уменьшить силу тока для достижения тех же перепадов температур по сравнению с действующими сейчас термобатареями.

Максимальная холодопроизводительность одной ветви рассчитывалась по формуле:

$$q_x^{max} = \frac{\alpha^2}{\bar{r}} \left( \frac{T_x^2}{2} - \frac{\Delta T}{Z_{Т.б.}} \right)$$

Расчет показал, что с увеличением силы тока примерно на 30% максимальная холодопроизводительность увеличивается почти в 2,5 раза. А увеличение добротности с  $3 \cdot 10^{-3}$  град<sup>-1</sup> до  $4,5 \cdot 10^{-3}$  град<sup>-1</sup> приводит для получения одно и той же холодопроизводительности к снижению требуемой силы тока почти вдвое. Расчитав электрическую мощность, потребляемую ветвью термоэлемента как

$$W_{т.э.} = J \cdot U$$

где напряжение  $U = \alpha \cdot T_2$

получаем во сколько раз уменьшится потребляемая мощность термоэлемента и термобатареи для достижения одинаковых перепадов температур за счет увеличения добротности материала. Характерно, что это уменьшение и зависимости от силы потребляемого тока носит практически линейный характер.

Количество тепла, отводимого одной ветвью термоэлемента рассчитывается как

$$q_r = q_x + W_{т.э.}$$

Уменьшение силы тока в каждой термобатареи приводит к уменьшению снимаемого с горячих спаев тока за счет снижения доли электрической мощности. Увеличение же добротности термоэлектрического материала от  $3 \cdot 10^{-3}$  град<sup>-1</sup> до  $4,5 \cdot 10^{-3}$  град<sup>-1</sup> приводит при прочих равных условиях к уменьшению количества тепла, снимаемого с горячих спаев, примерно на 25 %, что является весьма существенным.

## **LOKAL HAVA SOYUDULMASI ÜÇÜN TERMÖELEKTRİK İSTİLİK TRANSFORMATORLARININ SOYUTMA MƏHSULDARLIĞININ ANALİTİK TƏDQIQI**

**M.H.Cəfərov**

[dmh49@mail.ru](mailto:dmh49@mail.ru)

**N.R.Əsgərov**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Hesabat nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, cərəyanın gücünü 30% artırıqda, maksimal soyutma məhsuldarlığı 2,5 dəfə yüksəlmişdir. Həmçinin davamlılıq  $3 \cdot 10^{-3}$  dər.<sup>-1</sup> dən  $4,5 \cdot 10^{-3}$  dər.<sup>-1</sup>-ə qədər artırıqda eyni miqdarda soyutma məhsuldarlığı əldə etmək üçün tələb olunan cərəyan gücü 2 dəfəyə qədər az miqdarda olur.

## **ANALYTIC INVESTIGATION OF COLD PRODUCTIVITY OF HEATING TERMÖELEKTRİK TRANSFORMATORS FOR COOLING OL LOCAL AIR**

**M.H.Cafarov**

[dmh49@mail.ru](mailto:dmh49@mail.ru)

**N.R.Askerov**

**Azerbaijan Technological University**

It was definite during account that maximal cooling productivity rise 2,5 time, when in creasing 30% of electric force. When solid rise from  $3 \cdot 10^{-3}$  degree<sup>-1</sup> to  $4,5 \cdot 10^{-3}$  degree<sup>-1</sup> in order to get the same cooling productivity demanden electric forse decreases less 2 times.



## ЭЛЕКТРОФИЗИЧЕСКИМИ СВОЙСТВАМИ ПРОЦЕССЫ В КОМПОЗИЦИОННЫХ ПОЛИМЕРНЫХ МАТЕРИАЛАХ

Исаев Хамид

[h.isayev@gmail.com](mailto:h.isayev@gmail.com)

Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности

Изучение кинетических явлений в композиционных полимерных материалах связано созданием новых материалов с заранее заданными свойствами[1]. При изучении процессов переноса в неоднородных материалах сформулировались два основных направления. Первое связано теоретическим расчетом кинетических коэффициентов, а второе направление связано с экспериментальными установлением закономерности поведения зависимости кинетических коэффициентов полимерных композиционных материалов от концентрации наполнителя.

Экспериментально выявлены закономерности зависимости кинетических коэффициентов (электропроводность  $\sigma$ , теплопроводность  $\lambda$ , диэлектрическая  $\varepsilon$  и магнитная проницаемости  $\mu$ , термоэдс  $\alpha$ ) композиционных полимерных материалов, содержащих наполнители с различными электрическими свойствами (порошки металлов, полупроводников, ферритов и сегнетокерамики). Рассмотрена возможность применения классической и современной теории неупорядоченных систем для изучения их структуры.

Близость значений критических индексов  $\sigma$  и  $\varepsilon$  электропроводящих композиционных полимерных материалов показывает, что концентрационная зависимость  $\sigma$  и  $\varepsilon$  при приближении к порогу протекания описывается одной и той же степенной формулой, полученной в рамках теории протекания[2].

Показано, что зависимость теплопроводности композитов от содержания проводящего наполнителя, так же как  $\sigma$  и  $\varepsilon$ , имеет пороговый характер. Однако зависимость  $\lambda(V_1)$  не описывается степенной формулой, полученной в рамках теории протекания. Предложена каркасно-матричная модель, описывающая явление протекания в двухкомпонентном композите, основанная на решении стохастических дифференциальных уравнений теплопроводности методом условных моментов[3].

Впервые для электропроводящих композиционных полимерных материалов экспериментально установлено точное соответствие (изоморфизм) между задачами различной физической природы. Доказано, что задача об электропроводности является основной задачей теории протекания, а следствием является задачи термоэдс и диэлектрической проницаемости[4].

Изучена температурная зависимость электропроводности и термоэдс полученных композитов. Показано, что наблюдаемая зависимость  $\sigma$  и  $\alpha$  от  $T$  связана с термическим расширением полимера. С учетом теплового расширения полученную критическую зависимость  $\alpha$  и  $\sigma$  от  $T$ . Определены основные характеристики бесконечного кластера от температуры.

На основе полученных результатов предложен, физически обоснован и экспериментально подтвержден новый подход к решению проблемы получения

композиционных электропроводящих полимерных материалов с заданными электрическими свойствами. Разработан ряд новых материалов, представляющих практический интерес, как для электронной техники, так и для общего назначения.

#### **ЛИТУРАТУРА**

1. Абдурахманов У. Электрические свойства неоднородных полимерных материалов в области перехода металл-диэлектрик. Дис.на соиск.уч.ст.докт.физ.-мат.наук.М.,1989. С.228
2. Абдурахманов У., А.Х. Зайнутдинов, М.А. Магруппов.//Докл.АН УзССР. 1986. №12. С. 20-21
3. Касымов А.А., А.Х. Зайнутдинов, Р.А. Алимов, А. Гафуров, М.А. Магруппов / "Узбекистон Макро-92". 1-ая Респуб.конф. Ташкент.1992. С. 141-142.
4. А.Х. Зайнутдинов, А.А. Касымов, М.А. Магруппов// Письма в ЖТФ. 1992. Т. 18. В.2.С. 29-32

#### **KOMPOZIT POLİMER MATERIALLARDA ELEKTROFİZİK XÜSUSİYYƏTLƏR PROSESLERİ**

**İsayev Həmid**

[h.isayev@gmail.com](mailto:h.isayev@gmail.com)

**Daşkənt Tekstil və Yüngül Sənaye İnstitutu**

Alınmış nəticələr əsasında müəyyən edilmiş elektrik xassələrinə malik kompozit elektrik keçirici polimer materialların alınması probleminin həllinə yeni yanaşma təklif edilmiş, fiziki cəhətdən əsaslandırılmış və eksperimental olaraq təsdiq edilmişdir.

#### **ELECTROPHYSICAL PROPERTIES PROCESSES IN COMPOSITE POLYMER MATERIALS**

**Isaev Khamid**

[h.isayev@gmail.com](mailto:h.isayev@gmail.com)

**Tashkent Institute of Textile and Light Industry**

Based on the results obtained, a new approach to solving the problem of obtaining composite electrically conductive polymeric materials with specified electrical properties was proposed, physically substantiated and experimentally confirmed.



**ZƏYLİKALUNIT MƏDƏNİNDƏN HASİL EDİLƏN ALUNIT FİLİZİNİN ZƏNGİNLƏŞDİRİLMƏSİNİN BƏZİ MƏQAMLARI**

**C.İ.Səfərov<sup>1</sup>**

**[Jamil.Safarov@azeraluminium.com](mailto:Jamil.Safarov@azeraluminium.com)**

**G.H.Əhmədova<sup>1</sup>**

**G.Ş.Məmmədova<sup>2</sup>**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti<sup>1</sup>**

**“Azəralüminium” MMC<sup>2</sup>**

Alüminium çağdaş zəmanəmizdə ən populyar və təkrar emal edilə bilən metallardan biridir. Hal-Hazırda dünyada onun istehsal həcmi olduqca yüksəkdir və bu da alüminiumun universal kimyəvi, fiziki-mexaniki xassələri ilə izah oluna bilər, hansı ki, həmin xüsusiyyətlərinə görə alüminium bu gün elektrotexnikada, aviasiyada, avtomobilqayırmada, nəqliyyatda, məişət texnikası istehsalında, tikintidə, yeyinti məhsullarının qablaşdırılmasında və bu kimi digər sahələrdə geniş tətbiq sahəsi qazanmışdır. Alüminium kimyəvi aktiv metal olduğundan, əsasən təbiətdə müxtəlif mineralların tərkibində kimyəvi birləşmə şəkilində olur. Ədəbiyyat mənbələrindən məlumdur ki, alüminium tərkibli mineralların sayı 250-yə çatır [1] və onların 40%-dən çoxu alüminium tərkibli ilkin minerallar olan alümoslikatlardır. İlkin minerallar xarici mühitin təsirindən parçalanaraq ikinci minerallara çevrilirlər. İkinci mineralların tərkibində alüminium hidroksid (*boksit*), kaolinit (*gil, kaolin*), alunit şəkilində olur.

Hal-hazırda dünya alüminium sənayesində alüminiumun alınmasında başlıca olaraq boksit filizindən istifadə edilməsinə baxmayaraq, müxtəlif səbəblərdən getdikcə alüminiumun başqa filizlərinə, o cümlədən də alunit filizinə maraq artmaqdadır.

Çağdaş zəmanəmizdə dünyada istehsal olunan alüminiumun təxminən 95%-i boksit filizindən istehsal olunmuş gil-torpaqdan alınır. Azərbaycanda isə sənaye tətbiqinə yararlı hesab edilən boksit filizi tamamilə yoxdur. Ümumiyyətlə, xarici tədarüklər siyasi, iqtisadi və ya digər səbəblərə görə hər zaman etibarsız ola bilər. Son bir neçə il ərzində bəzi boksit hasil edən ölkələr öz sənayələrini milliləşdirmiş, digərləri hasil edilmiş boksit və ya xam alüminiuma görə vergiləri və qonorarları artırmış, hətta bəzi ölkələrdə siyasi ab-hava elə bir həddə çatmışdır ki, tədarükün kəsilməsi gerçəkləşmişdir. Elə bu səbəblərdəndir ki, suveren respublikamızda alüminium istehsalı üçün alternativ yerli xammal mənbələrinin axtarılması və həmin mənbələrdən hasil olunan xammalların müasir emal texnologiyalarının işlənilib hazırlanması aktual bir məsələ kimi meydana çıxır. Bu baxımdan alunit respublikamızda mövcud olan və alüminium istehsalında gələcəkdə boksiti əvəz edə biləcək ən perspektivli daxili resursdur.

Təqdim olunan tədqiqat işinin məqsədi Zəylik Alunit mədənindən hasil olunan alunit filizindən yüksək keyfiyyətli və iqtisadi cəhətdən səmərəli məhsullar istehsal etməyə imkan verən alunit konsentratının alınması üçün alunit filizinin zənginləşdirilməsi texnologiyasının işlənilib hazırlanmasından ibarətdir. Məlumdur ki, istənilən filizin tərkibində faydalı komponentlərlə yanaşı faydasız, lazımsız komponentlər də olur. Belə komponentlər boş süxur adlanır. Xammalı zənginləşdirməkdə məqsəd, faydalı süxurubox süxurdan azad etmək və onu emal etmək üçün əlverişli olan bir və ya bir neçə məhsula ayırmaqdır. Zənginləşdirmə yolu ilə boş süxurdan azad edilmiş məhsul konsentrat adlanır. Zəylik alunit mədənindəki alunit filizinin tərkibindəki alunit mineralının miqdarı böyük diapozonda (10 – 80%) dəyişir [2]. Buna görə, əmtəəlik məhsulların maya dəyərini aşağı salmaq məqsədi ilə ilkin mərhələdə filizin zənginləşdirilməsi məqsəduyğun hesab edilmiş və elə bu məqsədlə də təqdim olunan tədqiqat işində alunit filizinin zənginləşdirilməsi texnologiyası işlənilib hazırlanmışdır. Alunit filizlərinin əsas tərkib hissələri kvars və alunit minerallarıdır. Bu mineralların alunit filizlərinin tərkibində qarşılıqlı sıx təmasda böyüməsi səbəbindən, onların tam sərbəst buraxılması təxminən -38 µm dənə ölçüsündə həyata keçirilir. Bu tədqiqatın məqsədi alunit filizindən kvarsın çıxarılması üsulunu təmin etməkdir. Kvarsın çıxarılmasının effektivliyi zavodun yüksək kapital xərclərini kəskin şəkildə azaldır. Digər tərəfdən, alunit filizini zənginləşdirdikdə onda olan faydalı komponentin faizlə miqdarı artdığından aparatların məhsuldarlığı və məhsulun keyfiyyəti yüksəlir, prosesin enerji sərfi azalır və sənaye üçün xammal ehtiyatı artır. Belə ki, faydalı komponenti az olan xammal zənginləşdirilməklə, onun sənaye əhəmiyyətini artırır, emala yararlı hala salırlar. Bunun nəticəsində xammalın emalı prosesinin texniki və iqtisadi effekti artır, xammaldan alınan hazır məhsulun keyfiyyəti yaxşılaşır. Xammalı çıxarıldığı yerdə zənginləşdirmək daha əlverişlidir. Belə

olduqda maddədən çıxarılmış filizin daşınması üçün lazım olan enerji və nəqliyyat xərcləri də aradan qalxır. Ümumi qiymətləndirmədə, alunit filizindən konsentratın alınması flotasiya, yuyulma, maqnit ayırma, flokulyasiya zənginləşdirmə üsulları ilə həyata keçirilir. Aparılmış tədqiqatlar göstərir ki, bu üsullar içərisində ən səmərəli üsul flotasiya üsuludur. Tədqiqat işində alunit filizinin zənginləşdirilməsi, alüminium konsentratının ən sadə Bayer üsulu ilə alüminium oksidinə emalı üçün uyğunlaşdığı reduksiya-qələvi sxeminə uyğun olaraq aparılmışdır [3].

Məlum olduğu kimi, Zəylik mədənindən çıxarılan alunit filizi aşağıdakı orta kimyəvi tərkibə malikdir [2]: alunit mineralı – 52-53%;  $Al_2O_3$  – 20-21%;  $SiO_2$  – 41-42%;  $F_2O_3$  – 4-5%;  $Na_2O + K_2O$  – 4,5-5%;  $SO_2$  – 22-23%,  $H_2O$  – 6-7%. Bu yataqdan hasil edilən alunit filizinin ən cəlbədicə amillərindən biri də, onun tərkibində nüvə reaktorlarında, təyyarə və raket texnikasında, ərinti birləşmələrində istifadə edilən vanadium və qallium metallarının olmasıdır.

Birton alunit filizindən alunit konsentratının çıxımı aşağıdakı kimi müəyyən edilir.

$$Y = \frac{K_{k.c} \cdot C_{f.a}}{C_{k.a}} = \frac{0,976 \cdot 52}{95} = 0,5214, \quad (1)$$

Burada  $K_{k.c} = 0,976$  – alunitlərin konsentratda çıxarılması əmsəlidir;  $C_{f.a} = 52$  – satıla bilən filizdə alunitlərin orta miqdarı, %;  $C_{k.a} = 95$  – konsentratda alunitin miqdarı, %.

Zənginləşdirmə zamanı çıxarılan  $Al_2O_3$ -ün miqdarı isə aşağıdakı kimi hesablanır:

$$E_{üm} = \frac{\gamma B}{\alpha} = \frac{0,5214 \cdot 37}{20} = 0,9646 = 96,46\%, \quad (2)$$

burada  $\gamma = 0,5214$ ;  $B = 37,0$  – konsentratda  $Al_2O_3$  miqdarı, %;  $\alpha = 20,0$  – satıla bilən filizdə  $Al_2O_3$  miqdarı, %.

#### ƏDƏBİYYAT

1. Ediz N., Tatar İ., Aydın A., Pre-Concentration and Flotation of Alunitic Kaolin And Its Possible Use In Ceramic Tile Industry, Physicochemical Problems of Mineral Processing, 51(1), 213–231, 2015
2. Аграновский А.А., Ключанов Л.А., Насыров Г.З.. Алуниты-комплексное сырье алюми-ниевого промышленности. -М.: «Металлургия», 1989, 144 с
3. Металлогения Дальнего Востока России. -Хабаровск: ДВИМС, 2000. -с. 68 -100

#### НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОБОГАЩЕНИЯ АЛУНИТОВОЙ РУДЫ, ДАБЫВАЕМОЙ НА ЗАГЛИКСКОМ АЛУНИТОВОМ МЕСТОРОЖДЕНИИ

Д.И.Сафаров<sup>1</sup>

[Jamil.Safarov@azeraluminium.com](mailto:Jamil.Safarov@azeraluminium.com)

Г.Г. Ахмедова<sup>1</sup>

Г.Ш.Маммадова<sup>2</sup>

Азербайджанский Технологический Университет<sup>1</sup>

«Азералуминиум» КОО<sup>2</sup>

В проведенных исследованиях были проведены различные кинетические флотационные тесты для изучения влияния таких переменных, как степень измельчения алунитовой руды, обогащенной в результате операции флотации, количество собирателя, количество подавителя, время флотации и значения pH на процесс флотации. Также рассчитывали выход алунитового концентрата из одной тонны алунитовой руды и количество  $Al_2O_3$ , извлекаемого при обогащении.

#### SOME ASPECTS OF ENRICHMENT OF ALUNITE ORE MINED AT THE ZAGLIKSKY ALUNITE DEPOSIT

J.I.Safarov<sup>1</sup>

[Jamil.Safarov@azeraluminium.com](mailto:Jamil.Safarov@azeraluminium.com)

G.H. Akhmedova<sup>1</sup>

G.S. Mammadova<sup>2</sup>

Azerbaijan Technological University<sup>1</sup>

“Azeraluminium” LLC<sup>2</sup>

In these studies, various kinetic flotation tests were performed to investigate the effect of variables such as fineness of alunite ore enriched in a flotation operation, amount of collector, amount of suppressor, flotation time, and pH values on the flotation process. The yield of alunite concentrate from one ton of alunite ore and the amount of  $Al_2O_3$  recovered during enrichment were also calculated.





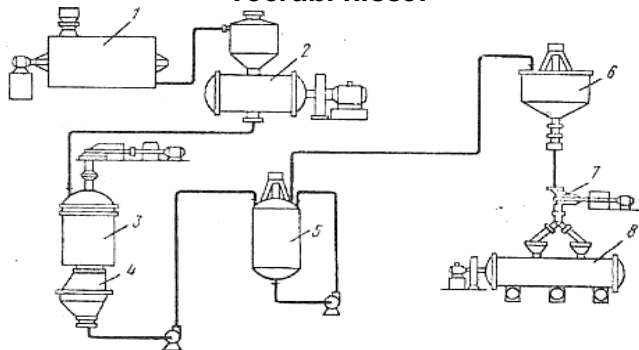


polimer maddə olan sellülozdan süni liflərin istehsalı üç üsulla aparılır: Viskoz, asetat və mis 2-oksidin ammoniakda məhlulu (Sveyster reaktivi) ilə aparılır.

Asetat lifindən kətan, pambıq parça, kağız, viskoz, asetat, süni ipək plastik kütlələr (sellüloid, selofan) istehsal edilir.

Selluloza  $[C_6H_{10}O_5]_n$ - ən geniş yayılmış təbii polimeridir. Quru ağacda -50%-ə qədər, pambıq və süzgeç kağızında isə 97-98%-ə qədər selluloza olur. Birillik bitkilərin məsələn qamışın, qarğıdalının, dənli bitkilərin saplaqlarında (35-40%) sellüloza olur.

**Təcrübi hissə:**



Şəkil1.Homogen üsulla metilenxlorid mühitində fasiləli yolla sellülozun asetatlarının istehsalı prosesinin sxemi

1-aktivləşdirici; 2-asetallaşdırıcı; 3-çökdürücü; 4-xırdalayıcı; 5-yuyucu; 6-flotator; 7-sentrifüqa; 8-quruducu.

Şəkildə fasiləli yolla sellülozun asetatlarının alınma sxemi verilmişdir. Reaksiya qabiliyyətini artırmaq məqsədilə sellülozun aktivləşdirilməsi aparatda (1) aparılır. Aktivləşdirici temperaturu 90-100s olan su ilə qızdırılır. Aktivləşmə 30dəq müddətində gedir. Daha aşağı temperaturda proses müddəti artır.

Aparat təkne şəkilli formaya malikdir, qızdırma üçün köynəklə və fırlanma tezliyi 4-dən 40 dövr/dəqiqəyə qədər tənzimlənən qarışdırıcı ilə avadanlıqla təmin edilmişdir. Məhlul qarışdırıcı ilə qarışdırılır.

Sellüloz tezliyi 4-dövr/dəq-yə qədər tənzimlənən qarışdırıcı ilə avadanlıqla təmin edilmişdir.

Sellüloz tezliyi 4 dövr/dəq olan qarışdırıcının fırlanması ilə aktivləşdiriciyə pnevmatranspartiyorla yüklənir.

Asetallaşma soyutma və qızdırma üçün köynəyə malik tuncdan hazırlanmış silindir şəkilli qazanda (2) gedir. Qazan içi boş olan vala oturdulmuşdur. Asetallaşma adətən sirkə turşusu, merilən xlorid sirkə və sulfat turşusundan ibarət asetallaşdırıcı qarışığın aparata iki və yaxud, üç dəfədə veriləsi ilə həyata keçiririk prosesdə temperatura ayrıldığı üçün asetallaşdırıcının köynəyinə və vala soyuq su verilir. Asetallaşma prosesində (temperatura 30-40°C olmalıdır) Əmələ gələn xəmir şirəyə çevrilir sellülozanın üçlü asetalının qismən sabunlaşdırılması (hidrolizi) su ilə iki fazada: birinci asetallaşdırıcıda: ikinci çökdürücüdə aparılır. Asetallaşdırıcıda temperaturun 55°C-dən aşağı olmaması üçün köynək isti su ilə qızdırılır. Bizim tərəfimizdən prosesə daxil etdiyimiz metilen xloridin  $[CH_2CL_2]$  buxarlanması nəticəsində yaranan 0,225 MPA təzyiqdə altında asetallaşma gedir. Sabunlaşmanın katalizatoru kimi  $H_2SO_4$ -dən istifadə etdik. 2-3 saatdan sonra şirə 40-50°C –yə qədər soyudub şirəni çökdürücüyə (3) doldurulub. Çökdürücü xüsusi markalı tuncdan hazırlanmış silindirindən ibarətdir. Bu aparat lövbərli qarışdırıcıya qızdırma və soyutma üçün köynəyə malikdir. Sabunlaşmanı dayandırmaq üçün sulfat turşusunun 28-30%-li sirkə turşusunun Natrium duzu ilə  $[Na-asetat-CH_3COONa]$  neytrallaşdırdıq.

$H_2SO_4+2CH_3COONa= Na_2SO_4+CH_3COO$  Metilen xloridi buxarladıb məhsulu yuyulmuşdan qabaq dəyirməndə [4] xırdalanır, üyüdüür, ayrılan ana qarışıq çökdürücüyə aradan isə yuyucuya [5] verilir.

Asetat sellüloza əvvəlcə 4%-li emal olunmuş sirkə turşusu daha sonra isə su ilə yuyularaq [yumuşalmış su ilə] [6], çox diqqətlə yuyulduqdan sonra sellülozun asetatlı, sentrifuqada [7] sıxılır və 60%-ə qədər nəmliklə qurudulmaya verilir. Qurudulma prosesi daraq şəkilli Vakuum

tipli quruducuda [8], 450 mm civə.süd. –dan az olmayan vaküüm altında və 80°C-dən yuxarı olmayan temretarda aparıldı.

Sellülozun asetatını 3% nəmliyə qədər qurudub və oradan çox qatlı kağız kisələrə qablaşdırıldı

Bu məqalədə qarşıya qoyulan məqsəd təbii polimer olan sellülozanın sadə və mürəkkəb efirlərini:trinitrosellüloza, triasetat sellüloza və s. Sintez edərkən əvvəlcə sellülozanın aktivləşdirilməsi prosesini yerinə yetirilməsi və nitrollaşdırma prosesində sulfaturşusunun rolu, nuklofil əvəz etmə prosesinin mexanizminin izahı olmuşdur. Aparılan tədqiqat prosesində qarışıqlardan təmizlənmiş sellüloza su buxarı vasitəsilə 90-100°C. temperaturda aktivləşdirilərək efirlərinin alınması üçün reaksiya daxil edilmiş modifikasiya olunaraq sopolimerləri bizim tərəfimizdən sintez olunmuşdur. Nitrosellüloza efirinin alınmasında su qatı sulfat turşusunun təsiri ilə nitrat turşusu hesabına əmələ gələn nitrozil qrupunun  $[NO_s^0]$  hesabına niklofil əvəz etmə reaksiyasını mexanizmi verilmişdir.

**ПРИНЦИПЫ ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ПРОИЗВОДСТВА АКТИВИРОВАННЫХ ЭФИРОВ ЦЕЛЛЮЛОЗЫ**

**А.Н.Мурадов**

[e.muradov@uteca.edu.az](mailto:e.muradov@uteca.edu.az)

**Н.Ф.Алиев**

**М.З.Тагиева**

**Э.А.Зейналов**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Целью данной статьи является описание простых и сложных эфиров целлюлозы, природного полимера: тринитроцеллюлозы, триацетатцеллюлозы и др. При синтезе, во-первых, проведен процесс активации целлюлозы и роль серной кислоты в процессе нитролирования, объяснение механизма процесса нуклеофильного замещения. 90-100°C через водяной пар в целлюлозе, очищенной от примесей в процессе исследования. Мы синтезировали сополимеры, модифицируя их, активируя при температуре и добавляя реакцию для получения их сложных эфиров. При производстве эфира нитроцеллюлозы приведен механизм реакции никлофильного замещения за счет нитрозильной группы  $[NO_s^0]$ , образующейся за счет азотной кислоты под действием водного раствора серной кислоты.

**PRINCIPLES OF PHYSICO-CHEMICAL PROCESSES FOR THE PRODUCTION OF ACTIVATED CELLULOSE ETHERS**

**A.N.Muradov**

[e.muradov@uteca.edu.az](mailto:e.muradov@uteca.edu.az)

**N.F.Aliyev**

**M.Z.Taghiyeva**

**E.A.Zeynalov**

**Azerbaijan Technological University**

The purpose of this paper is to describe the cellulose esters and ethers, a natural polymer: trinitrocellulose, triacetate cellulose, etc. In the synthesis, first, the process of cellulose activation and the role of sulfuric acid in the nitrolysis process, the mechanism of the nucleophilic substitution process is explained. 90-100°C through water vapor in the cellulose purified from impurities during the study. We synthesized copolymers by modifying them, activating them at temperature and adding the reaction to produce their esters. In the production of nitrocellulose ester, the mechanism of the nitrocellulose substitution reaction due to the nitrosyl group  $[NO_s^0]$ , formed by nitric acid under the action of aqueous sulfuric acid solution is given.



**ZƏYLİK ALUNİT MƏDƏNİNDƏN ÇIXARILAN ALUNİT FİLİZİNİN KOMPLEKS EMALI  
TEXNOLOGİYASI: - ALUNİT KONSENTRATININ NaOH QƏLƏVİSİ İLƏ İŞLƏNMƏSİ**

**C.İ.Səfərov**

[Jamil.Safarov@azeraluminium.com](mailto:Jamil.Safarov@azeraluminium.com)

**M.H.Cəfərov**

**G.H.Əhmədova**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Alüminium kimyəvi aktiv metal olduğundan, o, əsasən, təbiətdə müxtəlif mineralların tərkibində kimyəvi birləşmə şəkilində olur və yer qatının 8,8%-ni təşkil etməklə oksigendən və silisiumdan geri qalır. Alüminium tərkibli mineralların sayı 250-yə çatır və onların 40%-dən çoxu alümoslikatlardır [1]. Alüminiumun ilkin mineralları xarici mühitin təsirindən parçalanaraq ikinci minerallara çevrilirlər ki, bunların da tərkibində alüminium **hidroksid (boksit), kaolinit (gil, kaolin) və alunit** şəklində olur.

Hal-hazırda dünyada istehsal olunan alüminiumun təxminən 95%-i boksit filizindən əldə edilir. Azərbaycanda isə sənaye tətbiqinə yararlı hesab edilən boksit filizi tamamilə yoxdur. Digər tərəfdən, son bir neçə il ərzində bəzi boksit ixrac edən ölkələrdə siyasi ab-hava elə bir həddə çatmışdır ki, tədarükün kəsilməsi gerçəkləşmiş və elə bu səbəbdən də respublikamızda alüminium istehsalı üçün alternativ yerli xammal mənbələrinin axtarılması aktual bir məsələ kimi meydana çıxmışdır.

Müstəqil Azərbaycan Respublikasının hazırkı iqtisadi vəziyyətində yerli xammalların ölkədaxili sənaye istehsalının ehtiyacları üçün cəlb edilməsi təxirəsalınmaz vəzifədir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, dünyada alüminium sənayesinin əsas xammalı olan yüksək keyfiyyətli boksit ehtiyatlarının, əsasən tükənməsi ilə əlaqədar olaraq, son illərdə alüminium xammalının alunitlər, nefelinlərvə s. kimi digər növləri də artan diqqəti cəlb edir. Bu baxımdan alunit respublikamızda mövcud olan və alüminium istehsalında gələcəkdə boksiti əvəz edə biləcək ən perspektivli daxili resursdur və alunit filizinin müasir tələblərə cavab verən kompleks emalı texnologiyasının işlənilməsi hazırlanması yaranmış mövcud durumdan çıxış yolu kimi dəyərləndirilməkdədir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, alunit filizinin kompleks emalı texnologiyalarının işlənilməsi hazırlanmasına kifayət qədər çox tədqiqatlar həsr olunmuş və bütün bu texnologiyaların əsas çatışmayan cəhəti kimi isə iqtisadi cəhətdən səmərəli olmamaları qeyd olunmuşdur[2]. Müvafiq texnologiyalar haqqında belə bir mənfəət rəyinin formalaşmasının əsas səbəbləri isə aşağıdakılardan ibarətdir: *-texnoloji sxemin çoxmərhələli olması; - sulfat turşulu məhlulların dəmirdən təmizlənməsinin mürəkkəbliyi; - qələvi metalların sulfatlarının dəmir və alüminium sulfatlarından ayrılmasının çətinliyi; - böyük enerji itkisi və s.* Buna görə də, bu çətinliklərin aradan qaldırılması və alunit filizinin effektiv emal üsullarının işlənməsi prioritet məsələ hesab olunur.

Yerinə yetirilmiş bu tədqiqat işində məqsəd susuzlaşdırılmış alunit konsentratının qələvi ilə emalı zamanı texnoloji prosesin əvvəlində qələvi metal sulfatlarının ayrılması şəraitinin öyrənilməsi olmuşdur.

Tədqiqat əsnasında alunit filizindən qələvi metal sulfatlarının natrium qələvisi (NaOH) ilə çıxarılma şəraitinə müxtəlif faktorların (*NaOH məhlulunun qatılığı, temperaturu, ilkin nümunənin közərmə müddəti, həll edib çıxarma müddəti*) təsirləri öyrənilmişdir.

NaOH məhlulu qatılığının alunit konsentratından qələvi metal sulfatlarının çıxımına təsirini öyrənmək üçün alunit konsentratı nümunəsi müxtəlif qatılıqlı (1-10%) qələvi məhlulu ilə işlənmişdir. Tədqiqatlar nəticəsində məlum olmuşdur ki, qələvinin qatılığı 1%-dən 10%-ə qədər artırıldıqda Na<sup>+</sup> ionlarının çıxımı 10%-li qələvi ilə maksimum 82,5% olmuşdur. K<sup>+</sup> ionlarının çıxımı isə 5%-li NaOH ilə maksimum 100%-ə çatmışdır.

Nisbətən aşağı qatılıqlı NaOH məhlulu ilə maksimum metal ionlarının çıxımına nail olmaq üçün alunit konsentratını müəyyən temperaturlarda közərtmək qərara alınmışdır, yəni közərtmə temperaturlarının alunit nümunələrini qələvi məhlulunda həll edərkən qələvi metal sulfatlarının çıxım dərəcəsinə təsirləri öyrənilmişdir. Bunun üçün közərtmə prosesləri nisbətən aşağı temperaturlarda aparılmışdır. Belə ki, ədəbiyyat ənbələrindən də məlum olduğu kimi 590°C-dən yuxarı temperaturlarda Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub> həll olan formadan həll olmayan formaya keçir və sonrakı mərhələlərdə Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub>-ün alınması prosesini pisləşdirir. Ona görə, bu işdə alunit konsentratının

kompleks emalını nəzərə alaraq, onun 400°C və 500°C-də közərdilmiş nümunələri üzərində tədqiqat aparılmışdır. İlk mərhələdə, göstərilən hər iki temperaturda qələvinin qatılığının qələvi metal sulfatlarının çıxımına təsiri öyrənilmişdir. Tədqiqat zamanı 400°C-də közərdilmiş nümunədə 7%-li qələvi məhlulu ilə işləyətən Na<sup>+</sup> ionlarının çıxımı maksimuma - 96%-ə, K<sup>+</sup> ionlarının çıxımı isə 5%-li qələvi məhlulu ilə işləyərəkən 100-ə çatmışdır. 500°C-də közərdilmiş alunit nümunəsindən Na<sup>+</sup> və K<sup>+</sup> ionlarının maksimum çıxımı 3%li qələvi ilə emal edərkən maksimuma – müvafiq olaraq 90 və 100%-ə çatmışdır.

Alunit konsentratının közərmə müddətinin qələvi metal sulfatlarının çıxımına təsirini öyrənmək üçün həmin konsentratın 500°C-də 3÷60 dəqiqə vaxt kəsiyində közərdilmiş nümunələrindən istifadə edilmiş və bu nümunələr 3%-li qələvi məhlulu ilə işlənmişdir. Aparılmış təcrübələr əsnasında məlum olmuşdur ki, Na<sup>+</sup> və K<sup>+</sup> ionlarının maksimal çıxımına 10 dəqiqə müddətində közərdilmiş nümunələrlə işləyərəkən nail olunmuşdur. Əldə olunan bu göstərici müvafiq olaraq 96% və 100% təşkil etmişdir. Konsentratın 10÷60 dəqiqə vaxt intervalında közərdilməsi çıxma təsir göstərməmişdir.

Həll edib çıxarma müddətinin qələvi metal sulfatlarının çıxımına təsirini öyrənmək üçün, yuxarıda müəyyən edilmiş optimal şəraitdə 5 dəqiqədən 60 dəqiqəyə qədər müddətdə məhlul işlənmişdir. Bu zaman Na<sup>+</sup> və K<sup>+</sup> ionlarının 96 və 100%-li maksimal çıxımına artıq 10 dəqiqə müddətində nail olunmuşdur.

500°C-də közərdilmiş alunit konsentratı nümunələrinin 3%-li NaOH məhlulu ilə işlənməsi zamanı həll edib çıxarma temperaturunun qələvi metal sulfatlarının çıxım dərəcəsinə təsirinin öyrənilməsi təcrübələri otaq temperaturu (20°C), 25°C və 100°C-də həyata keçirilmiş və nəticədə müəyyənləşdirilmişdir ki, otaq temperaturunda Na<sup>+</sup> və K<sup>+</sup> ionlarının çıxımı xeyli az olur, temperatur artdıqca isə çıxım da artır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Усманов Г.Е., Асламов В.В. Небокситовое алюминиевое сырье Приамурья. ИГЕМ// Новые небокситовые виды глиноземного сырья/ Сб. ИГЕМ. – М.: Недра. 1982. -с.88-99.
2. Аграновский А.А., Ключанов Л.А., Насыров Г.З. Алуниты-комплексное сырье алюминевой промышленности. -М.: «Металлургия», 1989, 144 с

#### **КОМПЛЕКСНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПЕРЕРАБОТКИ АЛУНИТОВОЙ РУДЫ ЗАГЛИКСКОГО АЛУНИТОВОГО РУДНИКА: - ОБРАБОТКА АЛУНИТОВОГО КОНЦЕНТРАТА ЩЕЛОЧЬЮ NAOH**

**Д.И.Сафаров**

[jamil.safarov@azeraluminium.com](mailto:jamil.safarov@azeraluminium.com)

**М.Г.Джафаров**

**Г.Г.Ахмедова**

**Азербайджанский Технологический Университет**

В результате проведенных исследований разработана принципиальная технологическая схема переработки алунитового концентрата. В исследованиях, проведенных по данной схеме, определена возможность выделения сульфатов щелочных металлов в начале технологического процесса при обработке обезвоженного алунитового концентрата щелочным раствором NaOH и найдены оптимальные параметры технологического процесса.

#### **INTEGRATED TECHNOLOGY FOR PROCESSING ALUNITE ORE OF THE ZAGLIKI ALUNITE MINE: - TREATMENT OF ALUNITE CONCENTRATE WITH NAOH ALKALI**

**J.İ. Safarov**

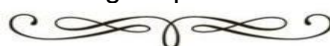
[jamil.safarov@azeraluminium.com](mailto:jamil.safarov@azeraluminium.com)

**M.H.Jafarov**

**G.H.Akhmedova**

**Azerbaijan Technological University**

As a result of the research, a basic technological scheme for the processing of alunite concentrate has been developed. In studies carried out according to this scheme, the possibility of extracting alkali metal sulfates at the beginning of the technological process during the treatment of dehydrated alunite concentrate with an alkaline solution of NaOH was determined and the optimal parameters of the technological process were found.





ALUNİT FİLİZİNİN KOH İLƏ EMALININ MATERIAL BALANSININ HESABATI

A.Z.Əsgərov

[arif.asgarov2020@mail.ru](mailto:arif.asgarov2020@mail.ru)

P.M.Əhmədov

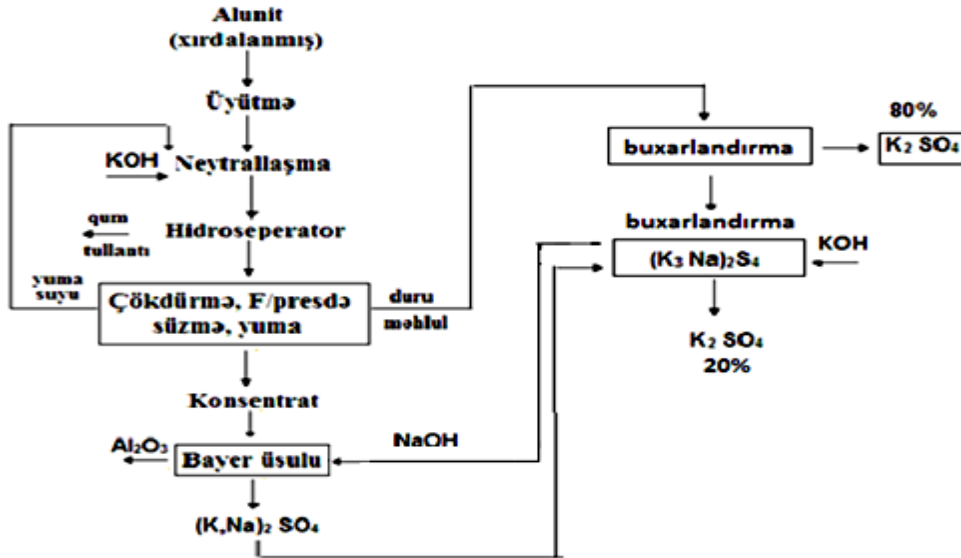
[parvizahmadov25@gmail.com](mailto:parvizahmadov25@gmail.com)

C.E.Əsgərzadə

[asgerzadehcemile.97@gmail.com](mailto:asgerzadehcemile.97@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

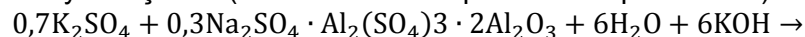
Alunit filizinin KOH ilə emalının texnoloji sxemi şəkil 1-də göstərilirdiyi kimidir və onun material balansı aşağıdakı kimi hesablanır:



Şəkil 1. Alunit filizinin KOH -lə emal texnologiyasının sxemi

Narın üyüdülmüş alunit filizi iki mərhələli qələviləşdirmə ilə aparılır və 1-ci qələviləşdirmə prosesini kalium hidroksid məhlulu ilə neytrallaşdırılır və bu zaman aşağıdakı reaksiya gedir:

1. Alunitin KOH-la neytrallaşması (alunitin filizdə miqdarını 50%qəbul edirik):



$$\frac{3,7K_2SO_4}{644} + \frac{0,3Na_2SO_4}{43} + \frac{6Al(OH)_3}{468} \downarrow$$

Qəbul olunur ki, Al(OH)<sub>3</sub> çıxımı -95% təşkil edir.

Bayer sxemində Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub> çıxımı -90% qəbul edirik.

2. Alınan konsentratın miqdarı:

$$0,95 \cdot \frac{3 \cdot 468}{819} = 1,63 \text{ ton } Al(OH)_3 : 1,53 = 1,065t \cdot Al_2O_3$$

burada 819-alunitin molekula çəkisidir.

$$5\% \text{ boş suxurla birlikdə: } 1,63 + 3 \cdot 0,05 = 1,78 \text{ ton } Al_2O_3$$

3. Tələb olunan alunit filizinin miqdarı:

$$\frac{819 \cdot 1,53}{468 \cdot 0,9 \cdot 0,50} = 5,95 \text{ ton} \approx 6 \text{ ton}$$

4. Tələb olunan KOH-n miqdarı:

$$\frac{6 \cdot 0,5 \cdot 336}{819} = 1,23 \text{ ton} \cdot 0,95 = 1,17 \text{ ton KOH}$$

5. Alınan 50%-li gübrənin miqdarı (K<sub>2</sub>SO<sub>4</sub>-50%)

$$\frac{6 \cdot 0,5 \cdot 687}{819} = 2,52 \text{ ton} \cdot 0,95 = 2,39 \text{ ton}$$

6. Alınan kvars qumunun miqdarı:

Qəbul edirik ki ,boş suxurun 5% -i bayer prosesinə keçə bilər:

$$6 \cdot 0,5 \cdot 0,95 = 2,85 \text{ ton (qiymətsiz)}$$



7. KOH məhlulunun hazırlanmasına tələb olunan suyun miqdarı. Sulfat duzlarının tam həll olmasını təmin etmək üçün neytrallaşma reaksiyası vaxtı maye fazada  $K_2SO_4$ -n miqdarı 19,5%-dən aşağı olmalıdır.

Qəbul edirik ki, alınan sulfatların hamısı  $K_2SO_4$  şəklindədir, onda alınan sulfatların miqdarı 2,39 ton olur.

100 qram məhlulda -19,5qram;

Onda:

X-də - 2,39t

$$X = \frac{2,39 \cdot 100}{19,5} = 12,26 m^3$$

2,39 ton gübrənin həcmi  $\approx 1 m^3$  tələb olunan su  $12,26 - 1 = 11,26 \approx 11,5 m^3$

8. Cəmi prosesə daxil olan suyun miqdarı:

qumun süzülməsi vaxtı yuyulmaya verilən su -  $3 m^3$ .

digər -  $0,5 m^3$  cəmi  $11,5 + 3 + 0,5 = 14 m^3$

9. Buxarlanmaya tələb olunan buxar:

Buxarın sərfi -  $0,7 t/t$  olar.

$14 \times 0,7 = 9,8 t/t$ , yaxud da  $9,8 \times 0,63 = 6,37 kkal/t$

#### **КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПЕРЕРАБОТКИ АЛУНИТОВОЙ РУДЫ СОЩЕЛОЧЬЮ КОН**

**А.З.Аскеров**

[arif.asgarov2020@mail.ru](mailto:arif.asgarov2020@mail.ru)

**П.М.Ахмедов**

[parvizahmadov25@gmail.com](mailto:parvizahmadov25@gmail.com)

**Д.Е.Аскерзаде**

[asgerzadehcemile.97@gmail.com](mailto:asgerzadehcemile.97@gmail.com)

**Азербайджанский технологический университет**

Сущность предлагаемого способа переработки alunитовых руд основана на двух стадийной обработке (выщелачиванием) измельченного alunита. На 1-ой стадии производится обработка раствором 10% KOH для выделения  $SO_3$ , сульфата алюминия alunита и сульфатных солей в раствор. А на 2-ой стадии производится переработка концентрата полученного от 1-ой стадий по щелочному способу Байера. Продуктами производства является глинозем, сульфат калия, NaOH, элементарная сера и серная кислота. В данной статье рассчитан материальный баланс. Для получения 1 тон  $Al_2O_3$  расходуется  $\sim 6$  тон измельченного alunита и  $\sim 1,17$  тон KOH, в результате получает 2,39 тон удобрения  $K_2SO_4$ . Основными недостатками данного способа является дороговизна KOH. Если в республике будет производится KOH, тогда этот просос будет рентабельным и вопрос будет решенным.

#### **A BRIEF DESCRIPTION OF THE PROCESSING OF ALUNITE ORE WITH ALKALI KOH**

**A.Z.Askerov**

[arif.asgarov2020@mail.ru](mailto:arif.asgarov2020@mail.ru)

**P.M.AKhmedov**

[parvizahmadov25@gmail.com](mailto:parvizahmadov25@gmail.com)

**D.E.Askerzade**

[asgerzadehcemile.97@gmail.com](mailto:asgerzadehcemile.97@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The essence of the proposed method for processing alunite ores is based on two-stage processing (leaching) of crushed alunite. At the 1st stage, treatment with a solution of 10% KOH is carried out to release  $SO_3$ , aluminum sulfate, alunite and sulfate salts into the solution. And at the 2nd stage, the concentrate obtained from the 1st stage is processed according to the alkaline Bayer method. The products of production are alumina, potassium sulfate, NaOH, elemental sulfur and sulfuric acid. At this stage, the material balance is calculated. To obtain 1 ton of  $Al_2O_3$ ,  $\sim 6$  tons of crushed alunite and  $\sim 1.17$  tons of KOH are consumed, resulting in 2.39 tons of  $K_2SO_4$  fertilizer. The main disadvantages of this method is KOH. If KOH is produced in the republic, then this milling will be profitable, the issue will be resolved.



ИССЛЕДОВАНИЕ ИОННО-ИМПЛАНТИРОВАННЫХ ПОЛУПРОВОДНИКОВЫХ ПЛЁНОК PbTe «Ar<sup>+</sup>»

Г. Дж.Касаманли

[h.kesemenli@uteca.edu.az](mailto:h.kesemenli@uteca.edu.az)

К.М.Сулейманов

[k.suleymanov@uteca.edu.az](mailto:k.suleymanov@uteca.edu.az)

С.Т.Мустафаев

[s.mustafayev@uteca.edu.az](mailto:s.mustafayev@uteca.edu.az)

Р. И.Аскерова

[r.asgerova@uteca.edu.az](mailto:r.asgerova@uteca.edu.az)

Азербайджанский Технологический Университет

Полупроводниковых пленок Pb Te получились методом дискретного испарения и представляли собой блочные монокристаллы, ориентированные осью «//» перпендикулярно плоскостью слоя. Метод дискретного испарения вместе с гомогенизацией пара позволял воспроизводить в конденсате состав шихты и свести к минимуму потери легколетучих компонентов.

Для измерения комплекса кинетических коэффициентов в пленках была создана экспериментальная установка. Установка позволяла измерять коэффициенты удельного сопротивления ( $\rho$ ), холла ( $R$ ), зеебека ( $\alpha$ ), поперечного эффекта Нернста – Эттингсгаузена ( $Q$ ). Измерения этих эффектов проводились почти на всех образцах. Кроме того, в случае необходимости, мы имели возможность измерять изменение сопротивления и термоэдс в магнитном поле. Диапазон изменения температуры образца 77...330К, магнитного поля – до 1,5 Тс, толщины полупроводниковые пленки  $d \approx 0,35...0,55$  мкм.

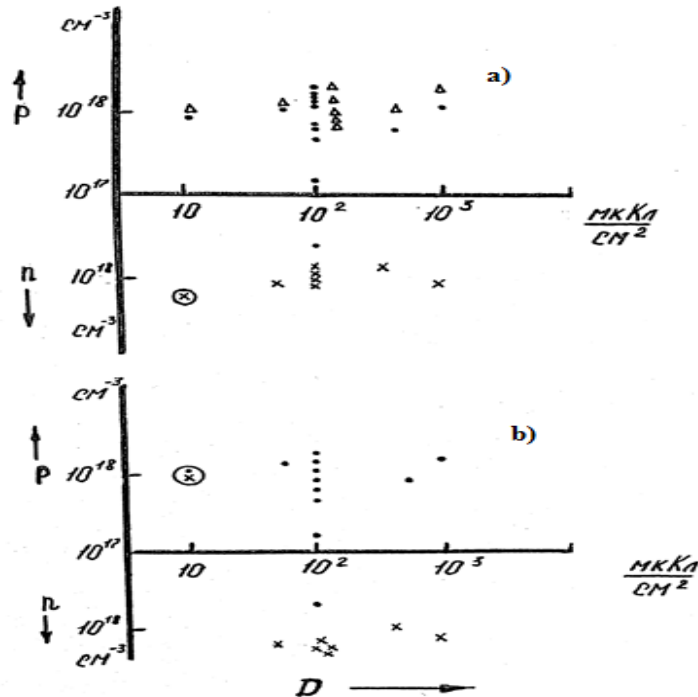
Исследования на растровом электронном микроскопе позволили определить средней размер блоков  $\sim 10^{-1}$  мкм. Свеженапылённые слои обладали проводимостью как  $n$  – так и  $p$  – типа. Следует указать, что их свойства изменялись во времени. Отжиг слоев при  $T = 580...630$ К в течение 30 мин. в атмосфере гелия стабилизировал свойства образцов.

После отжига пленки в подавляющем большинстве приобретали проводимость  $P$  – типа и имели холловскую концентрацию  $(0,4...2) \cdot 10^{18} \text{ см}^{-3}$ . Холловские подвижности при  $T = 300$ К составляли  $(500...900) \text{ см}^2/\text{В}\cdot\text{С}$ . Эти значения несколько ниже, чем для совершенных объемных монокристаллов  $p$  – Pb Te  $(900...1200) \frac{\text{см}^2}{\text{В}\cdot\text{С}}$ , что обусловлено частично рассеянием на межблочных границах [2], а частично влиянием макродефектов.

При ионной бомбардировки PbTe с ионами Ar<sup>+</sup>, энергия атомов составляла  $E = 90$ кэВ, плотность тока при имплантации  $\gamma = 0,5...1$ мкА/см<sup>2</sup>, интегральная доза облучения изменялась от 10 мк Кл/см<sup>2</sup> ( $6,2 \cdot 10^{13} \text{ см}^{-2}$ ) до 900мк Кл/см<sup>2</sup> ( $5,6 \cdot 10^{15} \text{ см}^{-2}$ ).

В пересчете на единицу объема пленки PbTe концентрация имплантированных атомов  $\langle N_{\text{Ar}} \rangle$  составляла от  $1,3 \cdot 10^{18} \text{ см}^{-3}$ , до  $1,5 \cdot 10^{20} \text{ см}^{-3}$ . Основной результат бомбардировки ионами аргона – смена типа проводимости (знака коэффициентов Холла  $R$  и термоэдс  $\alpha$ ) [1]. с дырочного на электронной (рис.1)

Один из образцов, который до имплантации имел проводимость  $n$  – типа, сохранил знак  $R$  и  $\alpha$ .



**Рисунок 1.** Влияние ионной бомбардировки и отжига на холловскую концентрацию носителей

Температура измерений:

а)  $T = 300\text{K}$ ; б)  $T = 77\text{K}$ .

- - до имплантации; x – после имплантации;  $\Delta$  - имплантированные образцы после отжига

Таким образом, преобладающий тип радиационных дефектов имеет донорный характер. При этом, однако, сразу возникает вопрос о дозовой зависимости концентрации электронов после имплантации казалось бы, поскольку с ростом дозы увеличивается концентрации радиационных дефектов, должна увеличиваться и концентрация электронов. Из рисунка 1 видно, что эта не так. Зависимость  $n(D)$  практически отсутствует. После имплантации холловская концентрация составляет  $(0,7...1,5) \cdot 10^{18} \text{см}^{-3}$  [1].

Ионной имплантации при  $D = 100 \text{ мкКл/см}^2$  ( $6,2 \cdot 10^{14} \text{см}^{-2}$ ) было подвергнуто около десятка образцов. До имплантации они обладали различными холловскими концентрациями дырок  $P = (0,15 \dots 0,22) \cdot 10^{18} \text{см}^{-3}$ , а один из образцов имел проводимость  $n$  – типа с  $n = 4 \cdot 10^{17} \text{см}^{-3}$ . После имплантации разброс значений  $n$  составил всего  $(0,7...1,1) \cdot 10^{18} \text{см}^{-3}$ , т.е. практически отсутствовал [3]. Таким образом, отсутствует зависимость концентраций носителей после имплантации от исходной концентрации носителей.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Алиев Б.З., Казмин С.А., Кайданов В.И., Касаманли Г.Д. Влияние радиационных дефектов на свойства пленок  $P_bT_e$ , облученных ионами аргона / Тезисы докладов международной конференции «Ионно – лучевая модификация свойств твердых тел»: Черноголовка, 1987, с.128
2. Гольцман В.М. Дашевский З.М., Кайданов В.И., Коломеец Н.В. Пленочные термоэлементы (физика и применение) М.: Наука, 1985

3. Касаманли Г.Д. Влияние ионной бомбардировки с ионами аргонами электрофизические свойства пленок PbTe. / Материалы VII международной научно-практической конференции «Современный взгляд на проблемы технических наук». - Инновационный центр развития образования и науки: ИУРОН г. Уфа, Россия, сентябрь, 2020.4 стр

**«Ar<sup>+</sup>» İONU İLƏ ŞÜALANDIRILMIŞ PbTeNAZİKİYARIMKEÇİRİCİ TƏBƏQƏLƏRİNTƏDQİQİ**

**H.C.Kəsəmənli**

[h.kesemenli@uteca.edu.az](mailto:h.kesemenli@uteca.edu.az)

**K.M.Suleymnov**

[k.suleymanov@uteca.edu.az](mailto:k.suleymanov@uteca.edu.az)

**S.T. Mustafayev**

[s.mustafayev@uteca.edu.az](mailto:s.mustafayev@uteca.edu.az)

**R.İ. Əsgərova**

[r.asgerova@uteca.edu.az](mailto:r.asgerova@uteca.edu.az)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

YarımkeçiriciPbTefilmələri (plyonkaları) diskret buxarlanma yolu ilə alınmış və təbəqə müstəvisinə perpendikulyar “111”oxu ilə istiqamətlənmiş blok monokristallardır.PbTe-ni Ar<sup>+</sup> ionları I ionbombardmanı zamanı, atomların enerjisiE=90 keV, implantasiya zamanı cərəyan sıxlığı  $\gamma=0,5.....1 \mu A/sm^2$ , şüalanmanın inteqral dozası  $10 \mu C/sm^2$  ( $6,2 \cdot 10^{13}sm^{-2}$ ) dan  $900 \mu C/sm^2$  ( $5,6 \cdot 10^{15} sm^{-2}$ ) qədər dəyişirdi. PbTefilminin (plyonkanın) həcmv ahidi baxımından implantasiya edilmiş $\langle N_{Ar} \rangle$ atomlarınınkonsentrasiyası  $1,3 \cdot 10^{18}sm^{-3}$  ilə  $1,5 \cdot 10^{20}sm^{-3}$ arasında dəyişdi. Arqonionları ilə bombardmanın əsas nəticəsi kiçiricilik növünün (HolləmsallarınıişarəsiRvətermogüc  $\alpha$ ) deşikdən elektrona dəyişməsidir.

**STUDY OF ION-IMPLANTED SEMICONDUCTOR PbTe FILMS WITH "Ar+" IONS**

**H.C.Kasamanli**

[h.kesemenli@uteca.edu.az](mailto:h.kesemenli@uteca.edu.az)

**K.M.Suleymanov**

[k.suleymanov@uteca.edu.az](mailto:k.suleymanov@uteca.edu.az)

**S.T.Mustafayev**

[s.mustafayev@uteca.edu.az](mailto:s.mustafayev@uteca.edu.az)

**R.I.Asgerova**

[r.asgerova@uteca.edu.az](mailto:r.asgerova@uteca.edu.az)

**Azerbaijan Technological University**

Semiconductor PbTe films were obtained by discrete evaporation and were block single crystals oriented with the “111” axis perpendicular to the layer plane.During ion bombardment of PbTe with Ar<sup>+</sup> ions, the energy of atoms was E=90 keV, the current density during implantation  $\gamma=0.5.....1 \mu A/cm^2$ , the integral dose of irradiation varied from  $10 \mu C/cm^2$  ( $6.2 \cdot 10^{13} cm^{-2}$ ) up to  $900 \mu C/cm^2$  ( $5.6 \cdot 10^{15} cm^{-2}$ ).In terms of the volume unit of the PbTe film, the concentration of implanted  $\langle N_{Ar} \rangle$  atoms ranged from  $1.3 \cdot 10^{18}cm^{-3}$  to  $1.5 \cdot 10^{20}cm^{-3}$ .The main result of bombardment with argon ions is a change in the type of conductivity (the sign of the Hall coefficients R and thermopower  $\alpha$ ) from hole to electron.



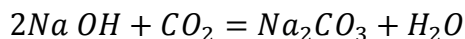
## ALÜMİNAT MƏHLULLARININ KARBONLAŞDIRILMASI

P.M.Əhmədov

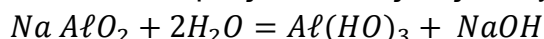
[parvizahmadov25@gmail.com](mailto:parvizahmadov25@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Karbonlaşdırma prosesində karbon qazından CO<sub>2</sub>-dən istifadə olunur. Karbon qazı hər şeydən əvvəl məhlulda olan yeyici qələvini neytrallaşdırır:



Nəticədə alüminat məhlulunun kaustik modulu aşağı düşür, məhlul dayanıqsız olur, məhlulda hidrol parçalanma üçün şərait yaranır.



Alınan sərbəst qələvi karbon qazının təsirindən yeni soda əmələ gətirir ki, bu da özlüyündə alüminat məhlulunun parçalanması üçün şərait yaradır. Prosesin sonunda Al(OH)<sub>3</sub>-in çökməsi ilə yanaşı Na<sub>2</sub>O·Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub>·2CO<sub>2</sub>·nH<sub>2</sub>O-nun çökməsi də müşahidə olunur. Onu da göstərmək lazımdır ki, bu amil karbonlaşdırma prosesinin mexanizminə təsir edən yeganə amil deyil.

Prosesin əvvəlində Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub> -in qatılığı məhlulda demək olar ki, heç dəyişmir. Bu zaman məhluldakı sərbəst qələvi karbon qazının təsirindən neytrallaşır. Nəticədə məhlulda yeyici qələvinin miqdarı azalır ki, 1-ci dövrün sonunda natrium alüminat məhlulunun parçalanması üçün şərait yaranır. Bu dövrdən başlayaraq məhlulda Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub>-in miqdarı aşağı düşür. Yeyici qələvinin neytrallaşmasının hesabına, məhlulda yeyici qələvinin miqdarının azalması davam edir və məhluldan Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub>-in tam ayrılması üçün şərait yaranır.

Karbonlaşdırma zamanı məhlulda SiO<sub>2</sub>-in miqdarı uzun müddət stabil qalır, onun qısa müddətdə məhluldan ayrılması, çökməsi karbonlaşdırma prosesinin sonunda müşahidə olunur. Karbonlaşma prosesinə daxil olan alüminat məhlulu SiO<sub>2</sub>-ə görə tarazlıq vəziyyətində daxil olur. Karbonlaşma zamanı məhlulun tərkibi dəyişir, tarazlıq pozulur, bununla da SiO<sub>2</sub>-in çökməsi üçün əlverişli şərait yaranır. Məhlulda natriumalümosilikatın yaranması çox zəif gedir. Bu baxımdan da SiO<sub>2</sub>-in çökməsi prosesin sonunda baş verir.

Karbonlaşdırmanın bir neçə üsulu mövcuddur: tam və natamam karbonlaşdırma, burma ilə karbonlaşdırma.

Tam karbonlaşma zamanı alüminat məhlulunun parçalanma prosesini demək olar ki, axıra qədər aparırlar. Bu zaman ana məhlulda 3-5 qr/l Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub>-i qalır ki, bununla da tərkibi SiO<sub>2</sub>-lə zəngin olan xırda dənəli hidratın çökməsinə imkan yaranmır.

Natamam karbonlaşdırmada proses axıra qədər aparılmır, prosesə karbon qazının verilməsi kəsilir, natrium alüminat məhlulunun müəyyən həcmi parçalanmamış qalır. Bu üsulla alınan hidratın dənələrinin ölçüləri eyni olur, tərkibi SiO<sub>2</sub>-ə görə təmiz olur. Parçalanmadan ayrılan hidrat məhluldan ikinci ayrıldıqdan sonra ana məhlul yenidən axıra qədər karbonlaşdırılır. İkinci karbonlaşdırmadan ayrılan hidrat xırda dənəli və tərkibi SiO<sub>2</sub>-lə zəngin olur. Belə hidratdan alüminium almaq üçün istifadə edilmir. Ona görə də bu hidratdan natamam karbonlaşdırmada maya kimi istifadə edilir.

Natamam karbonlaşdırmada SiO<sub>2</sub>-in çox hissəsi sistemə verilən mayadan yenidən alüminat məhluluna keçir ki, buda alınacaq hidratın tərkibinin SiO<sub>2</sub>-lə zənginləşdirir. Bu proses üzrə karbonlaşdırmada təmiz hidrat almaq üçün, sistemə verilən alüminat

məhlulu SiO<sub>2</sub>-dən fasiləsiz olaraq təmizlənməlidir. Bu məqsədlə ana məhlulun bir hissəsi natamam karbonlaşdırmadan sonra bişintinin qələviləşdirilməsinə verilir. Bunun hesabına alüminat məhlulunun kaustik modulu- α<sub>k</sub> qalxır. Qələviləşdirmədən sonra alüminat məhlulu silisiumsuzlaşdırılır, SiO<sub>2</sub> prosesindən xaric olunur.

Karbonlaşdırmadan ayrılan hidratın keyfiyyəti o vaxt yaxşılaşır ki, qabaqcadan alınan hidratdan maya kimi istifadə olunsun. Bu halda ayrılan hidrat iri dənəli olmaqla yaxşı yuyulur.

Burma ilə karbonlaşdırma prosesində ayrılan hidrat, sistemə verilən karbon qazı kəsildikdən sonra bir neçə saat müddətində qarışdırılır. Bu zaman məhluldan əlavə olaraq yenidən təmiz hidrat ayrılır.

Yüksək silisium moduluna malik alüminat məhlullarının karbonlaşdırılması iki mərhələdə aparılır. Bu məhlullardan təmiz Al(OH)<sub>3</sub> almaq üçün tam karbonlaşdırma prosesi aparılır.

Karbonlaşdırma prosesinin aparılmasında əsas məqsəd - bişintinin qələviləşdirməsindən alınan alüminat məhlullarını CO<sub>2</sub> qazı ilə parçalayaraq məhluldakı alüminiumu hidroksid şəklində məhluldan ayrılmaqdır. Yəni bişirmə üsulunda karbonlaşdırma prosesi Bayer üsulundakı alüminat məhlullarını dekompozitorlarda parçalanması prosesini əvəz edir.

#### **КАРБОНИЗАЦИЯ АЛЮМИНАТНЫХ РАСТВОРОВ**

**П.М.Ахмедов**

[parvizahmadov25@gmail.com](mailto:parvizahmadov25@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Основной целью процесса карбонизации является выделение алюминия из раствора в виде гидроксида путем разложения алюминатных растворов, полученных при подщелачивании печи газом. То есть процесс карбонизации в варочном методе заменяет процесс разложения алюминатных растворов в разлагателях, как и в методе Байера.

#### **CARBONIZATION OF ALUMINATE SOLUTIONS**

**P.M.Akhmedov**

[parvizahmadov25@gmail.com](mailto:parvizahmadov25@gmail.com)

**Azerbaijan Technology University**

The main goal of the carbonization process is to separate the aluminum from the solution in the form of hydroxide by decomposing the aluminate solutions obtained from the alkalization of the furnace with gas. That is, the carbonization process in the cooking method replaces the decomposition process of aluminate solutions in decomposers, as in the Bayer method.





**FTOROPLAST-QRAFİT SİSTEMLİ YEYİLMƏYƏ DÖZÜMLÜ MATERIALLARIN ALINMASI VƏ TƏDQIQI**

**C.İ.Səfərov**

[sevilsefereliyeva123@gmail.com](mailto:sevilsefereliyeva123@gmail.com)

**S.B.Məmmədova**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Uzun illər sənayedə bir çox tərkibli sürtünmə qovşaqları istifadə olunmuşdur. Bunlara mis əsaslı, qurğuşun əsaslı (babbitlər və s) sürtünmə yastıqlarını və s. misal göstərmək olar. Ftor əsaslı ftoroplast-4 əsaslı kompozitlər əsasən 1938-ci ildə amerikan alimi olan Planket təsadüf nəticəsində kəşf etmiş və bunun material kimi tətbiq imkanlarını araşdırmışdır. Ftor əsaslı ftoroplast-4 və ya adətən geniş istifadə edilən qazşəkilli (qaz formalı) tetraflorpitelinin ( $CF_2=CF_2$ ) (poimetaftoetilen) polimerləşməsi ilə alınır. Ümumiyyətlə isə ftor yer kürəsində böyük ehtiyata malikdir və əsasən kalsium-florid, ftoropitətlər formasında mövcud olur. Eləcə də flour-karbon materiallarına sürətlə artan ciddi tələbatları nəzərə alsaq, belə bir fikir yürütmək olar ki, ftoroplast-4 əsaslı kompozitlər gələcəyin ən perspektivli materialıdır. Ümumiyyətlə isə ftoroplast əsaslı yeyilməyədüzümlü kompozit materialları sahəsində istehsal texnologiyalarında mövcud mənbələrin araşdırılması və analizi aşağıdakı ümumi nəticələrin alınmasına imkan vermişdir:

Ftor əsaslı yeyilməyədüzümlü kompozit materialları, sənayedə antifriksion material kimi sənayenin bir çox sahələrində, o cümlədən maşınqayırma, neft-kimya, neft-maşınqayırma sənayələrində geniş tətbiq edilir.

1. Ftor əsaslı kompozit materiallarının kimyəvi tərkibinə müəyyən miqdarda xüsusi əlavəliklərin (doldurucuların) verilməsi ilə (bu əsasən qrafit, tunc, molibden desulfidi ola bilər) kompozitin tribotexniki, o cümlədən fiziki, mexaniki xassələrini lazımi səviyyədə artırmaq olur. Bir sıra elmi-tədqiqat işlərinin analizi nəticəsində aydın olmuşdur ki, ftoroplast əsaslı yeyilməyə qarşı müqaviməti yüksək olan kompozitlərin antifriksion xassələrinə, o cümlədən xüsusi doldurucuların təsirini tənzimləmək mümkündür.

**ƏDƏBİYYAT**

1. Börnstein L. Ternary alloy system phase diagrams, crystallographic and thermodynamic data. Berlin: Springer; 2005.p. 71-72. V.11

2. S.Namazov, R.K.Mehdiyev, M.Ç.Hüseynov, “Presləmə nəzəriyyəsi” Bakı, 2012, 221 3. Роковский. «Основы порошкового металлостроения» 1962

**ЗАКУПКА И ИССЛЕДОВАНИЕ КОРРОЗИОННОСТОЙКИХ МАТЕРИАЛОВ С СИСТЕМОЙ ФТОРОПЛАСТ-ГРАФИТ**

**К.И.САФАРОВ**

[sevilsefereliyeva123@gmail.com](mailto:sevilsefereliyeva123@gmail.com)

**С.Б.МАМЕДОВА**

**АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Производство металлических и пластмассовых масс в промышленной сфере привело к большому успеху. Материалы, используемые во фрикционных соединениях, изготовлены из фторопластовых материалов.

**CORROSION-RESISTANT MATERIALS WITH FLUOROPLAST-GRAPHITE SYSTEM ACQUISITION AND INVESTIGATION**

**C.I.Safarov**

[sevilsefereliyeva123@gmail.com](mailto:sevilsefereliyeva123@gmail.com)

**S.B.Mammadova**

**AZERBAIJAN TECHNOLOGY UNIVERSITY**

In the field of industry the production of metal and plastic masses caused great success. The materials used in friction joints are made of fluoroplastic materials.



## POLİMERLƏRİN PEYVƏND SOPOLİMERLƏŞMƏ YOLU İLƏ MODİFİKASIYASININ TƏDQIQI

Ə.A.Əlbəndov

[Alemdar.albendov2020@mail.ru](mailto:Alemdar.albendov2020@mail.ru)

E.Zeynalov

N.Ramazanlı

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Polimerlərin quruluş və xassələrini məqsədyönlü dəyişdirmək, onların bir sıra istismar xassələrini: yağa, benzinə davamlılığını, birgə vulkanizasiyasını, başqapolimerlə qarışığını, müxtəlif materiallar sərhədində adgeziyaya davamlılığını, elektrik, maqnit və s. yaxşılaşdırmaq üçün modifikasiya üsullarından istifadə edilir.

Xüsusi xassələrə malik materialların yaradılmasında əsas üsullarından biri polimerlərə modifikasiya edici əlavələrin-funksional monomerlərin, oliqomer və ya polimerlərin daxil edilməsidir.

Polimerlərin kimyəvi modifikasiyası əsas etibarilə polimer-monomer sistemində zəncirin ötürülməsi ilə əldə edilir. Müəyyən edilmişdir ki, polimer-monomer, polimer-oliqomer sistemlərində modifikasiyanın mexanizmində polimer makromolekulunda aktiv mərkəzlərin əmələ gəlməsi və monomerin polimerləşməsi nəticəsində yan zəncirin əmələgəlməsi durur [1]

Polimerlərin modifikasiyasında ən sadə və geniş yayılmış metodlarından biri monomerlərin polimer makromolekul mühitində radikallarla polimerləşməsi və peyvənd yan zəncirin əmələ gəlməsidir. Zəncirin hazır polimerə ötürülməsi və makromolekullarda əmələ gəlmiş aktiv mərkəzlərə monomerin birləşməsi peyvənd sopolimerin əmələ gəlməsinə səbəb olur [2]

Polimer-monomer zəncirin ötürülməsi ilə modifikasiyanın səmərəliliyi zəncirin ötürülmə sürətindən asılıdır. Zəncirin ötürülmə sürəti isə öz növbəsində temperaturdan, polimer və monomerin qatılıqları nisbətindən, həyəcanlaşdırıcıların qatılığından, makromolekulda hidrogen atomlarının mütəhərrikiyindən, monomer və makromolekulun reaksiyagirmə qabiliyyətindən asılıdır

Polimer modifikasiyasında zəncirin ötürülməsi ən geniş yayılmış reaksiyalardan biridir. Bu metodun çatışmayan cəhətlərinə çoxlu miqdarda homopolimerlərin əmələgəlməsi, peyvənd zəncirinin polimerləşmə dərəcəsinin və onların makromolekulunda paylanması idarə edilməsindəki çətinlik və s. daxildir. Bu reaksiyaların kinetikasının müxtəlif həyəcanlaşdırıcıların iştirakı ilə tədqiqi zəncirin ötürülmə reaksiyaları ilə polimerləşməsinin fərqi ayrılmağa imkan verir. Göstərilmişdir ki, polibutadienin akrilnitril və stirolla modifikasiyası prosesində polimerin həyəcanlaşdırıcı radikal ilə birbaşa həyəcanlaşması, zəncirin ötürülməsi ilə həyəcanlanmadan daha üstündür [3]

Polimer zəncirin ötürülməsi mexanizmi ilə modifikasiyası üçün sistemdə üç komponentin, yəni polimerləşməyə qabil monomerin, polimer makromolekulundan hidrogen və ya halogen atomunu qoparıb zəncirvari reaksiyanı həyəcanlandıran və sərbəst radikal əmələgətirəbilən mənbə və ya katalizatorun olması vacib hesab edilir. Buna görə də zəncirin ötürülməsi reaksiyası ilə modifikasiya edilmiş sopolimerlərin alınması metodunun səmərəliliyi bilavasitə monomerin və polimerin quruluşundan, həyəcanlaşdırıcının və ya katalizatorun təbiətindən asılıdır

Peyvənd sopolimerləşmə proseslərinin tədqiqində müxtəlif tərkibli polimer makromolekulunun alınmasında bir sıra amillərin təsiri aşkar edilmişdir. Müəyyən edilmişdir ki, zəncir, qonşu qrup, konfiqurasiya, konformasiya, elektrostatik, molekulyar üstü və s. amillər modifikasiya prosesinin gedişinə təsir edir

Polimerlərin səthi modifikasiyasında emal zamanı oksidləşmə və hidrolitik parçalanma proseslərində makromolekuldaəmələ gələn OH- və COOH qrupları da iştirak edir.

Xlorlu polimerlərin müxtəlifkristallik sistemlərin istifadəsi ilə modifikasiyası makromolekuldan mütəhərrik xlorun istiqamətli qoparılması ilə getdiyindən peyvənd sopolimerləşmə az aktivləşmə enerjisi ilə xarakterizə edilir.

Adi mexaniki qarışdırmadabir-biriylə qarışmayan polimerlər əsasında kimyəvi qarışa bilən sistemlərin alınması mümkünlüyi də müəyyən edilmişdir

### **ƏDƏBİYYAT**

1.Bilalov Y.M., Hüseynov F.İ., Аббасова L.M. Modifikasiya edilmiş polimer kompozisiyaları, Bakı, 2002

2.Буниятзаде Ф.Ф., Портянский А.Е. Модифицированные гомополимеры и сополимеры олифенов. Пласт. масс., 1967, №7

3.Купер В., Воган Г. Кинетика привитойсополимерзации. Химияи технология полимеров, 1960, №2

### **ИЗУЧЕНИЕ МОДИФИКАЦИИ ПОЛИМЕРОВ ПУТЕМ ПРИВИТОЙСОПОЛИМЕРИЗАЦИИ**

**Ə.A.Əlbəndov**

[Alemdar.albendov2020@mail.ru](mailto:Alemdar.albendov2020@mail.ru)

**Э.Зейналов**

**Н.Рамазанлы**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Для целенаправленного изменения структуры и свойств полимеров, с целью улучшения их эксплуатационных свойств (маслостойкость, бензостойкость, ковулканизация, смешивание с другими полимерами, стойкость к истиранию на границе раздела различных материалов, электричеству, магнетизму и др.), модификации ролей получили широкое распространение. привитая сополимеризация. В статье кратко изложены теоретические основы модификации полимеров методом привитой сополимеризации.

### **STUDYING THE MODIFICATION OF POLYMERS BY GRAFTCOPOLYMERIZATION**

**A.A.Albandov**

[Alemdar.albendov2020@mail.ru](mailto:Alemdar.albendov2020@mail.ru)

**E.Zeynalov**

**N.Ramazanli**

**Azerbaijan Technological Universit**

In order to purposefully change the structure and properties of polymers, in order to improve their performance properties (oil resistance, gasoline resistance, covulcanization, mixing with other polymers, abrasion resistance at the interface of various materials, electricity, magnetism, etc.), the modifications of the rolemers have been widely used way. graft copolymerization. The paper briefly summarizes the theoretical foundations for the modification of polymers by graft copolymerization.



## VII BÖLMƏ. RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATIN MARKETİNG VƏ MENEJMENTİ

### CHATBOT VS. EMAIL: WHICH TECHNOLOGY DELIVERS BETTER CUSTOMER SERVICE, AND FOR WHOM?

Julio Vena Oya<sup>1</sup>

[jvena@ujaen.es](mailto:jvena@ujaen.es)

José Alberto Castañeda García<sup>2</sup>

[jalberto@ugr.es](mailto:jalberto@ugr.es)

Jan Burys<sup>2</sup>

[jburys@ugr.es](mailto:jburys@ugr.es)

Ragif Huseynov<sup>3</sup>

[Ragif1984@gmail.com](mailto:Ragif1984@gmail.com)

<sup>1</sup>University of Jaén

<sup>2</sup>University of Granada

<sup>3</sup>Azerbaijan Technological University

4.0 Technologies have burst into all sectors of activity, especially in the service sector, where the use of chatbots is being introduced very quickly. However, when a new technology emerges, not all potential users are ready to use it, which can make the introduction unsatisfactory. Therefore, this paper aims to find out how Digital Literacy (DL) can moderate the perceived quality of a new technology (chatbot) versus a mature technology (email) through different dimensions of quality. To this end, an experiment with 124 Spanish (high DL) and Czech (low DL) students is carried out in which they had to interact with both technologies to find out their degree of satisfaction with them. The results show differences in the perception of the quality of these technologies by country, which can help to better understand how a successful implementation of these 4.0 technologies in the service sector should be.

#### **Introduction:**

The fourth industrial revolution is characterised by the use of robots and artificial intelligence in all sectors of activity, especially in the service sector. This is leading to an improvement in the efficiency of these services as well as a reduction in costs [7]. However, the adoption of a new technology varies among different users [1], with digital literacy (DL) being one of the most important determinants of adoption [3]. DL can be defined as "the ability to understand and use information in multiple formats from a wide range of sources when it is presented via computers" and can moderate the perceived quality of new technology [2]. Thus, users with a high DL will see the adoption of new technology as easier and with higher perceived usefulness [4]. On the other hand, those individuals with a low DL, in addition to having a lower intention to use a new technology, may perceive it as useless or as not improving an existing technology [5], since the lack of DL may lead to frustration when faced with a new technology and even dissatisfaction when they do not see themselves able to take advantage of all the benefits that this new technology can offer [8]. Therefore, the aim of this paper is to find out which dimensions of e-service quality (ESQ) proposed by Parasuraman et al. (2005) (Security, Empathy, Reliability, Competence, Responsiveness, and Information Quality) the users with high and low DL perceive differently, comparing a new technology such as Chatbot with an already mature technology such as email, which can help managers of these technologies not only to shorten the adoption time but also to achieve a satisfactory adoption for different audiences.

#### **Sample Collection and Results**

To carry out this study, an experiment was conducted with Spanish (high DL) and Czech (low DL) university students. They had to perform a simple task such as changing a hotel room reservation, for which the sample was divided between those users who performed this task with a new technology (chatbot) or with a mature technology (email). Once they had finished this task, they were asked about the performance of the technology they had used in the experiment. A total sample of 124 individuals was collected (64 from Spain and 60 from Czech Republic). To test for differences in perceived quality, an ANOVA analysis was conducted, where technology type (email vs. chatbot) and country (Czech Republic vs. Spain) were factors; and each of the dimensions of EQS and its overall evaluation was a dependent variable.

The results showed an interaction effect between technology type and country for participants' overall evaluation of the quality of service received ( $p$ -value $<0.01$ ), without there being any main effect for either technology type ( $p$ -value $=0.43$ ) or country ( $p$ -value $=0.65$ ). Regarding the interaction effect, the participants from the Czech Republic (which has a relatively low-DL population) presented no significant differences in their evaluation of the two technologies ( $p$ -value $=0.48$ ). However, the Spanish participants (with higher DL) did present significant differences in favor of the chatbot ( $p$ -value for Tukey $=0.04$ ). This suggests that the use of chatbots in service-provision will be valued positively by those source markets with higher DL, while tourists from countries with lower DL will be less likely to appreciate the use of this type of technology. This result relating to the participants' overall evaluation of service quality was also reproduced in some of its dimensions. Participants with a lower level of DL preferred email because they perceived it to provide greater security ( $p$ -value $=0.01$ ), empathy ( $p$ -value $=0.00$ ), reliability ( $p$ -value $=0.03$ ), and information quality ( $p$ -value $=0.00$ ). However, participants with higher DL preferred the chatbot due to its greater competence in completing the task (**Ошибка! Источник ссылки не найден.**-value $=0.01$ ). Finally, all the participants rated the responsiveness of the chatbot higher than that of email ( $p$ -value $=0.01$ ), bearing in mind that the email response was received no later than an hour after the request was sent by the participant.

#### **Discussion and Conclusions:**

The analysis of the results shows that DL affects individuals' evaluation of the quality of a technological service. This finding is in line with the literature, which suggests that DL affects both the intention to use a new technology [3] and attitudes towards it during its use [4, 5].

A number of conclusions can be drawn from these results. The first is that before introducing a new technology in a sector, we must carry out an analysis to check whether the target audience has the necessary skills both to use the technology and to perceive it as better than an already assimilated technology [4], so that a correct strategy would be the progressive introduction of the new technology in the sector. Another conclusion we can draw is that despite the differences in the DL, both audiences view the chatbot with greater Responsiveness. This shows us the improvements that this new technology presents in terms of saving time compared to other technologies such as email, which should be taken into account by the different companies when implementing it. However, there is still room for improvement in the quality of the information that chatbots offer, since not even users with a higher DL perceive this dimension as better than email. Nor are differences seen with respect to empathy, despite being a more customised service, nor with respect to security, two other aspects that the different companies that want to implement this new technology will have to work on.

#### **REFERENCES**

1. Buhalis, D., & Moldavska, I. (2021). Voice assistants in hospitality: using artificial intelligence for customer service. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.
2. Kohnke, O. (2017). It's not just about technology: The people side of digitization. In *Shaping the digital enterprise* (pp. 69-91). Springer, Cham.
3. Nawafleh, S. (2018). Factors affecting the continued use of e-government websites by citizens: An exploratory study in the Jordanian public sector. *Transforming Government: People, Process and Policy*.
4. Nazza L, A., Thoyib, A., Zain, D., & Hussein, AS (2021). The Influence of Digital Literacy and Demographic Characteristics on Online Shopping Intention: An Empirical Study in Palestine. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*,8 (8), 205-215.
5. Nikou, S., De Reuver, M., & Kanafi, M. M. (2022). Workplace literacy skills -how information and digital literacy affect adoption of digital technology.*Journal of Documentation*,78(7),371-391.
6. Parasuraman, A., Zeithaml, VA, & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*,7 (3), 213-233.
7. Ruiz-Alba, J., & Martin-Peña, M. (2020). Sustainable business models: integrating employees, customers and technology. *Journal of Business and Industrial Marketing*,35 (3), 385-389.



8. Ullah, S., Kiani, US, Raza, B., & Mustafa, A. (2022). Consumers' Intention to Adopt m-payment/m-banking: The Role of Their Financial Skills and Digital Literacy. *Frontiers in Psychology*, 13, 873708.

**CHAT BOT və E-POÇT müqayisədə: HANSI TEXNOLOGİYA ƏN YAXŞI MÜŞTƏRİ XİDMƏTİNİ TƏMİN EDİR VƏ KİMƏ?**

Julio Vyana Oya<sup>1</sup>

[jvena@ujaen.es](mailto:jvena@ujaen.es)

Jose Alberto Castagneda Garcia<sup>2</sup>

[jalberto@ugr.es](mailto:jalberto@ugr.es)

Jan Boris<sup>2</sup>

[jburys@ugr.es](mailto:jburys@ugr.es)

Rafiq Hüseynov<sup>3</sup>

[Raqif1984@gmail.com](mailto:Raqif1984@gmail.com)

<sup>1</sup>Hagen Universiteti

<sup>2</sup>Granada Universiteti

<sup>3</sup>Azərbaycan Texnologiya Universiteti

4.0 texnologiyaları bütün fəaliyyət sahələrinə, xüsusən də chatbotların istifadəsinin çox tez tətbiq olunduğu xidmət sektoruna daxil oldu. Bununla birlikdə, yeni bir texnologiya ortaya çıxdıqda, bütün potensial istifadəçilər onu istifadə etməyə hazır deyillər, bu da tətbiqi qənaətbəxş edə bilməz. Buna görə də, bu işin məqsədi rəqəmsal savadlılığın (CG) müxtəlif keyfiyyət ölçüləri ilə yetkin texnologiya (e-poçt) ilə müqayisədə yeni texnologiyanın (chatbot) qavrayış keyfiyyətinə necə təsir göstərə biləcəyini öyrənməkdir. Bunun üçün 124 İspan (yüksək CG) və Çex (aşağı CG) tələbələrini iştirakı ilə bir təcrübə aparıldı və bu müddət ərzində onlardan məmnunluq dərəcələrini tapmaq üçün hər iki texnologiya ilə qarşılıqlı əlaqə qurmalı oldular. Nəticələr, bu 4.0 texnologiyalarının xidmət sektorunda uğurlu tətbiqinin necə olacağını daha yaxşı anlamağa kömək edə biləcək ölkələrə görə bu texnologiyaların keyfiyyət qavrayışındakı fərqləri göstərir.

**ЧАТБОТ В СРАВНЕНИИ С ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТОЙ: КАКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ОБЕСПЕЧИВАЕТ ЛУЧШЕЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ И ДЛЯ КОГО?**

Хулио Вена Ойя<sup>1</sup>

[jvena@ujaen.es](mailto:jvena@ujaen.es)

Хосе Альберто Кастаньеда Гарсия<sup>2</sup>

[jalberto@ugr.es](mailto:jalberto@ugr.es)

Ян Бурис<sup>2</sup>

[jburys@ugr.es](mailto:jburys@ugr.es)

Рафиг Гусейнов<sup>3</sup>

[Raqif1984@gmail.com](mailto:Raqif1984@gmail.com)

<sup>1</sup>Университет Хаена

<sup>2</sup>Университет Гранады

<sup>3</sup>Азербайджанский Технологический Университет

Технологии 4.0 ворвались во все сферы деятельности, особенно в сферу услуг, где очень быстро внедряется использование чат-ботов. Однако, когда появляется новая технология, не все потенциальные пользователи готовы к ее использованию, что может сделать внедрение неудовлетворительным. Поэтому целью данной работы является выяснить, как цифровая грамотность (ЦГ) может повлиять на качество восприятия новой технологии (чатбота) по сравнению со зрелой технологией (электронной почтой) через различные измерения качества. Для этого был проведен эксперимент с участием 124 испанских (с высоким уровнем ЦГ) и чешских (с низким уровнем ЦГ) студентов, в ходе которого они должны были взаимодействовать с обеими технологиями, чтобы выяснить степень их удовлетворенности ими. Результаты показывают различия в восприятии качества этих технологий в зависимости от страны, что может помочь лучше понять, каким должно быть успешное внедрение этих технологий 4.0 в сфере услуг.





**ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА УПРАВЛЕНИЕ  
ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Ирина Калиновская**

[i-kalinovskaya@yandex.by](mailto:i-kalinovskaya@yandex.by)

**Витебский Государственный Технологический Университет**

Цифровизация бизнес-процессов приводит к необходимости трансформации управления человеческими ресурсами внутри организации. Это связано с тем, что цифровые технологии изменяют способы работы, поведение и ожидания сотрудников, а также требуют более гибкой и адаптивной организации бизнеса. [2, 4] Цифровизация и трансформация бизнес-процессов существенно влияют на управление человеческими ресурсами, принося новые возможности и вызывая изменения в применяемых подходах управления. [1, 3] К основным изменениям, происходящим в управлении человеческими ресурсами, относятся:

1. Автоматизация процессов управления персоналом, включает такие элементы как: электронная база данных, онлайн-системы найма и подбора персонала, корпоративные системы адаптации новых сотрудников, системы управления обучением, приложения сопровождения процесса принятия на работу и увольнения, системы управления производительностью, электронные системы управления рабочим временем и оплатой труда, системы управления отпусками и отсутствиями, электронные системы управления документами и делопроизводством.

2. Цифровой рекрутинг кандидатов – это онлайн-платформы поиска работы и поиска кандидатов, системы поиска сотрудников на основе их профилей в социальных сетях, ATS (ApplicantTrackingSystem), HR-аналитика, цифровые маркетинговые методы для привлечения кандидатов (контекстная реклама, поисковая оптимизация, социальные сети и т.д.), видео-интервью через видеоконференцию на платформах Zoom, Skype, MicrosoftTeams, GoogleMeet, инструменты, использующие искусственный интеллект для анализа данных и автоматического отбора кандидатов, цифровые инструменты предварительной оценки кандидатов, VR-инструменты.

3. Цифровые системы обучения и развития персонала, включающие: электронное обучение, системы управления обучением для отслеживания программ обучения и развития сотрудников, мобильное обучение, геймификация через включение игровых элементов в программы обучения и развития, виртуальная реальность и дополненная реальность для создания опыта обучения, инструменты поддержки производительности, которые помогают сотрудникам более эффективно выполнять свою работу (онлайн-руководства, базы знаний и чат-боты).

4. Развитие новой формы занятости - удаленной работы, а также командной работы на расстоянии. В качестве цифровых технологий для удаленной работы выделяют: средства видеоконференцсвязи, инструменты чата и обмена сообщениями (Slack, MicrosoftTeams, Skype), облачные решения для хранения данных (GoogleDrive, Dropbox, OneDrive), программное обеспечение для управления проектами (Trello, JIRA, Asana, Basecamp), онлайн-доски (Kanban) и совместные платформы для работы в режиме реального времени, инструменты для отслеживания времени и повышения производительности (RescueTime, Toggl, Clockify), виртуальные частные сети (VPN), программное обеспечение для удаленного рабочего стола (TeamViewer, LogMeIn).

5. Применение цифровых технологий для анализа и использования данных, о количественных и качественных характеристиках человеческих ресурсов - управление персоналом, отслеживание кандидатов, управление обучением, аналитика данных, онлайн-тестирование и анкетирование, электронная обработка документов, анализ

социальных сетей, руководство производительностью, управление вовлеченностью сотрудников, анализ настроений сотрудников, визуализация данных.

6. Развитие гибких методологий управления проектами. Их формирование связано с появлением новых инструментов и технологий - онлайн-платформы для совместной работы над проектом, автоматизация процессов управления проектом и анализа данных. Наиболее распространенными гибкими методологиями являются: Agile, Scrum, Kanban, Lean.

7. Формирование культуры инноваций и изменений - набора ценностей, принципов и практик, которые поощряют создание, разработку и внедрение новых идей и подходов в организации. К ее элементам относятся: поддержка риска и экспериментов, открытость и прозрачность, гибкость и адаптивность, командный подход и сотрудничество, признание и награды, обучение и развитие, лидерство и поддержка.

8. Появление новых профессиональных навыков и компетенций сотрудников. Работники, обладающие этими навыками, становятся ценными ресурсами организации. К компетенциям и навыкам, которые зародились или стали более важными в результате цифровизации относятся: аналитические, цифровые, гибкость и адаптивность, коммуникационные, работа в команде, творческие, знание бизнес-процессов, понимание потребителей, обучаемость, лидерство, креативность и инновационность.

9. Увеличение важности бренда работодателя и удовлетворенности сотрудников. С появлением социальных сетей и онлайн-обзоров, сотрудникам стало легче делиться своим опытом и мнениями об организациях, у них появилось больше возможностей найти новую работу, а у потенциальных кандидатов - проводить исследования и оценивать потенциальных работодателей.

10. Вовлечение сотрудников в процессы организации через взаимодействие с кадрами на регулярной основе при помощи социальных и внутрикорпоративных сетей, других цифровых каналов для общения и предоставления соответствующей информации. Вовлечение сотрудников является важным аспектом управления персоналом, поскольку оно может привести к повышению производительности, лояльности, удовлетворенности и уменьшению текучести кадров.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Ванкевич Е.В., Калиновская И.Н. Изменение подходов к анализу конъюнктуры рынка труда в условиях цифровизации экономики (на примере текстильной промышленности Республики Беларусь) / Е.В. Ванкевич, И.Н. Калиновская // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2022. - №5 (401). – С. 27-37. DOI 10.47367/0021-3497\_2022\_5\_27.
2. Kalinouskaya, I. Analysis of the possibility of applying the concept of "HR ZERO" by Belarusian organizations / Iryna Kalinouskaya // IV International Scientific and Practical Conference «Modern Management Trends and Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth» (MTDE 2022) on 15th – 16th April, 2022 at Institute of Digital Economics and Law (Ekaterinburg, Russia) - SHS Web of Conferences 141, 01018 (2022) - <https://doi.org/10.1051/shsconf/202214101018>.
3. Vankevich A., Kalinouskaya I. Better understanding of the labour market using Big Data / Alena Vankevich, Iryna Kalinouskaya // *Ekonomia i prawo. Economics and law* - Vol. 20 No. 3 (2021) - <https://doi.org/10.12775/EiP.2021.040>. – Pp. 677-692.
4. Vankevich A., Kalinouskaya I. Ensuring sustainable growth based on the artificial intelligence analysis and forecast of in-demand skills / A. Vankevich, I. Kalinouskaya // First Conference on

**İQTİSADİYYATIN RƏQƏMSALLAŞDIRILMASININ TƏŞKİLATIN İNSAN RESURSLARININ İDARƏ EDİLMƏSİNƏ TƏSİRİ**

**İrina Kalinovskaya**

[i-kalinovskaya@yandex.by](mailto:i-kalinovskaya@yandex.by)

**Vitebsk Dövlət Texnologiya Universiteti**

İnsan resurslarının idarə edilməsində baş verən və biznes proseslərinin rəqəmsallaşdırılması və transformasiyası nəticəsində yaranan əsas dəyişikliklərin təhlili nəticəsində təşkilatlardakı dəyişikliklər vurğulanır və təsnif edilir: texniki (kadr idarəetmə proseslərinin avtomatlaşdırılması, işçilər haqqında məlumatların təhlili üçün rəqəmsal texnologiyalar, rəqəmsal işə qəbul, kadrların inkişafı və təliminin rəqəmsal sistemləri), idarəetmə proseslərinin çevrilməsi (uzaqdan, hibrid və komanda işi, çevik Layihə İdarəetmə metodologiyaları, işçilərin təşkilat proseslərinə cəlb edilməsi), işəgötürən markasının və işçi məmnuniyyətinin əhəmiyyəti) və insan resurslarının özlərini dəyişdirmək (işçilərin yeni bacarıq və sərişlələri, təşkilatda yenilik və dəyişiklik mədəniyyətinin formalaşması).

Materialların elmi yeniliyi, iqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılması şəraitində insan resurslarının idarə edilməsinin metodoloji aspektlərini inkişaf etdirmək üçün təşkilatın iş proseslərinin rəqəmsallaşdırılması və çevrilməsi nəticəsində yaranan insan resurslarının idarə edilməsindəki dəyişikliklərin, habelə müəyyən edilmiş dəyişikliklərin təsnifatının öyrənilməsindən ibarətdir.

**THE IMPACT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY ON THE MANAGEMENT OF HUMAN RESOURCES OF THE ORGANIZATION**

**Irina Kalinovskaya**

[i-kalinovskaya@yandex.by](mailto:i-kalinovskaya@yandex.by)

**Vitebsk State Technological University**

As a result of the analysis of the main changes taking place in human resource management and caused by digitalization and transformation of business processes, the transformations in the organization are identified and classified: technical (automation of personnel management processes, digital technologies for analyzing employee data, digital recruiting, digital systems for personnel development and training), transformations of management processes (remote, hybrid and teamwork, flexible project management methodologies, employee involvement in organizational processes, the importance of the employer's brand and employee satisfaction) and changes in the human resources themselves (new skills and competencies of employees, the formation of a culture of innovation and change in the organization).

The scientific novelty of the materials consists in the study of changes in human resource management caused by digitalization and transformation of business processes of the organization, as well as the classification of the identified changes in order to develop methodological aspects of human resource management in the conditions of digitalization of the economy.



## ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В ОБРАЗОВАНИИ, УЧИТЫВАЮЩЕМ БЫСТРОМЕНЯЮЩИЕСЯ ТЕХНОЛОГИИ

Денис Чайников

[chajnikovda@tyuiu.ru](mailto:chajnikovda@tyuiu.ru)

Тюменский Индустриальный Университет, г. Тюмень

Одной из основ устойчивого развития государства является образование. Сегодня ведущие мировые ВУЗы ведут активную борьбу за лучших студентов [4]. Лучшие студенты, в свою очередь, выбирают ВУЗы с актуальными образовательными программами, которые позволяют выпускнику трудоустроиться на высокооплачиваемых должностях. Для привлечения лучших абитуриентов образовательные программы должны соответствовать их высоким запросам. Если говорить о другой заинтересованной стороне – работодателях, то с их стороны одной из основных претензий к выпускникам университетов является отсутствие у них актуальных текущему развитию технологий [2] и общества компетенций.

В связи с этим, у университетов возникает необходимость (цель развития) иметь образовательные программы, которые удовлетворяют требованиям абитуриентов и работодателей в части актуальности получаемых компетенций и методов образования, при этом необходимо соблюдать требования образовательных стандартов и законодательства.

Наиболее эффективным является вариант с внедрением модуля, позволяющего оперативно менять содержание дисциплины (курса) без изменения образовательной программы. Модуль может меняться содержательно, но не должен нарушать требования законодательства, в частности, по результату (компетенциям), получаемому обучающимся в рамках освоения данного модуля. Таким модулем или сквозной дисциплиной может стать Проектная деятельность. О важности включения Проектной деятельности в образовательную программу высшего образования написано много статей [1, 3].

В рамках данной статьи необходимо отметить, что для студентов Проектная деятельность позволяет иметь дело с актуальными темами проектов, соответствующим реальным запросам транспортно-логистической индустрии. При этом, внедрить изменения – взять новую тему проекта, можно чаще чем раз в год. Более того, новая тема проекта не влечет изменения содержания дисциплины Проектная деятельность, таким образом, не требуется изменения основной образовательной программы.

Как показывает практика, проекты, с которыми работают студенты, чаще всего уникальны и не повторяются от курса к курсу, даже если заказчиком проекта является одно и то же лицо. Когда заказчиком проекта является представитель транспортно-логистической отрасли, у студентов появляется не только возможность взаимодействия с будущими работодателями еще во время обучения, но и понимание того, для чего в учебном плане появляются те или иные дисциплины (курсы).

Организационно рекомендуется внедрять Проектную деятельность с первого курса и реализовывать ее не менее 6 семестров для студентов бакалавриата и не менее 8 семестров для студентов специалитета. Проектная деятельность обязательно должна иметь связь с другими дисциплинами, которые осваивают студенты в текущем семестре. Это укрепляет в студентах уверенность в необходимости освоения всех дисциплин программы, - они понимают, что все знания, получаемые в университете, так или иначе пригодятся им в практике будущей трудовой деятельности.

В результате проектной деятельности студенты защищают групповые проекты. При этом, важно понимать, что в рамках дисциплины результат студентов будет образовательным, и лишь в редких «побочных» случаях – внедрение продукта в производство. Мировая практика реализации Проектной деятельности показывает, что, требуя от студентов готовый продукт в рамках Проектной деятельности, они могут не получить необходимый образовательный результат. Обобщая вышесказанное, можно утверждать, что Проектная деятельность является универсальным инструментом для оперативной и легитимной актуализации образовательной программы под требования быстроменяющихся транспортно-логистических технологий. Она позволяет студентам столкнуться с реальными производственными задачами и решать их в команде совместно с будущими работодателями. Это сделает выпускников университета более ценными и востребованными на рынке труда.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Project-Based Activity as a Mechanism of Reflection Development in Students of Psychology and Education Studies / O. G. Smolyaninova, M. V. Rostovtseva, Yu. G. Yudina [et al.] // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. – 2021. – Vol. 14, No. 3. – P. 385-395. – DOI 10.17516/1997-1370-0730.
2. Анисимов Н.Ю., Земцов Д.И., Шушарина Т.Е., Жданов С.С., Щербенок А.В., Мельник Д.А., Комягина Д.А., Коровко А.В. Необходимость трансформации образовательного процесса, продвижения цифровых технологий и новой дидактики // Российское высшее образование: уроки пандемии и меры по развитию системы. - Томск: Изд-во Том. гос. ун-та, 2020. - С. 44-55.
3. Зайцева, О. А. Проектная деятельность студентов-бакалавров педагогического вуза как условие подготовки к организации научно-исследовательской деятельности школьников / О. А. Зайцева // Самарский научный вестник. – 2019. – Т. 8, № 3(28). – С. 280-285. – DOI 10.24411/2309-4370-2019-13308.
4. Зачем России иностранные студенты // Vedomosti.ru URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/04/09/798618-zachem-rossii-studenti> (дата обращения: 29.03.2023).

#### **SÜRƏTLƏ DƏYİŞƏN TEXNOLOGİYALAR FONUNDA TƏHSİLDƏ İNNOVATİV YANAŞMALAR**

**Denis Çaynikov**

[chaynikovda@tyuiu.ru](mailto:chaynikovda@tyuiu.ru)

**Tümen Sənaye Universiteti, Tümen**

Sürətlə dəyişən texnologiyaların ehtiyaclarını ödəmək üçün təhsil proqramının məzmununu daim yeniləmək ehtiyacından ibarət olan logistika tələbələrinin təhsilinə yanaşma konsepsiyası təqdim olunur. Tədris proqramının dəyişdirilməsinə ehtiyac olmadan, məzmunun nəqliyyat və logistika sənayesinin tələblərinə uyğun olaraq operativ şəkildə yenilənməsinə imkan verəcək layihə fəaliyyətinin fənnin (kurs) kurikulumuna daxil edilməsi yolu ilə yanaşmanın həyata olunur.

#### **INNOVATIVE APPROACHES IN EDUCATION CONSIDERING FAST-CHANGING TECHNOLOGIES**

**Denis Chaynikov**

[chaynikovda@tyuiu.ru](mailto:chaynikovda@tyuiu.ru)

**Tyumen Industrial University, Tyumen**

The concept of the approach to the education of students lies in the need to constantly update the content of the educational program to meet the needs of rapidly changing technologies. It is proposed to implement the approach through the introduction of the discipline (course) in the curriculum. Project activities, which will allow without the need to change the educational program, to quickly update the content to meet the requirements of the industry.





## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В АНАЛИЗЕ И РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКА ТРУДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е. Ванкевич

[vankevich\\_ev@tut.by](mailto:vankevich_ev@tut.by)

### Витебский Государственный Технологический Университет

Анализ и регулирование рынка труда Республики Беларусь переходит в плоскость использования больших данных. Искусственный интеллект активно проникает во все сферы жизни человека, однако в сфере регулирования экономики его использование в настоящее время ограничено. Ученые выделяют три необходимые составляющие использования искусственного интеллекта – мощные ЭВМ, наличие больших данных и наличие интеллектуальных алгоритмов для их обработки. [1] И если первые два условия в Республике Беларусь присутствуют, то программного обеспечения по анализу, обработке, классификации больших данных о рынке труда на данный момент нет. В контексте анализа и регулирования рынка труда использование искусственного интеллекта означает разработку двух процессов: 1) программы машинного обучения для поиска закономерностей, зависимостей на основе больших данных о рынке труда для составления его прогноза; 2) технологии обработки и классификации больших данных, преобразовывающую и группирующую схожие по смыслу обозначения в искомые группы, классы, типы для классификации явлений на рынке труда (классификации вакансий и резюме по занятиям, видам экономической деятельности, регионам, условиям занятости, классификации навыков). В этих условиях повышается значение экспертной работы для обучения искусственного интеллекта составлению перечня итераций для обработки массивов больших данных, учета контента принятых решений, соблюдения нравственно-этических аспектов и ценностей.

Учеными ВГТУ разработана программа сбора и анализа данных о рынке труда из онлайн-источников, тестирование которой показало ее высокую практическую значимость. В 2021-2022 гг. методом скрейпинга собрано и проанализировано 16,4 тыс. вакансий (или 17,38 % от имеющихся в Общереспубликанском банке вакансий), содержащих 89,9 тыс. компетенций и 445 тыс. резюме, содержащих 1,56 млн. Компетенций, [3; 13; 14] что позволило выявить наиболее востребованные профессии, сравнить с их предложением на рынке труда, рассчитать конъюнктуру рынка труда в разрезе занятий, видов экономической деятельности и регионов. Также тестирование данной программы выявило, что большое значение при анализе и прогнозе рынка труда в условиях цифровизации имеют не столько профессии, сколько представляющие их навыки. При этом появляются новые навыки, комбинация которых с традиционными формирует новые профессии. Кроме того, по сути, один и тот же навык имеет множественное словесное описание, что затрудняет их классификацию, анализ и сопоставление. Поэтому извлечение и классификация навыков, которые указываются в вакансиях и резюме, является особенно сложной задачей на современном этапе использования искусственного интеллекта при анализе рынка труда. Навыки описываются произвольно и в вакансиях, и в резюме, что свидетельствует о необходимости принятия единого классификатора навыков. В экономической литературе существуют различные подходы к классификации навыков. [2; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12] Их обобщение позволяет сделать вывод, что наиболее целесообразным является выделение: – профессиональных навыков, кото-

рые структурируются по занятиям и означают экспертные знания в своей профессиональной деятельности; – личностных навыков, наиболее употребимым делением которых является группировка качеств человека по Б. Блуму – навыки критического мышления, эмоциональный интеллект, креативность, коммуникации и взаимодействие; [5] – цифровых навыков, к которым в соответствии с «Рамкой цифровых компетенций для граждан 2.1.», разработанной в ЕС, относятся навыки создания цифровых документов, обработки и анализа данных с помощью цифровых технологий, организации совместной деятельности с данными и документами в цифровой среде и программирование [4,11].

Анализ навыков, указанных в вакансиях, собранных с онлайн-порталов вакансий в Республике Беларусь, в первоначальной формулировке выявил более 100 групп навыков, описанных в произвольной форме, в качестве наиболее востребованных – пользователь ПК и навыки работать в команде (таблица 1). В процессе классификации были устранены вариативность и множественность в описании схожих навыков. После группировки и объединения схожих по названию навыков, перечень наиболее востребованных навыков изменился (таблица 1). Таким образом, классификация навыков и объединение схожих по описанию в группы позволило сократить количество рассматриваемых групп навыков, оценить наиболее востребованные навыки у работодателей и сопоставить их с запасом навыков у населения. Результаты исследования позволяют выделить навыки, которые являются наиболее востребованными в описаниях вакансий, либо по которым сложилось наибольшее несоответствие с запасом навыков, указанных в резюме соискателей, что формирует основу для принятия решений в области регулирования занятости и корректировки программ повышения квалификации и переподготовки занятых и безработных.

Таблица 1. Группировка наиболее востребованных навыков, представленных в онлайн-вакансиях

Ранг навыков до объединения	тысяч	Ранг навыков после группировки	Тысяч
1. Пользователь ПК (общий)	3,45	1. Личностные навыки: - коммуникации и взаимодействие - знание иностранных языков (английского)	14,744
2. Работа в команде	2,54		
3. Грамотная речь	2,12		
4. Активные продажи	1,59		
5. Умение работать в команде	1,4	2. Цифровые навыки, в том числе: - создание цифровых документов; - обработка и анализ данных с помощью цифровых технологий; - организация совместной деятельности с данными и документами в цифровой среде; - программирование, кодирование	8,287 3,45 1,16
6. Английский язык	1,3		
7. Ведение переговоров	1,21		
8. Навыки продаж	0,967	3. Профессиональные навыки: - навыки продаж	5,474
9. Поиск и привлечение клиентов	0,958		
10. Деловое общение	0,843		

Перспективными направлениями продолжения данной работы являются: разработка и принятие универсального классификатора навыков, используемого всеми участниками рынка труда и системы образования; формирование базы

данных о навыках для определения наиболее востребованных навыков, их запаса у населения, анализа и прогноза.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Абламейко С., Журавков М. Технологии искусственного интеллекта: текущее состояние и направления развития // Наука и инновации, 2023. – № 2 (240). – С. 56-61.
2. Атлас новых профессий Беларуси, 2021. РИПО.
3. Ванкевич Е. В., Калиновская И. Н. Изменение подходов к анализу конъюнктуры рынка труда в условиях цифровизации экономики (на примере текстильной промышленности Республики Беларусь) // Известия вузов. Технология текстильной промышленности, 2022. – № 5 (401). – С. 27–37 ; doi 10.47367/0021-3497.-2022.
4. Денисова Н., Мартищенко Е. Цифровые компетенции в профессиональной деятельности исследователей НАН Беларуси // Наука и инновации, 2023. – № 2 (240). – С. 61–68.
5. Лобанов А., Дроздова Н. Soft skills для цифрового поколения. Минск: РИВШ, 2021.
6. Развитие навыков для инновационного роста в России. – Москва: Альянс, 2015.
7. Риччери М. Устойчивое развитие и новые формы занятости. Сценарий ключевых вызовов для государственных и частных институтов (Международный форум труда – Академическая дискуссия «Занятость и рынок труда: контуры дестандартизации». Санкт-Петербург, 23 апреля 2021 г.) // Уровень жизни населения регионов России, 2021. – Том 17. – № 4. – С. 462-477. DOI: 10.19181/lspr.2021.17.4.4
8. Умения и квалификации: выгодно всем. Как специалисты и практики в области обучения и профориентации могут способствовать достижению успеха. ЕФО, 2019.
9. Шваб К. Четвертая промышленная революция. Москва: ЭКСМО, 2016.
10. Changing skills for a changing world. Understanding skills demand in EU neighbouring countries. A collection of articles. Edited by ETF experts A. Fetsi, U. Bardak and F. Rosso. European Training Foundation, 2021.
11. Digital Competence Framework, 2020.
12. Global Skills Report 2022. Coursera.
13. Vankevich A., Kalinouskaya I. and Zaitseva O. Assessment of demand for personnel in textile industry on the basis of data analysis of online job portals // International Conference on Textile and Apparel Innovation (ICTAI-2021) on 8th–10th June, 2021 at Vitebsk State Technological University (Republic of Belarus). – 010001 (2022); AIP Conference Proceedings 2430, 060003 (2022); <https://doi.org/10.1063/5.0078827>.
14. Vankevich A., Kalinouskaya I. Better understanding of the labour market using Big Data// *Ekonomia i Prawo. Economics and Law*, 17(1): Volume 20, Issue 1, March 2021. doi:10.12775/EiP.2018.001. – 2021.

**BELARUS RESPUBLİKASININ ƏMƏK BAZARININ TƏHLİLİNDƏ VƏ TƏNZİL EDİLMƏSİNDƏ SUNİ İNTELEKT TEXNOLOGİYALARININ İSTİFADƏSİ**

**A.Vankeviç**

[vankevich\\_ev@tut.by](mailto:vankevich_ev@tut.by)

**Vitebsk Dövlət Texnologiya Universiteti**

Sübut edilmişdir ki, müasir şəraitdə əmək bazarı haqqında ənənəvi məlumat mənbələrini onlayn mənbələrdən toplanmış vakansiyaların və rezyumelərin sayı və strukturu haqqında böyük məlumatların təhlili ilə əlavə etmək, habelə tələb və təklifi qiymətləndirmək lazımdır. Tədqiqatın elmi yeniliyi süni intellekt texnologiyalarından istifadə etməklə Belarus Respublikasının onlayn iş portallarından toplanmış vakansiyalar və rezyumelərdə göstərilən bacarıqların təsnifatı üçün metodiki dəstəyin işlənilib hazırlanması və sınaqdan keçirilməsindən ibarətdir.

**USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN THE ANALYSIS AND REGULATION OF THE LABOR MARKET OF THE REPUBLIC OF BELARUS**

**A.Vankevich**

[vankevich\\_ev@tut.by](mailto:vankevich_ev@tut.by)

**Vitebsk State Technological University**

It has been proved that in modern conditions it is necessary to add the traditional sources of information about the labor market with the analysis of Big Data on the number and structure of vacancies and CVs collected from online sources, as well as to assess the supply and demand in the labor market in the skills context. The scientific novelty of the study consists in the development and testing of the methodological support for the classification of skills indicated in vacancies and CVs collected from online job vacancies portals of the Republic of Belarus, using artificial intelligence technologies.



## **МАРКЕТПЛЕЙСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ DIGITAL-МАРКЕТИНГА**

**Е.С.Маркова**

[katerina.lesnih@mail.ru](mailto:katerina.lesnih@mail.ru)

**Липецкий Государственный Технический Университет**

Актуальность исследования заключается в том, что пандемия изменила то, как мы делаем покупки, и стратегии, используемые предприятиями для продвижения своих продуктов и услуг, изменились. Чтобы справиться с наплывом потребителей, перешедших в онлайн, появилось больше мест для продажи. Общий оборот рынка розничной Интернет-торговли в России по итогам 2022 года составил 5,7 трлн рублей, увеличившись на 38% в сравнении с 2021-м. Такие данные аналитики DataInsight обнародовали в марте 2023 года. По их оценкам, количество онлайн-заказов в РФ выросло еще сильнее - на 65%, до 2,8 млрд. [2]. Цифровизация культуры покупок позволила продавать товары и услуги где угодно. Таким образом, формирующаяся экосистема цифровых платформ, от стартапов до крупных технологических компаний, создает новые возможности для малого бизнеса по запуску, развитию и продажам. Эти онлайн-платформы, которые продают ряд продуктов, отлично подходят для малых предприятий, чтобы удовлетворить их потребности.

Развитие и расширение онлайн-торговли ведет к более быстрой глобализации и ускоренному обмену информацией. При этом развитие интернет-торговли является одним из основных мировых трендов развития экономики.

Индустрия электронной коммерции малого бизнеса прошла через цифровую трансформацию в период пандемии и продолжает расти быстрыми темпами. Поскольку COVID-19 вынудил миллионы малых предприятий закрыть свои физические магазины, онлайн-рынки стали спасательным кругом для миллионов розничных продавцов. Эксперты прогнозируют, что в 2023-2024 гг. доля онлайн-продаж превысит 50% рынка, на что особенное влияние окажут маркетплейсы [3, с. 211].

Маркетплейс представляет собой бизнес-модель, объединяющую продавцов и покупателей, совершающих сделки посредством онлайн-платформы, предлагающей широкий и глубокий ассортимент разных товарных категорий и комплекс услуг, с момента оформления заказа до его получения. Использование маркетплейса доступно как опытным игрокам рынка, так и начинающим предпринимателям. Данная бизнес-модель достаточно проста для понимания и не требует специальной подготовки [4, с. 51].

На сегодняшний день маркетплейсы – несомненный тренд. В рейтинг самых популярных российских маркетплейсов входят такие площадки как Wildberries, Ozon, AliExpress, Яндекс.Маркет и СберМегаМаркет. Формирующаяся экосистема цифровых платформ создает новые возможности для малого бизнеса по запуску, развитию и продажам. Платформы и торговые площадки, предлагающие многочисленные продукты, универсальны, многоуровневы и предназначены для привлечения людей со всего мира в качестве покупателей [1, с. 283].

Малые предприятия, стремящиеся работать на маркетплейсах, должны понимать как преимущества, которые можно получить, так и препятствия, которые необходимо преодолеть.

Преимущества участия в электронной коммерции для МСП связаны с их способностью идти в ногу с меняющимся бизнес-ландшафтом. Эти изменения, вызванные информационными технологиями (ИТ), включают облегченный доступ к глобальным рынкам, изменение методов производства и затрат, улучшение связи, снижение операционных издержек и стимулирование конкуренции. Размер фирм позволяет малому бизнесу лучше приспособливаться и реагировать на меняющиеся условия, чем крупным организациям, а также извлекать выгоду из скорости и гибкости, которые предлагает электронная среда.

Торговые площадки онлайн помогают продавцам малого и среднего бизнеса масштабироваться, экономить и расти. Согласно исследованию, проведенному компанией DigitalCommerce 360 [5] продавцы малого и среднего бизнеса говорят, что онлайн-рынки помогают их бизнесу конкурировать с более крупными розничными торговцами тремя основными способами: возможность легко выводить новые продукты



на рынок (64% продавцов онлайн-рынков), (расширение доступа к новым рынкам (59%) и снижение затрат на инвентаризацию и складирование (56%). Продавцы малого и среднего бизнеса также сообщили, что онлайн-рынки дают им возможность быстро масштабироваться (47%) и снижают барьеры для установления контактов с новыми клиентами (46%). «Интегрированные инструменты» онлайн-рынка экономят деньги малого бизнеса: большинство предприятий малого и среднего бизнеса, использующих интегрированные инструменты, говорят, что они важны, потому что они помогают с доставкой (78%), платежами (70%), выполнением заказов (69%), хранением запасов (51%) и управление доходами (50%). Они также экономят деньги малого бизнеса; половина продавцов малого и среднего бизнеса сообщают об экономии счет использования интегрированных инструментов (некоторые продавцы малого и среднего бизнеса сообщают об экономии сотен тысяч и даже миллионов долларов в год).

Наибольшая ценность онлайн-рынков для малого бизнеса – это доступ к большому количеству клиентов. Во-первых, онлайн-торговые площадки обеспечивают глобальный охват, предоставляя отдельным продавцам и местным магазинам доступ к миллионам покупателей по всему миру. И, во-вторых, онлайн-рынки могут направлять покупателей к мелким продавцам, у которых нет опыта, маркетингового бюджета или масштаба, чтобы привлечь этих клиентов.

Наконец, торговые площадки электронной коммерции предлагают ценную информацию о потребителях. Торговые площадки генерируют очень большие объемы трафика, что, в свою очередь, предоставляет предприятиям ценные данные о потребителях. Анализ этих данных о потребителях может позволить компаниям выявлять закономерности и тенденции, которые могут быть реализованы при планировании будущих стратегий.

В России в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» активно развивается инфраструктура поддержки предпринимательства. В начале 2023 года Минэкономразвития России и Ozon на базе сети региональных центров поддержки предпринимательства «Мой бизнес» запустили программу поддержки для бизнеса, который планирует начать продажи на маркетплейсе.

Маркетплейсы чрезвычайно привлекательны для розничных продавцов, поскольку они дают им возможность начать продажи без необходимости создавать собственный интернет-магазин. Однако, какой бы привлекательной ни казалась эта перспектива на первый взгляд, с этой бизнес-моделью связаны определенные проблемы, а именно: нехватка ресурсов и знаний, уровень квалификации бизнес-операторов, отсутствие доверия к ИТ-индустрии и отсутствие готовности к электронной коммерции в некоторых секторах промышленности. Еще одним препятствием является отсутствие признания потенциала улучшения бизнеса в соответствии с усилиями и затратами на внедрение, а также непонимание реализуемых преимуществ.

Те малые предприятия, которые преодолели эти барьеры и встали на путь онлайн-бизнеса, часто не желают переходить в среду электронного рынка.

Барьеры для участия в электронном рынке иногда отражают более общие барьеры для внедрения электронной коммерции, но здесь они обсуждаются конкретно в связи с рынком.

Во-первых, отсутствие поддержки со стороны маркет-мейкеров. Маркет-мейкеры часто ориентируют свой маркетинг на более крупные корпорации и не замечают трудностей небольших компаний и их различных потребностей.

Во-вторых, отсутствие стандартов. Отсутствие общей структуры для покупателей и продавцов тормозит развитие многих торговых площадок. В настоящее время электронные торговые площадки часто используют свои собственные платформы без учета каких-либо отраслевых или технологических стандартов.

В-третьих, интеграция цепочки поставок. Небольшие компании часто не видят себя частью большой цепочки поставок. Они недооценивают, как электронная коммерция может облегчить взаимодействие с более крупными фирмами в цепочке поставок, обеспечивая обмен информацией, электронные заказы (таким образом обходясь без

бумажной системы), электронное исполнение, отслеживание и эффективность затрат и времени. В-четвертых, выявление преимуществ. Воспринимаемая нестабильность электронной среды препятствует внедрению электронных торговых площадок. Малые предприятия редко выигрывают от того, что они первопроходцы, если только действия не являются ответом на инновации, и поэтому у них нет стимула идти на риск.

В-пятых, финансовые ограничения. Торговля через электронные торговые площадки может оказать неблагоприятное воздействие на кредитные линии для малых предприятий, которые не имеют финансовой поддержки для оценки любых различий в торговой среде. Таким образом, покупка и продажа товаров является частью повседневной жизни, и торговые площадки будут продолжать развиваться, оставляя место для новых моделей и стратегий монетизации. Пороги входа на торговые площадки все еще относительно низкие, поэтому они популярны среди предпринимателей. Хотя исследования в области электронных торговых площадок продолжаются, они в основном ограничиваются деятельностью крупных организаций, и их влияние на малый бизнес еще предстоит изучить.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Горбунова Е. А. Маркетплейсы в малом бизнесе: оценка эффективности. / Е. А. Горбунова. – Текст: непосредственный // Актуальные проблемы современной экономики: новая реальность: сборник научных работ молодых исследователей, Санкт-Петербург, 17 декабря 2021 года – 07 2022 года / Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Институт экономики и управления; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург: ООО "НИЦ АРТ", 2022. – С. 283-292.
2. Интернет-торговля рынок России. – Текст: электронный [сайт] – 2023. – URL: <https://www.tadviser.ru> (дата обращения: 01.04.2023).
3. Каманина Р.В. Тренды развития электронной коммерции в меняющемся мире/ Р.В. Каманина. – Текст: непосредственный // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 11. С. 211-222.
4. Куликова, О. М. Маркетплейс: бизнес-модель современной торговли / О. М. Куликова, С. Д. Суворова. – Текст : непосредственный //Иновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 6 (48). – С. 50-55.
5. How contemporary small businesses reach consumers and sell products. – Текст : электронный[сайт]–2023.–<https://datacatalyst.org/wp-content/uploads/2021/12/Super-Sellers-Fall-2021-FINAL2.pdf> (дата обращения: 01.04.2023).

#### **MARKETPLEYSLƏR RƏQƏMSAL MARKETİNGİN İNKİŞAFI ÜÇÜN BİR VASİTƏ KİMİ** **E.S.Markova**

[katerina\\_lesnih@mail.ru](mailto:katerina_lesnih@mail.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti"**

Məqalə rəqəmsal iqtisadiyyatda e-ticarət (bazar yerləri) ilə əlaqəli kiçik biznes üçün üstünlüklərin və maneələrin öyrənilməsinə həsr edilmişdir. Tədqiqatın məqsədi elektron bazarlarda iştirakdan faydalanmaq üçün effektiv strategiyaları müəyyən etmək vəzifəsi ilə kiçik və orta biznesin bazarlarına daxil olmanın maneələrini və faydalarını müəyyən etməkdir.

#### **MARKETPLACES AS A DIGITAL MARKETING DEVELOPMENT TOOL**

**E.S.Markova**

[katerina\\_lesnih@mail.ru](mailto:katerina_lesnih@mail.ru)

**Lipetsk State Technical University**

The article is devoted to the study of the advantages and barriers for small businesses associated with e-commerce (marketplaces) in the digital economy. The purpose of the study is to identify the barriers and benefits of entering the marketplaces of small and medium-sized businesses with the task of identifying effective strategies to benefit from participation in electronic markets.



## REVOLUTIONIZING CREDIT RISK MANAGEMENT IN BANKING WITH MACHINE LEARNING TECHNIQUES: A REVIEW OF LITERATURE

Kamranullah<sup>1</sup>,

Jyoti Parjapati<sup>2</sup>

Jai Kishan Chandel<sup>3</sup>

<sup>1</sup> University School of Management, Kurukshetra University

<sup>2</sup> University School of Management, Kurukshetra University

<sup>3</sup> Institute of Management Studies, Kurukshetra University

The IMF claims that due to inadequate credit risk assessment, the world economy is in danger. of experiencing additional crisis in finances (IMF Report, 2019). Machine learning is increasingly being used in business applications, with credit risk management in banks becoming more prominent. This work tries to recognise areas or challenges in credit risk management that haven't been studied in depth and could be the subject of future research through a literature analysis. It also analyses and evaluates machine learning approaches in relation to managing credit risk in banking. The review has demonstrated that by forecasting default probability and loss given default, machine learning techniques have been used for a more precise evaluation of credit risk exposure, there are still a lot of areas in banking credit risk administration that could benefit greatly from research on the manner in which machine learning can be used to solve certain issues.

### I. Introduction:

Risk management in banks has increased since the global financial crisis, focusing on detecting, measuring, reporting and managing risks (MetricStream, 2018; Van Liebergen, 2017; Oliver Wyman ,2017). The single biggest risk facing banks is credit risk (Apostolik et al., 2009), requiring the most capital (Leo et al., 2019). The study's objective is to look at machine learning methods used in banking managing credit risk and to highlight areas that require further investigation. Machine learning is the most accurate credit risk classification algorithm (Zhang, 2017; Bacham &Zhao ,2017). According to Hamori et al. (2018), boosting is the best machine learning technique for assessing data on default payments.

---

### II. Objective:

1. To examine how banks assess credit risk using machine learning techniques.

### III. Materials and Methods

The databases of ProQuest and scholar.google.com were used to conduct the paper search. In order to find advancements after the global financial crisis, the search was primarily focused on articles published after 2007 because they are cited in more recent papers.

### IV. An overview of the papers reviewed

Credit risk evaluation is important for risk management, using Logistic regression and discriminant analysis to determine likelihood of default (Bellotti & Crook, 2009). Estimating the Exposure, loss given, and probability of default (PD) is a component of credit risk analysis. Machine learning algorithm-based personal credit risk prediction model has improved credit information system (Wang et al., 2019).In comparison to other methods like discriminant analysis , logistic regression, classification trees and closest neighbour , for credit rating, artificial neural networks are the most accurate method. and improve the accuracy of creditworthiness forecasts (Yeh & Lien ,2009), result in a larger and more valuable loan portfolio (Wójcicka 2017).

When Altman and colleagues compared alternative neural network algorithms to classic statistical methods for predicting financial distress and bankruptcy in 1994, they found that the accuracy of the combined strategy was much higher (Aziz & Dowling 2018).Credit scoring models are statistical models with multiple variables used to estimate default risk using economic and financial data (Hand & Henley, 1997), and are becoming more significant due to

the expansion of consumer credit (Lessmann et al., 2015; Ala'raj & Abbod 2016a; Ala'Raj & Abbod 2016b; Van-Sang & Nguyen, 2016; Wójcicka, 2017; Guegan et al., 2018).

A distinctive multistage extreme machine learning technique based on deep belief networks. is proposed by Yu et al. (2016) as an effective instrument for credit risk analysis. This showed that the three-stage multistage ensemble learning paradigm framework outperformed comparable multistage ensemble learning paradigms and traditional single classification algorithms with good prediction accuracy. Deep learning (DL) can be used to improve the detection of fraud and credit scoring using artificial neural networks (ANN) (Bhatore et al., 2020).

The scoring of credit uses the supervised machine learning algorithm called SVM(Ray 2015). The SVM has been used to create models for credit risk assessment and credit scoring, either in its current form or in a modified version (Cao et al., 2013). According to Harris (2013), The credit scoring models based on Support Vector Machine with a larger definition have higher accuracy, enabling increases in forecasting precision. In 2009, Yeh and Lien acknowledge the challenge of forecasting PD and the need for additional research. A few studies aim to estimate the probability of default (PD) in addition to classification (Raei et al. 2016; Bastos 2014). When there are many potential covariates and little observations, Lasso regressions are optimal for creating forecasting models. Lasso-type estimators are capable of handling difficulties brought on by the high dimensionality of stress testing(Chan-Lau 2017). For stress testing assessments as well as modelling and evaluating credit concentration risk, probabilistic graphs can be used.

#### **V. Results**

The exploration of uncertainty and the identification of causes based on inputs are done using specific visualisation tools and machine learning techniques. The algorithms for credit risk management that have received the most research are neural networks, support vector models, and random forests.

#### **VI. Conclusion**

By seeing intricate patterns in massive datasets, machine learning can be used to create more accurate risk models for risk management. In order to control credit risk in the banking industry, this article reviews, assesses, and evaluates the usage of machine learning approaches. To examine uncertainty and discover reasons depending on inputs, specific machine learning techniques and visualisation tools are utilised. The algorithms that have received the greatest research regarding credit risk management are neural networks, support vector models, and random forest. Although there hasn't been much research on machine learning's use in risk management in understanding how bank risk management might be applied to solve particular issues is still something that could be useful.

#### **REFERENCES**

1. Ala'raj, Maher, and Maysam F. Abbod. 2016a. A New Hybrid Ensemble Credit Scoring Model Based on Classifiers Consensus System Approach. *Expert Systems with Applications* 64:36–55.
2. Ala'Raj, Maher, and Maysam F. Abbod. 2016b. Classifiers Consensus System Approach for Credit Scoring. *Knowledge-Based Systems* 104: 89–105.
3. Apostolik, Richard, Christopher Donohue, Peter Went, and Global Association of Risk Professionals. 2009. *Foundations of Banking Risk: An Overview of Banking, Banking Risks, and Risk-Based Banking Regulation*. New York: John Wiley
4. Aziz, Saqib, and Michael M. Dowling. 2018. *AI and Machine Learning for Risk Management*. SSRN Electronic Journal.
5. Bacham, Dinesh, and Janet Zhao. 2017. *Machine Learning: Challenges and Opportunities in Credit Risk Modeling*. Available online: <https://www.moodysanalytics.com/risk-perspectives-magazine/managing-disruption/spotlight/machine-learning-challenges-lessons-and-opportunities-in-credit-risk-modeling>



6. Bastos, João A. 2014. Ensemble Predictions of Recovery Rates. *Journal of Financial Services Research* 46: 177–93.
7. Bellotti, Tony, and Jonathan Crook. 2009. Support Vector Machines for Credit Scoring and Discovery of Significant Features. *Expert Systems with Applications*.
8. Bhatore, S., Mohan, L., & Reddy, Y. R. 2020. Machine learning techniques for credit risk evaluation: a systematic literature review. *Journal of Banking and Financial Technology*, 4, 111-138
9. Cao, Jie, Hongke Lu, Weiwei Wang, and Jian Wang. 2013. A Loan Default Discrimination Model Using Cost-Sensitive Support Vector Machine Improved by PSO. *Information Technology and Management* 14: 193-204.
10. Cao, Jie, Hongke Lu, Weiwei Wang, and Jian Wang. 2013. A Loan Default Discrimination Model Using Cost-Sensitive Support Vector Machine Improved by PSO. *Information Technology and Management* 14: 193–204.
11. Chan-Lau, Jorge. 2017. Lasso Regressions and Forecasting Models in Applied Stress Testing. *IMF Working Papers* 17: 1.
12. Deloitte University Press. 2017. Global Risk Management Survey, 10th ed. Deloitte University Press: Available online: <https://www2.deloitte.com/tr/en/pages/risk/articles/global-risk-management-survey-10th-ed.html> (accessed on 4 October 2018)
13. Guegan, Dominique, Peter Addo, and Bertrand Hassani. 2018. Credit risk analysis using machine and deep learning models. *Risks* 6: 38.
14. Ha, V. S., & Nguyen, H. N. (2016). Credit scoring with a feature selection approach based deep learning. In *MATEC web of conferences* (Vol. 54, p. 05004). EDP Sciences.
15. Hamori, Shigeyuki, Minami Kawai, Takahiro Kume, Yuji Murakami, and Chikara Watanabe. 2018. Ensemble Learning or Deep Learning? Application to Default Risk Analysis. *Journal of Risk and Financial Management* 11: 12.
16. Harris, Terry. 2013. Quantitative credit risk assessment using support vector machines: Broad versus Narrow default definitions. *Expert Systems with Applications* 40: 4404–13.
17. Helbekkmo, Hans, Alok Kshirsagar, Andreas Schlosser, Francesco Selandari, Uwe Stegemann, and Joyce Vorholt. 2013. Enterprise Risk Management—Shaping the Risk Revolution. New York: McKinsey & Co., Available online: [www.rmahq.org](http://www.rmahq.org)
- Huang, Cheng Lung, Mu Chen Chen, and Chieh Jen Wang. 2007. Credit Scoring with a Data Mining Approach Based on Support Vector Machines. *Expert Systems with Applications* 33: 847–56.
18. IMF says. <https://tinyurl.com/y5c4hyvj>. Accessed 13 Aug 2019
- Keramati, Abbas, and Niloofar Yousefi. 2011. A proposed classification of data mining techniques in credit scoring. Paper presented at the 2011 International Conference of Industrial Engineering and Operations Management, Kuala Lumpur, Malaysia, January 22–24.
19. Leo, M., Sharma, S., & Maddulety, K. (2019). Machine learning in banking risk management: A literature review. *Risks*, 7(1), 29.
20. Lessmann, Stefan, Bart Baesens, Hsin Vonn Seow, and Lyn C. Thomas. 2015. Benchmarking State-of-the-Art Classification Algorithms for Credit Scoring: An Update of Research. *European Journal of Operational Research* 247: 124–36.
21. MetricStream. 2018. The Chief Risk Officer's Role in 2018 and Beyond Managing the Challenges and Opportunities of a Digital Era New Roles of the CRO. Available online: <https://www.metricstream.com/insights/chiefrisk-officer-role-2018.htm>
21. Oliver Wyman. 2017. Next Generation Risk Management. Available online: [https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliverwyman/v2/publications/2017/aug/Next\\_Generation\\_Risk\\_Management\\_Targeting\\_A-Technology\\_Dividend.pdf](https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliverwyman/v2/publications/2017/aug/Next_Generation_Risk_Management_Targeting_A-Technology_Dividend.pdf)



22. Raei, Reza, Mahdi SaeidiKousha, SaeidFallahpour, and Mohammad Fadaeinejad. 2016. A Hybrid Model for Estimating the Probability of Default of Corporate Customers. *Iranian Journal of Management Studies* 9: 651–73.
23. Ray, Sunil. 2015. Understanding Support Vector Machine Algorithm from Examples (along with Code). Available online: <https://www.analyticsvidhya.com/blog/2017/09/understaing-support-vector-machine-examplecode/>
24. Van Liebergen, Bart. 2017. Machine Learning: A Revolution in Risk Management and Compliance? *Journal of Financial Transformation* 45: 60–67.
25. Wang, Hong, Qingsong Xu, and Lifeng Zhou. 2015. Large Unbalanced Credit Scoring Using Lasso-Logistic Regression Ensemble. *PLoS ONE* 10: e0117844.
26. Wang, Y., Zhang, Y., Lu, Y., & Yu, X. (2020). A Comparative Assessment of Credit Risk Model Based on Machine Learning a case study of bank loan data. *Procedia Computer Science*, 174, 141-149.
27. Wang, Yongqiao, Shouyang Wang, and Kin Keung Lai. 2005. A New Fuzzy Support Vector Machine to Evaluate Credit Risk. *IEEE Transactions on Fuzzy Systems* 13: 820–31.
28. Wójcicka, Aleksandra. 2017. Neural Networks vs. Discriminant Analysis in the Assessment of Default. *Electronic Economy*, 339–49.
29. Yao, Xiao, Jonathan Crook, and Galina Andreeva. 2015. Support vector regression for loss given default modelling. *European Journal of Operational Research* 240: 528–38.
30. Yeh, I. Cheng, and Chehui Lien. 2009. The Comparisons of Data Mining Techniques for the Predictive Accuracy of Probability of Default of Credit Card Clients. *Expert Systems with Applications*
31. Yu, Lean, Zebin Yang, and Ling Tang. 2016. A Novel Multistage Deep Belief Network Based Extreme Learning Machine Ensemble Learning Paradigm for Credit Risk Assessment. *Flexible Services and Manufacturing Journal* 28: 576–92.
32. Zhang, Wenhao. 2017. Machine Learning Approaches to Predicting Company Bankruptcy. *Journal of Financial Risk Management* 6: 364–74.



## IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON EMPLOYEE PRODUCTIVITY AND JOB SATISFACTION IN THE ERA OF INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0

Mohammad Qais Rezvani

[rezvaniqais@gamil.com](mailto:rezvaniqais@gamil.com)

Kartik Goyal

Nirmala Choudhary University School of Management, Kurukshetra University

A.R.Hasanzade

[a.hesenzade@uteca.edu.az](mailto:a.hesenzade@uteca.edu.az)

Azerbaijan Technological University

Artificial Intelligence (A.I.) is considered as a multidisciplinary term whose objectives is to systematise events that currently need human intelligence. Recent achievements in A.I. include computerized medical diagnosticians and systems that automatically modify hardware to specific operator requirements. The productivity of employees in any organization is one of the important managerial subjects that have gotten remarkable attentions from employers of labour and organization at large. As increasing worries in organization is for their employees to be productive in accomplishing given responsibilities, which in turn subsidises to the triumph of the organization. Job satisfaction refers to one's feelings towards one's job. If the workers' prospects are satisfied (or) the staffs get higher than what he / she feels gratified. If the job gratification increases organization commitment will be improved. This helps in the higher productivity. It is known that the term "Industry 4.0" refers to the fourth industrial revolution, which is characterised as a new degree of organisation and control over the whole value chain of the life cycle of commodities and is focused on meeting the needs of ever-more-customized customers.

**Introduction.** In the era of the modern industrial revolution and rapid development of technology, people have created elements that can simplify all of their operations, such as artificial intelligence, which affects how employees behave at work. Artificial intelligence has been proposed to be capable of outpacing human intelligence because of technological advances. It is able to link to the network.

Based on the researcher's background description, it is possible to construct the study's goal, which is to investigate how the fourth industrial revolution would affect employee productivity and job happiness.

### LITERATURE REVIEW

#### Artificial Intelligence

The modern digital era has created a variety of perspectives among business experts. Some people view this development as a chance, while others regard it as a threat. Many business professionals refer to the current era as the Industrial Revolution 4.0 because it has been characterized by the development of innovative technologies like artificial intelligence and the disruptive era, where advanced technology is feared to eventually replace many human jobs. Many people from various professions worry that the rise of robots will lead to the loss of their careers. (Azzahra, 2020).

#### Employee Productivity

According to Panjaitan (2017) Employee productivity refers to the interaction of resources (such as the amount of labor, capital, land, etc.) used to create successes (such as the total amount of goods and services created) and results (such as the number of goods and services produced). The amount of output a process manufactures while using specific inputs is closely related to its notion of productivity. The ratio of input to output, with an emphasis on the output a process generates, is called productivity. Typically, it will combine various elements to produce a certain degree of output.

#### Job Satisfaction

Wexley and Yukl (2005) claim that a worker's attitudes towards his or her work, as a generalisation of those views based on numerous characteristics of the activity, are what they feel about it. Furthermore, Robbins (2007) states that a person's overall attitude towards their work is reflected in their level of job satisfaction, which is determined by the discrepancy between the number of incentives they actually receive and the number they feel they should receive.

#### **Industrial Revolution 4.0**

Azzahra (2020) mentions the modern digital era has sparked a variety of viewpoints among business experts. Some people view this development as a chance, while others regard it as a threat. Many business professionals refer to the current era as 4.0 of the Industrial Revolution because it is marked by the emergence of cutting-edge technologies like artificial intelligence and the disruptive era, where advanced technology is feared to displace many human jobs. The rise of robots has many people from many professions worried that they may force them out of work.

#### **RESEARCH METHODS**

Researchers collected the data from various sources through a literature review and used theoretical framework in examining the above variables. Based on this the paper is exploratory research.

#### **Conclusion**

Based on the above justifications and studies, the researchers came to the following:

1. Artificial Intelligence has positive impact, related to the employee productivity in the 4.0 Industrial Revolution Era
2. Artificial Intelligence has direct impact, related to the job satisfaction in the 4.0 Industrial Revolution Era

#### **Future Scope of the Work**

The study focused only on employee productivity and job satisfaction factors in the era of Industrial Revolution 4.0 it is suggested that future research may include from other variables, such as organizational commitment, employee performance, employee turnover, job involvement and so on.

#### **REFERENCES**

1. Havidz, H. B. H., & Mahaputra, M. R. (2022). ARTIFICIAL INTELLIGENCE: WORK CREATIVITY, PRODUCTIVITY AND JOB SATISFACTION IN THE ERA OF THE INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(3), 468-477.
2. Azzahra, B. (2020). Akuntan 4.0: Roda Penggerak Nilai Keberlanjutan Perusahaan Melalui Artificial Intelligence & Tech Analytics Pada Era Disruptif. *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 16(2), 87–100.
3. Panjaitan, M. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *JURNAL MANAJEMEN*, 3(12), 1–5.
4. Wexley, K. N., & Yukl, G. A. (2005). *Organizational Behavior and Psychology Company, Interpretation: M. Shobarudin*, Jakarta: Rineka Reserved.
5. Robbins, J., & Judge, T. A. (2007). *Perilaku organisasi*, buku 1 dan 2. Jakarta: Salemba Empat.



## РАЗВИТИЕ АУТСОРСИНГА БУХГАЛТЕРСКИХ УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В.С.Кондраткова

[raduginavikt@rambler.ru](mailto:raduginavikt@rambler.ru)

**Липецкий Государственный Технический Университет, Липецк, Россия**

Управление предприятием в современных условиях требует постоянного поиска конкурентных преимуществ и наиболее эффективных способов управления. Аутсорсинг в России является одной из активно развивающихся бизнес-моделей, позволяющих добиться решения имеющихся проблем функционирования и дальнейшего развития предприятия.

Аутсорсинг предполагает передачу выполнения ряда функций партнёрам организации. В российской практике на аутсорсинг чаще всего передаются такие функции, как обеспечение функционирования офиса, переводческие услуги, транспортные услуги, поддержка работы компьютерной сети и информационной инфраструктуры, рекламные услуги, обеспечение безопасности, а также ведение бухгалтерского учёта. Под аутсорсингом ведения бухгалтерского учёта понимается деятельность по ведению бухгалтерского учёта, осуществляемая сторонним специалистом (специализированной организацией) на договорной основе.

Следует отметить, что возможность передачи ведения бухгалтерского учёта на договорных началах специалисту или бухгалтерской организации была предусмотрена ещё Федеральным законом «О бухгалтерском учёте» № 129-ФЗ от 21.11.1996 г. В Федеральном законе «О бухгалтерском учёте» № 402-ФЗ от 6.12.2011 г. эта возможность сохраняется. Единственным исключением являются кредитные организации, в которых ведение учёта обязательно возлагается на главного бухгалтера. НК РФ также предусматривает возможность ведения бухгалтерского и налогового учёта сторонними специалистами.

К аутсорсингу бухгалтерских услуг в основном прибегают:

- малые предприятия, с небольшим количеством хозяйственных операций;
- иностранные предприятия, предпочитающие российских специалистов для ведения бухгалтерского учёта в РФ;
- крупные предприятия, которые пользуются аутсорсингом для оптимизации расходов.

Преимущества аутсорсинга бухгалтерских услуг в общем совпадают с преимуществами аутсорсинга как бизнес-модели в целом. К ним можно отнести экономию затрат, рост качества ведения учёта за счёт привлечения квалифицированного специалиста и возможность для руководства сконцентрироваться на решении основных задач бизнеса. К недостаткам следует отнести возможность разглашения конфиденциальной информации и снижение оперативности учёта. Последняя проблема постепенно решается за внедрения цифровых технологий.

Цифровизация оказала большое влияние на изменение методов учёта, применяемых конкретными предприятиями. В 2000-е гг. с началом внедрения электронного документооборота в России предприятия в первую очередь

стремились автоматизировать процесс бухгалтерского учета. Это связано с тем, что бухгалтерские документы (в отличие от многих других) являются строго унифицированными. Ведение бухгалтерского учёта и формирование бухгалтерской отчётности предполагает выполнение ряда операций по обобщению и переносу данных между различными бухгалтерскими регистрами (счетами, ведомостями и т.д.). До появления профессиональных бухгалтерских компьютерных программ на многих предприятиях эти процессы уже были автоматизированы: путём разработки автоматизированных таблиц в Excel или написания бухгалтерских программ собственными программистами. Современный бухгалтерский учет в России характеризуется автоматизацией всех профессиональных функций.

В настоящее время дальнейший рост цифровизации бухгалтерского учёта приводит к росту рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг. Развитие компьютерных технологий приводит к тому, что отпадает необходимость физического присутствия бухгалтера в офисе предприятия. Работа «на удалёнке» может выполняться как штатным бухгалтером предприятия, так и бухгалтером, привлечённым на условиях аутсорсинга. Процессы цифровизации приводят к тому, что на рынке бухгалтерских услуг получают преимущества компании, которые располагают серьёзными мощностями в IT. Сегодня в России быстро развиваются программы интернет-бухгалтерии, характеризующиеся удалённым доступом и использованием «облачных» технологий. Среди «облачных» сервисов, предоставляющих бухгалтерские услуги наибольшее распространение получили «Контур. Бухгалтерия», «Мое дело» и т.д.

Рынок аутсорсинга бухгалтерских услуг характеризуется также и некоторыми факторами, ограничивающими его рост. Часть из этих факторов наблюдается и в зарубежной практике, некоторые характерны именно для российских условий. В первую очередь следует отметить уже упомянутый стереотип о том, что любой компании нужна собственная бухгалтерия. Считается, что бухгалтер со стороны не может так глубоко разобраться в специфике деятельности предприятия, как бухгалтер, являющийся штатным сотрудником. Также серьёзным препятствием для развития аутсорсинга в России, является ведение некоторыми компаниями «черной» бухгалтерии, направленной на уклонение от налогообложения. Очевидно, что в этом случае невозможно передать ведения учёта стороннему исполнителю. Также ряд проблем связан с недостаточно высоким качеством оказания бухгалтерских услуг аутсорсерами. Особенно это актуально для небольших компаний, низкая стоимость бухгалтерских услуг которых зачастую обусловлена недостаточной квалификацией сотрудников.

Таким образом, несмотря на вышеуказанные недостатки, тенденции развития рынка таковы, что аутсорсинг услуг по ведению бухгалтерского учёта получает всё большее распространение.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. О бухгалтерском учете: Федер. закон Российской Федерации от 6 декабря 2011 г. No 402-ФЗ: принят Гос. Думой 22 нояб. 2011 г.: одобр. Советом Федерации 29 нояб. 2011 г. –URL:[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_122855/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/)



2. О бухгалтерском учете: Федер. закон Российской Федерации от 21 ноября 1996 г. No 129-ФЗ: принят Гос. Думой 23 фев. 1996 г.: одобр. Советом Федерации 20 марта 1996 г. –URL:[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12441/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12441/)
3. Гаджиева М.А. Особенности бухгалтерского аутсорсинга // Журнал прикладных исследований. 2022. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-buhgalterskogo-putsorsinga>(дата обращения: 29.03.2023).
4. Давлатзода Д.А. Совершенствование бухгалтерского учёта с целью трансформации перехода от классического аудита в цифровой аудит // Кронос. 2021. №1 (51). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershensvovanie-buhgalterskogo-ucheta-s-tselyu-transformatsii-perehod-a-ot-klassicheskogo-audita-v-tsifrovoy-audit>(дата обращения: 30.03.2023).
5. Дергачева, Т. А. Перспективы развития аутсорсинга бизнес-процессов в условиях цифровизации экономики и совершенствования бухгалтерского учета / Т. А. Дергачева // Известия Исык-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. – 2022. – № 3-2(38). – С. 75-79. – EDNEKVVNB.
6. Чиркова В.А. Состояние, тенденции развития, влияние пандемии и проблемы рынка бухгалтерских услуг в Ленинградской области // Экономика нового мира. 2020. №3 (18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-tendentsii-razvitiya-vliyanie-pandemii-i-problemy-rynka-buhgalterskih-uslug-v-leningradskoy-oblasti>(дата обращения: 29.03.2023).

**RƏQƏMSALİQTİSADİYYATDAMÜHASİBATXİDMƏTLƏRİNİN AÜTSORSİNQİNİN  
İNKİŞAFEDİLMƏSİ**

**V.S.Kondratkova**

[raduqinavikt@rambler.ru](mailto:raduqinavikt@rambler.ru)

**Lipetsk Dövlət Texniki Universiteti, Lipetsk, Rusiya**

Oütsorsinq, müəssisənin fəaliyyətinin və gələcək inkişafının mövcud problemlərinin həllinə nail olmağa imkan verən fəal inkişaf edən biznes modellərindən biridir.Mühasibat uçotunun aütsorsinqi üçüncü tərəf mütəxəssisi (ixtisaslaşdırılmış təşkilat) tərəfindən müqavilə əsasında həyata keçirilən mühasibat uçotu fəaliyyətinə aiddir.Oütsorsinqin üstünlüklərinə xərclərə qənaət, ixtisaslı mütəxəssis cəlb etməklə mühasibat uçotunun keyfiyyətinin yüksəldilməsi və rəhbərliyin əsas biznes problemlərinin həllinə diqqət cəmləmək imkanı daxildir.Dezavantajlara məxfi məlumatların açıqlanması və mühasibat uçotunun səmərəliliyinin azaldılması imkanları daxildir.

**OUTSOURCING DEVELOPMENT OF ACCOUNTING SERVICES IN THE DIGITAL  
ECONOMY**

**V.S.Kondratkova**

[raduqinavikt@rambler.ru](mailto:raduqinavikt@rambler.ru)

**Lipetsk State Technical University, Lipetsk, Russia**

Outsourcing is one of the actively developing business models that allow to achieve a solution to the existing problems of functioning and further development of the enterprise.Accounting outsourcing refers to accounting activities carried out by a third-party specialist (specialized organization) on a contractual basis.The advantages of outsourcing include cost savings, an increase in the quality of accounting by attracting a qualified specialist and the ability for management to concentrate on solving the main business problems.The disadvantages include the possibility of disclosing confidential information and reducing the efficiency of accounting.



**ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НГДУ ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ КАПИТАЛЬНОГО РЕМОНТА СКВАЖИН**

**Дж.К.Кулиев**

[Cavid.Quliyev@socar.az](mailto:Cavid.Quliyev@socar.az)

**SOCAR Turkey Enerji A.Ş., Баку, Азербайджан**

Уменьшение добычи нефти, увеличение ее себестоимости, рост бездействующего фонда скважин является характерной особенностью месторождений, находящихся на завершающей стадии эксплуатации. Возвращение в производство неработающего фонда скважин с помощью капитального ремонта имеет большое значение для получения дополнительной нефти и улучшения производственно-хозяйственной деятельности нефтегазодобывающего управления (НГДУ). Это предопределяет актуальность разработки проблемы экономической оценки эффективности проведения капитального ремонта скважин в НГДУ.

Обзор литературных источников в области капитального ремонта скважин показал, что технической стороне данного вопроса уделено достаточно внимания. В экономических исследованиях рассматриваются проблемы экономики и организации производства на предприятиях по ремонту скважин, совершенствования управления процессом капитального ремонта скважин, оценки экономической эффективности ремонта нефтяных скважин и др. [1-4] Однако, экономическое направление проблемы анализа эффективности проведения капитального ремонта скважин в целом по НГДУ не разработано и требует более детального исследования.

Целью научно-исследовательской работы является изучение изменений, которые произошли в последние годы в отчетности нефтегазодобывающих предприятий Азербайджана, в частности связанные с капитальным ремонтом скважин. В проведенных исследованиях особое внимание было уделено анализу себестоимости капитального ремонта скважин с акцентом на ведущий показатель, подход к расчету которого изменялся в НГДУ в различные периоды времени. Следует отметить, что эти изменения носят целесообразный характер и направлены на более детальное изучение экономической стороны каждого конкретного капитального ремонта, проводимого в НГДУ.

Так, ранее существующий ведущий показатель себестоимости одного капитального ремонта рассчитывался за год. Он стимулировал НГДУ на сокращение незаконченных ремонтов. Однако этот показатель реально не отражает себестоимость одного законченного капитального ремонта с учетом его продолжительности. В существующем в настоящее время подходе расчета приоритетного показателя (себестоимость одного законченного капитального ремонта в отчетном году) отражается информация только по законченным ремонтам. По сравнению с ним показатель себестоимости капитального ремонта одной законченной ремонтной скважины в отчетном году, который также рассчитывается в НГДУ, исключает влияние повторных ремонтов. Однако игнорирование в двух последних показателях незаконченных ремонтов, на наш взгляд, снижает качество экономического анализа эффективности проведения капитальных ремонтов.

На наш взгляд, для анализа производственно-хозяйственной деятельности НГДУ, в частности капитального ремонта, каждый из вышеотмеченных показателей не может быть в отдельности приоритетным показателем. В каждом конкретном случае при проведении проектных и других экономических расчетов следует (для исключения фактора случайности) учитывать их специфическую особенность. Кроме того, в работе были предложены формулы четырех дополнительных аналитических показателей, которые учитывают как законченные, так и незаконченные ремонты. Предложены также новые направления анализа, определяющие эффективность проведения капитальных ремонтов в НГДУ.

На примере одного из НГДУ ПО «Азнефть» представлены различные подходы определения показателей себестоимости капитального ремонта скважин. Результаты расчетов и сопоставительный анализ приоритетных в разные годы показателей себестоимости капитального ремонта, а также четырех предлагаемых дополнительных показателей определили методико-практическую ценность проведенных исследований.

Она заключается в возможности дальнейшего совершенствования оценки деятельности НГДУ в части капитального ремонта скважин.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Алданиязов К.Н. О необходимости предварительного определения экономической целесообразности затрат на капитальный ремонт нефтяных скважин. Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. №3. 2014. с.37-40.
2. Уразаков К.Р., Дашевский А.В., Зольник С.Е. и др. под ред. Уразакова К.Р. Справочник по добыче нефти. СПб: ООО «Недра». 2006. 448 с.
3. Коломеец В.В. Формирование организационно-экономического механизма управления бизнес-процессом капитального ремонта скважин: Дис. на соиск. Учен. степени канд. экон. Наук. Астрахань. 2006
4. Тарасов В.В. Организация и экономика предприятий по ремонту скважин. Курс лекций. ЛитРес: Издательство. М. 2020. 310с.

#### **NQÇI-IN FƏALİYYƏTİNİN İQTİSADI QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNDƏ QUYULARDA ƏSASLI TƏMİRİN APARILMASININ SƏMƏRƏLİLİYİNƏ İNNOVATİV YANAŞMA**

**C.K.Quliyev**

[Cavid.Quliyev@socar.az](mailto:Cavid.Quliyev@socar.az)

**SOCAR Turkey Enerji A.Ş., Bakı, Azərbaycan**

Neftqazçıxarma idarəsində (NQÇİ) quyularda əsaslı təmirin aparılması səmərəliliyin iqtisadi qiymətləndirilməsində innovativ yanaşma işlənmişdir. Təqdim edilən innovativ yanaşma “Azneft” İB-nin NQÇİ-dən birində tətbiq edilmişdir. Quyuların əsaslı təmirinin maya dəyəri göstəricilərinin hesablanmasında müxtəlif yanaşmalara baxılmışdır. Təhlilin yeni istiqamətləri və onun yerinə yetirilməsi üçün əlavə göstəricilər təklif edilmişdir. İşin metodiki və təcrübi əhəmiyyəti - onun quyuların əsaslı təmirinin aparılmasının səmərəliliyinin müəyyən edilməsi ilə əlaqədar iqtisadi təhlilin gələcəkdə daha da təkmilləşdirilməsinə imkan yaratmasından ibarətdir.

#### **AN INNOVATIVE APPROACH TO THE ECONOMIC EVALUATION OF OGPUS ACTIVITIES FOR EFFECTIVE CARRING OUT OF WELL WORKOVER**

**J.K. Kuliyev**

[Cavid.Quliyev@socar.az](mailto:Cavid.Quliyev@socar.az)

**SOCAR Turkey Enerji, Baku, Azerbaijan**

An innovative approach to the economic evaluation of OGPUS (Oil and Gas Production Department) activities for effective carrying out of well workover has been developed. It was tested on the example of one of the oil and gas production departments of “Azneft” PU. Various approaches to calculating of self-cost parameters of well workover are considered. The new analysis ways and additional parameters for its implementation are suggested. The methodical and practical effect of the work lies in the possibility of further improving the economic analysis associated with efficiency determination of well workover.



## **AGRICULTURE SECTOR IN THE NETHERLANDS**

**R.T.Huseynov**

**L.M.Mesimova**

[letife.mesimova99@gmail.com](mailto:letife.mesimova99@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The Netherlands, also known as Holland, is a country located in northwestern Europe. It is bordered by Germany to the east, Belgium to the south, and the North Sea to the north and west. The Netherlands has a population of approximately 17 million people and a total land area of about 41,500 square kilometers. The Netherlands is a highly developed country with a strong economy based on agriculture, manufacturing, and service industries. It is known for its windmills, tulips, cheese, and wooden shoes. The country is also famous for its extensive network of canals and bike paths, which are popular modes of transportation for both locals and tourists.[1] Agriculture has been an important sector of the Dutch economy for centuries, and the Netherlands is one of the world's leading agricultural producers. Despite its small size, the country is highly productive in terms of agricultural output, thanks to its advanced agricultural technology, high level of mechanization, and skilled workforce. The Netherlands is particularly known for its production of flowers, including tulips, which are a major export crop. The country is also a major producer of vegetables, fruits, and dairy products, with exports of these products accounting for a significant portion of the country's agricultural trade. [2]

The Netherlands is a major exporter of agricultural products, with key markets including Germany, the United Kingdom, and Belgium. However, the country also faces challenges related to sustainability and environmental concerns, including issues related to water and soil quality, pesticide use, and greenhouse gas emissions. [3] To address these issues, the Dutch government and farmers are working together to promote more sustainable agricultural practices and reduce the sector's impact on the environment. The agriculture sector in the Netherlands is highly productive and efficient, despite the relatively small land area available for farming. The country has a long history of agricultural innovation and is known for its advanced techniques and technology. The sector employs around 2% of the Dutch workforce and contributes significantly to the country's economy. The main agricultural products produced in the Netherlands include dairy, meat, vegetables, fruits, and flowers. The country is the second-largest exporter of agricultural products in the world, after the United States. In 2020, the total value of Dutch agricultural exports was over 100 billion euros.[4]

One of the main challenges facing the Dutch agriculture sector is sustainability. The country has a highly intensive and efficient agricultural system that relies on high levels of input, such as fertilizers and energy. This can lead to issues such as soil degradation, water pollution, and greenhouse gas emissions. To address these issues, the Dutch government has implemented various policies and initiatives to promote sustainable agriculture, such as reducing the use of pesticides and encouraging organic farming practices. [5] Overall, the Dutch agriculture sector is a vital part of the country's economy and plays an important role in feeding the population and providing agricultural products to international markets. However, the sector faces ongoing challenges related to sustainability, and continued innovation and adaptation will be necessary to ensure its long-term viability. [6]

### **REFERENCES**

1. An Interpretation of Dutch Culture in the Golden Age (Simon Schama, 1997)
2. Five Centuries of Farming: A Short History of Dutch Agriculture, 1500-2000 (Mansholt Publication Series) Paperback – January 1, 2010
3. Melyukhina, O. (2011-03-08), “Risk Management in Agriculture in The Netherlands”, OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 41, OECD Publishing, Paris.
4. Ban, A.W. van den and A.L.G.M. Bauwens. 1988. 15 page
5. Silvis, H.J. and F. Leenstra (eds). 2009. Prospects for the Agricultural Sector in the Netherlands; Economic and Technological Explorations. The Hague, LEI Wageningen UR. 2pr
6. Ministry of LNV. 2009. Homepage of the Dutch Ministry of Agriculture, Nature and Food Quality.

## **HOLLANDİYANIN İNKİŞAFINDA KƏND TƏSƏRRÜFATI SEKTORUNUN ROLU**

**L.M.Məsimova**

[letife.mesimova.99@gmail.com](mailto:letife.mesimova.99@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Kənd təsərrüfatı məhsulları və ərzaq məhsullarının beynəlxalq ticarəti son 20-25 il ərzində olduqca artmışdır ki, bu da qismən idxal maneələrinin azaldılması və ÜTT çərçivəsində ticarət qaydalarının uyğunlaşdırılması hesabına baş vermişdir. Buna baxmayaraq, Hollandiya kənd təsərrüfatı məhsullarının Aİ-dən kənar ölkələrə ixracatçıları hələ də nisbətən yüksək idxal tarifləri ilə (orta hesabla 18%) üzləşirlər. İxracatçılar da qeyri-tarif tədbirlərindən təsirlənir. Kənd təsərrüfatında bu, ilk növbədə sanitariya və fitosanitar tədbirlərə aiddir (xüsusilə insanları, heyvanları və bitkiləri xəstəliklərdən, zərərvericilərdən və ya çirkləndiricilərdən qorumaq məqsədi daşıyır) Hollandiyanın 2022-ci il üçün kənd təsərrüfatı məhsulları ixracı 104,7 milyard avro təşkil edib ki, bu da 2021-ci illə müqayisədə (95,7 milyard avro) 9,4% çoxdur. Kənd təsərrüfatı məhsulları Hollandiya mallarının ümumi ticarət profisitinin yarıdan bir qədər çoxunu təşkil edir. Qlobal ticarətin təxminən 70%-i hazırda beynəlxalq dəyər zəncirlərindən ibarətdir ki, bu zəncirlərdə məhsulların son məhsul istehsal olunmazdan əvvəl bir sıra ölkələrdən keçdiyi bildirilir. Hollandiya qlobal dəyər zəncirlərində də mühüm rol oynayır, məsələn, kakao, palma yağı, qəhvə və soya kimi tropik məhsulların idxalı və təkrar ixracı ilə. Son zamanlar qlobal dəyər zəncirləri getdikcə daha çox araşdırılır. Məsələn, ticarətin liberallaşdırılmasının aşağı və orta gəlirli ölkələrdə daha böyük bərabərsizliyə səbəb olması ilə bağlı narahatlıq artır. Lakin imkanlar da görünür: qlobal dəyər zəncirləri və ölkələr arasında əlaqəli asılılıqlar da bərabərsizliyin aradan qaldırılmasında böyük rol oynaya bilər. Sertifikatlaşdırmanın müsbət təsirləri məlum olsa da, məsələn, fermerlərin gəlirləri və iş şəraiti bəzi hallarda yaxşılaşsa da, bu təsirlər hər yerdə baş vermir və əsasən müsbət olmaya bilər.

## **РОЛЬ РАЗВИТИИ АГРОКУЛЬТУРНОГО СЕКТОРА В НИДЕРЛАНДАХ**

**Л.М.Масимова**

[letife.mesimova.99@gmail.com](mailto:letife.mesimova.99@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Международная торговля сельскохозяйственными и продовольственными товарами значительно выросла за последние 20-25 лет, отчасти благодаря снижению импортных барьеров и гармонизации правил торговли в рамках ВТО. Несмотря на это, голландские экспортеры сельскохозяйственной продукции в страны за пределами ЕС по-прежнему сталкиваются с относительно высокими импортными тарифами (в среднем 18%). На экспортеров также влияют нетарифные меры. В сельском хозяйстве это в первую очередь касается санитарных и фитосанитарных мер (специально направленных на защиту людей, животных и растений от болезней, вредителей или загрязнителей).

Нидерланды экспортируют сельскохозяйственные товары в размере 104,7 млрд евро на 2022 год, что на 9,4% выше, чем в 2021 году (95,7 млрд евро). Сельскохозяйственные товары составляют чуть более половины общего положительного сальдо торгового баланса Нидерландов. Около 70% мировой торговли в настоящее время состоит из международных производственно-сбытовых цепочек, в которых продукты проходят через ряд стран, прежде чем будет произведен конечный продукт.

Нидерланды также играют важную роль в глобальных производственно-сбытовых цепочках, например, благодаря импорту и реэкспорту тропических продуктов, таких как какао, пальмовое масло, кофе и соя. В последнее время глобальные цепочки создания стоимости стали объектом все более пристального внимания. Например, растет беспокойство тем, что либерализация торговли ведет к усилению неравенства в странах с низким и средним уровнем дохода. Но, похоже, есть и возможности: глобальные производственно-сбытовые цепочки и связанные с ними зависимости между странами также могут сыграть важную роль в уменьшении неравенства. Хотя положительные эффекты сертификации известны, например, доходы фермеров и условия труда в некоторых случаях улучшились, эти эффекты проявляются не везде и не могут быть преимущественно положительными.





**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ УКЛАДЫ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ПРИ РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**Е.И. Битус<sup>1</sup>**

**А.Ф.Плеханов<sup>2</sup>**

[vonahelp@mail.ru](mailto:vonahelp@mail.ru)

**С.Ш.Ташпулатов<sup>3</sup>**

[ssht61@mail.ru](mailto:ssht61@mail.ru)

**Российский Биотехнологический Университет (РОСБИОТЕХ)<sup>1</sup>**

**Российский Государственный Университет им. Косыгина<sup>2</sup>**

**Ташкентский Институт Текстильной И Легкой Промышленности<sup>3</sup>**

Экономическая теория для исследования изменений конъюнктурных явлений в мировой экономике использует волновую теорию экономических циклов с различной временной длиной волны.

В начале XX века известный российский статист и экономист Н.Д.Кондратьев опубликовал исследования [1], согласно которым в долгосрочной динамике некоторых экономических индикаторов наблюдается определенная циклическая регулярность, в ходе которой на смену фазам роста соответствующих показателей приходят фазы их относительного спада с характерным периодом этих долгосрочных колебаний порядка 50 лет. Экономические периоды с такой продолжительностью получили название К-циклов. Исследования и выводы Н.Д.Кондратьева основывались на эмпирическом анализе большого числа экономических показателей различных стран на довольно длительных промежутках времени, охватывавших длительность времени исследований от 100 до 150 лет.

Известный российский экономист и политик – академик С.Ю.Глазьев в своих трудах [2] на основе обобщения обширного теоретического и эмпирического материала, циклического характера развития мировой экономики, проанализировал причины современного кризиса и дал прогнозы его дальнейшего развития. В предложенных С.Ю.Глазьевым мероприятиях по модернизации и опережающему развитию российской экономики, на основе К-циклов Н.Д.Кондратьева и формируемого нового технологического уклада, как ключевого направления антикризисной политики, предложена целостная программа мер по выходу России из кризиса на траекторию быстрого и устойчивого экономического роста. Данная программа была представлена на Президентском совете безопасности РФ 15 сентября 2015 года.

В исследованиях, проведенных нами [3], установлено, что с позиции рассмотрения К-циклов в ракурсе развития текстильной промышленности, моментом формальной смены V-го технологического уклада на VI-ой можно условно считать 2015 год. Два с половиной столетия ранее, в 1765 году Д. Харгривс (Ланкашир, Англия) изобрел механическую прялку «Дженни» на восемь веретен, усовершенствованную в 1767 году Т. Хейгсом для фабричного производства. Таким образом, производительность мануфактурного производства значительно возросла за счет повышения эффективности использования ручного труда рабочих. В 1769 году Р. Аркрайт приспособил для привода прядильных машин водяное колесо, закрепив за прядильными машинами название «ватеров», и тем самым повысил производительность труда, разгрузив ноги рабочих. В это же время в США формируется новое государство, и в 1793 году Э. Уитней патентует пильный джин для отделения волокон хлопка от семян хлопчатника, повышающий производительность ручного труда работников в 50 раз. Эти изобретения положили начало формированию первого технологического уклада, привели к буржуазной революции в Европе, развитию различных экономических теорий, таких как «теория абсолютных преимуществ» Адама Смита и «Начала политической экономии и налогового обложения» Дэвида Рикардо (1817 г.). Первый технологический уклад заложил основы для бурного мирового научно-технического прогресса в текстильной промышленности европейских стран и завершился через 50 лет, в 1815 году окончанием буржуазной французской революции.

Второй технологический уклад продолжался с 1815 по 1865 годы и был характерен ростом производительности труда в текстильной промышленности на основе начала внедрения с 1825 г. сельфакторов, появления в 1829 г. прядильных машин с колпачными веретенами и патентованием в 1830 г. первой прядильной машины с кольцами и бегунками Томаса Джеймса. Характерным результатом второго технологического уклада следует считать появление парового привода машин, в том числе и в мануфактурном производстве. В 1947 году Англия отменила запрет вывоза текстильного оборудования с территории острова. В Европе экономические теории получают развитие в работах Д. Милля (1948, «Принципы политической экономии»). Вторым технологическим укладом сопровождался значительным подъёмом текстильной промышленности России, появлением и становлением целого ряда всемирно известных мануфактур. Закончился II-й ТУ гражданской войной «Севера с Югом» в США, значительным сокращением поставок хлопкового волокна в Европу и кризисом, вызванным «хлопковым голодом», в результате которого пострадала Великобритания, где каждый четвертый житель был задействован в текстильной промышленности.

Третий технологический уклад продолжался с 1865 по 1915 г., основывался на паровом приводе механизмов и машин и послужил расцветом текстильной промышленности в России, став для нее «золотым веком». В 1867 году К. Маркс публикует работу «Процесс производства капитала», Аляска отдается в аренду США, Хива входит в состав Российской империи, а в Москве основывается Товарищество Даниловской мануфактуры. В 1887 году экспорт товаров из Российской империи, в том числе и хлопчатобумажных тканей, превысил импорт, рубль становится мировой твердой конвертируемой валютой. Закончился III-й ТУ мировой войной и сменой общественно-экономических формаций в центральной части Европы [4, с. 133-135].

Четвертый ТУ длился с 1915 по 1965 г.г. и характеризовался заменой в текстильной промышленности сельфакторов на кольцевые прядильные машины, началом «века двигателей внутреннего сгорания». В 40-х годах XX века появляется центрифугальное прядение. А в 20–30-е годы, как уже упоминалось, Н. Д. Кондратьев разрабатывает теорию К-циклов. В 30-е годы шведские экономисты Э. Хекшер и Б. Олин создают теорию международной торговли, – теорию соотношения различных факторов производства, основанную на трех основных параметрах (труд – *work*, капитал – *capital*, земля – *land*). Вторая мировая война в истории по праву получила название «войны моторов», а технологический уклад завершается изобретением ракетных двигателей, ядерного оружия и первым полетом человека в космос.

Пятый ТУ проходил с 1965 по 2015 гг. и в текстильной промышленности проявился изобретением безверетенных способов прядения, а так же бесчелночного и пневморепирного ткачества. Разработаны пневмомеханический, роторный, аэромеханический, электромеханический, аэродинамический, фрикционный способы прядения. В 1974 году Новосибирским СКБ создан многочелночный ткацкий станок. На предприятиях текстильной промышленности широко внедряются средства комплексной механизации и автоматизации технологических процессов прядения и ткачества [5]. Широкое распространение получает робототехника, автоматические кипные рыхлители, авто присучальщики, системы контроля качества текстильной продукции [6]. В мире появляются персональные компьютеры, создается мировая сеть Интернет, в обществе внедряется мобильная связь.

С 2015 года мировая цивилизация вошла в новый, VI-й, на этот раз - цифровой технологический уклад, и начали формироваться новые основы мирового порядка, технического, технологического, правового, экономического фундаментов организации жизнедеятельности человечества, в том числе, в легкой, текстильной и пищевой промышленности.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Кондратьев Н. Д. Мировое хозяйство и его конъюнктура во время и после войны. - Вологда: Областное отделение Государственного издательства. Гл. 5, 1922.
2. Глазьев С. Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. - М.: Экономика, 2010. – 255 с.

3. Плеханов А. Ф., Ильдаров Ш. А. Стратегическое планирование текстильных предприятий в условиях внешнеэкономических санкций. Тезисы докладов Международной научно-практической конференции «Государство, академическая наука и высшая школа: современное состояние и тенденции развития», -Уфа, РИЦ БашГУ, 2014. – с.с. 52-54.
4. Рыбас С. Ю. Столыпин / Святослав Рыбас. – 4-е изд. – М.: Молодая гвардия, 2012. – 421 с.: ил. – (Жизнь замечательных людей: сер.биогр.; вып. 1351).
5. Механизация и автоматизация процессов в прядении и ткачестве / Ф. М. Плеханов, Е. Н. Житникова, А. Ф. Плеханов. – М.: Легпромбытиздат, 1991. – 128 с.
6. Рудовский П. Н. Развитие технологии прядильного производства в вузах Российской Федерации / Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – Иваново: Издательство Ивановской государственной текстильной академии. №5 (347), 2013, - с.с. 117 – 121.
7. Плеханов А. Ф., Ильдаров Ш. А. Исследование экономических К-циклов и технологических укладов в мировом развитии текстильной промышленности. / Международная научно-техническая конференция «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ – 2015). Сборник материалов, ч. 3, -М.: МГУДТ, 2015 г., - с.с. 177–180.
8. Плеханов А. Ф., Ильдаров Ш. А. Исследование технологических укладов в мировом развитии текстильной промышленности. / Международная научно-методическая конференция «Инновационно-образовательные технологии в менеджменте и индустрии моды» Сборник материалов. – М.: Московский государственный университет технологий и управления имени Г. К. Разумовского, 2015. – 2 с.
9. Плеханов А.Ф., Ильдаров Ш.А. Исследование влияния К-циклов на формирование технологических укладов в мировом экономическом развитии общества на примере текстильной промышленности / Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. №1, 2016. – с.с.197-201.

**TEKNOLOJİ MƏRHƏLƏLƏR VƏ INNOVATİV TEKNOLOGİYALARIN İNKİŞAFI FONUNDA SOSIAL-İQTİSADI DƏYİŞİKLİKLƏR**

Y.I.Bitus<sup>1</sup>

A.F.Plehanov<sup>2</sup>

[vonahelp@mail.ru](mailto:vonahelp@mail.ru)

S.Sh.Taşpulatov<sup>3</sup>

[ssht61@mail.ru](mailto:ssht61@mail.ru)

**Rusiya Biotexnologiya Universiteti (ROSBİOTECH)<sup>1</sup>**

**Kosigin adına Rusiya Dövlət Universiteti<sup>2</sup>**

**Daşkənd Tekstil və Yüngül Sənaye İnstitutu<sup>3</sup>**

Tekstil sənayesinin inkişafı, iqtisadi nəzəriyyələr və texnika və cəmiyyətin inkişafı dünya tarixində texnoloji strukturların formalaşması barədə retrospektiv təhlil aparılmışdır.

Müəyyən edilmişdir ki, sənaye, iqtisadi və siyasi sosial münasibətlərin inkişafı XX əsrin əvvəllərində aşkar edilmiş uzunmüddətli iqtisadi dövrlərə əsaslanır. 2015-ci ildə Beşinci texnoloji nizamdan altıncıya keçid olduğu, bəşəriyyətin inkişafının yeni, rəqəmsal dövrünə keçdiyi göstərilir.

**TECHNOLOGICAL STAGES AND SOCIO-ECONOMIC CHANGES IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES**

Y.I.Bitus<sup>1</sup>

A.F.Plehanov<sup>2</sup>

[vonahelp@mail.ru](mailto:vonahelp@mail.ru)

S.Sh.Taşpulatov<sup>3</sup>

[ssht61@mail.ru](mailto:ssht61@mail.ru)

**Russian Biotechnological University (ROSBİOTECH)<sup>1</sup>**

**A.N.Kosygin Russian State University<sup>2</sup>**

**Tashkent Institute of Textile and Light Industry<sup>3</sup>**

A retrospective analysis of the development of the textile industry, economic theories and the formation of technological structures in the world history of the development of technology and society has been carried out. It has been established that the development of industrial, economic and political social relations is based on the long economic K-cycles identified at the beginning of the 20th century. It is shown that in 2015 there was a change from the fifth technological order to the sixth, humanity moved to a new, digital round of the spiral of its development.



## **INNOVATION MECHANISMS FOR INDUSTRIAL CLUSTER MANAGEMENT IN REGIONS**

**Mirabbos Fazliddinovich Makhmudov**  
**Institute of Forecasting and Macroeconomic Research**  
**Tashkent, Republic of Uzbekistan**

Studying the methodological basis of the content and structure of the industrial cluster management mechanism allows us to conclude that there are different points of view on the structure of the mechanism, and there are no significant differences between them.

Regarding the organizational-economic mechanism of management of industrial clusters in the region, the following appear as its elements:

subject - coordinating council of regional industrial cluster;  
object - organizational and economic processes occurring in the industrial cluster;  
forms and methods of the industrial cluster in accordance with the defined goals and objectives.

In the process of implementing the industrial cluster management mechanism, the leading role belongs to the cluster coordinating council, and the state authorities and management bodies representing the regional cluster association serve it in every way. The coordinating council of the cluster initiates the development of this document, is the organizer of its implementation, and appears as the leader and active executor of most projects and programs.[1]

In our opinion, the cluster association will:

- review and approval of the cluster development strategy, the plan of measures for its implementation;
- study and selection of business plans for cluster projects in accordance with the cluster development strategy partially financed from budget funds;
- coordinating the activities of executive bodies of regional state power, local executive and administrative bodies, and business entities for cluster development;
- controlling the spending of budget funds allocated for the development of the territory;
- monitoring cluster activities and evaluating its effectiveness.

The organization of the activities of the participants within the cluster is carried out by the coordinating council of the cluster, which includes leaders of the core of the cluster, representatives of enterprises, large resource suppliers, chairmen of the association (union) of small business enterprises, representatives of educational and scientific institutions whose interests are within the sphere of influence of the cluster, representatives of interested financial institutions. and unites others.

The coordinating council of the cluster is an informal organization whose tasks include:

- defining the name of the cluster, its brand;
- development of cluster development strategy and plan of measures for its implementation;
- justification of cooperation areas and mechanisms of participants within the cluster;
- coordinating activities of cluster participants based on the developed strategy;
- creation of a working committee from the group of leading enterprises for quick resolution of tactical issues of cluster development;
- creation of working groups on the activities of the cluster (main production, localization, quality, logistics, etc.);
- defining rules and standards of interaction of cluster participants;
- conclusion of agreements with business entities on participation in cluster activities;
- keeping the register of cluster participants;

- monitoring cluster activities and evaluating its effectiveness.

The coordinating council includes representatives of all participants of the cluster. The coordinating council determines the general direction of cluster development and makes important decisions on its development.[2]

In order to effectively form an industrial cluster in the region, it is necessary to develop legal provisions. Signing an agreement on cooperation within the industrial cluster with the participation of the cluster association is an important factor. The Coordinating Council participates only as an initiator of various regulations and sends its proposals to the cluster association, which in turn reviews the proposals and evaluates them in terms of benefits for the entire region.

In addition, in order to ensure the regulatory and legal provision of the industrial cluster, it is necessary to implement the following:

- setting priority directions of legislative activity in accordance with priority directions of industrial cluster development in the region;
- defining the limits of the legal powers of the cluster coordinating council;
- formation of a set of laws regulating the process of industrial cluster management mechanism in the region;
- organization of monitoring of the implementation of laws that serve the development of the industrial cluster.

The main directions of methodical support of industrial clusters in the regions, implemented by the regional cluster association, will be as follows:

1. Development of general approaches to the strategic planning of cluster development, as well as methodological materials related to the organizational development of their specific types, including discrete, process-related, innovative and "creative", tourist, transport-logistics clusters.

As pilot projects for the development of discrete clusters, industrial production zones and industrial parks, cluster development projects organized on the basis of production-based areas organized as part of the implementation of "industrial assembly" projects can be supported.

2. Development of methodological materials related to the implementation of projects in various areas of cluster development.

3. Implementation of specialized training programs on the development and implementation of cluster policy at the regional and local level, as well as on the organizational development of clusters and the implementation of cluster initiatives.[3]

During the creation of educational and methodological materials, organization of the educational process and development of new forms of education, model educational programs will be created on the main directions of the implementation of the cluster policy. Their goal is to create a comprehensive, principled system of transfer of knowledge, skills and competences necessary to achieve the objectives of the cluster policy. This system allows training organizers, experts and other participants of cluster development projects as a priority.

In the process of implementing the industrial cluster management mechanism, the leading role belongs to the cluster coordinating council, and the state authorities and management bodies in the form of the regional cluster association serve it in every way. An organizational-economic mechanism for managing the formation and operation of industrial clusters has been developed, which allows to ensure purposeful, interrelated and functionally organized management. In the dissertation, it is justified that the management mechanism is the result of purposeful activity and represents certain institutions, norms and rules that ensure the formation of certain events under certain conditions.



## **REFERENCES**

1. Nazan Yelkikalan, Melike Altun. Clustering Approach As a Regional Development Tool / Nazan Yelkikalan et al. // Procedia – Social and Behavioral Sciences 58 (2012) 503 – 513.
2. Philip McCann, Tomokazu Arita. Clusters and regional development: Some cautionary observations from the semiconductor industry / Information Economics and Policy 18 (2006) 157–180.
3. Wen Tiana, Weihong Lib, Hongfang Songa, Haodi Yue. Analysis on the difference of regional high–quality development in Beijing–Tianjin–Hebei city cluster // Wen Tian et al. / Procedia Computer Science 199 (2022) 1184–1191.

## **BÖLGƏLƏRDƏ SƏNAYE KLASTERİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ ÜÇÜN İNNOVASİYA MEXANİZMLERİ**

**Mirabbos Fazliddinoviç Mahmudov**  
**Proqnozlaşdırma və Makroiqtisadi Tədqiqatlar İnstitutu**  
**Daşkənd, Özbəkistan Respublikası**

Sənaye klasterinin idarə edilməsi mexanizminin tətbiqi prosesində aparıcı rol klaster əlaqələndirmə şurasına məxsusdur və regional klaster assosiasiyası formasında dövlət hakimiyyəti və idarəetmə orqanları ona hər cür xidmət göstərir. Sənaye klasterlərinin formalaşması və fəaliyyətinin idarə edilməsinin məqsədyönlü, qarşılıqlı əlaqəli və funksional təşkil edilmiş idarəetməni təmin etməyə imkan verən təşkilati-iqtisadi mexanizmi işlənilib hazırlanmışdır. Məqalədə əsaslandırılır ki, idarəetmə mexanizmi məqsədyönlü fəaliyyətin nəticəsidir və müəyyən şəraitdə müəyyən hadisələrin formalaşmasını təmin edən müəyyən institutları, norma və qaydaları təmsil edir.

## **ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМИ КЛАСТЕРАМИ В РЕГИОНАХ**

**М.Ф.Махмудов**  
**Институт Прогнозирования и Макроэкономических Исследований**  
**г.Ташкент, Республика Узбекистан**

В процессе реализации механизма управления промышленным кластером ведущая роль принадлежит координационному совету кластера, которому всемерно служат органы государственной власти и управления в виде регионального кластерного объединения. Разработан организационно-экономический механизм управления формированием и функционированием промышленных кластеров, позволяющий обеспечить целенаправленное, взаимосвязанное и функционально организованное управление. В статье обосновывается, что механизм управления является результатом целенаправленной деятельности и представляет собой определенные институты, нормы и правила, обеспечивающие формирование определенных событий в определенных условиях.



**AZƏRBAYCANDA YÜNGÜL SƏNAYENİN TARİXİ, MÖVCUD VƏZİYYƏTİ VƏ İNKİŞAFININ PERSPEKTİVLƏRİ**

**F.Ə.Məmmədov**

[fizuli.ekonomist@gmail.com](mailto:fizuli.ekonomist@gmail.com)

**A.A.Tağıyev**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Azərbaycanda yüngül sənaye məmulatları ən qədim vaxtlardan hazırlanır. Ölkəmiz dünyanın ən qədim yüngül sənaye mərkəzidir. Yüngül sənaye məmulatları (xalça, xalça məmulatları, ayaqqabı məmulatları, kişi, qadın, uşaq geyimləri) qədimdən ölkəmizdə hazırlanmış və hazırda bir çox muzeylərdə saxlanılır. İllər keçdikcə bu məmulatlar haqqında məlumatlar tarixçilər tərəfindən araşdırılmış və bunlar haqqında çoxlu tədqiqat işləri aparılmışdır. Xüsusən qədim zamanlarda bir çox səyyahlar və yadellilər bizim kустar yolu ilə hazırladığımız geyim dəstini özləri ilə aparmış və bir çox hallarda onları özünükiləşdirmişlər. Bir çox tanınmış muzeylərdə saxlanılan geyimləri xalça məmulatlarının bizim düşmənlərimiz öz adlarına çıxmışlar. Əsrin əvvəllərində ölkəmizdə sənaye üsulu ilə müəssisələr tikilərək istifadəyə verilmişdir. Məsələn, azərbaycanlı əhalinin arzularını nəzərə alaraq Bakıda ilk əyrici-toxucu müəssisəsi yaranmışdır. Bu müəssisədə quraşdırılan avadanlıqlar 100 ildən artıq vaxt keçməsinə baxmayaraq bu gün də işlək vəziyyətdədir. Sovet hakimiyyəti dövründə Azərbaycanda yüngül sənaye böyük vüsətlə inkişaf etməyə başlamışdır. Bu inkişaf bir neçə dövrə bölmək olardı. Belə ki, 1941-45-ci illərə kimi Respublikamızın bir çox bölgələrində toxuculuq, tikiş, ayaqqabı müəssisələri tikilmiş və istifadəyə verilmişdir. Məsələn, Bakıda Volodarskiy adına tikiş fabriki, Gəncə Toxuculuq kombinatı, mahud fabriki, pambıq təmizləmə zavodu bunlara misaldır. Yerli əhalinin işsizliyini nəzərə alaraq Sovet hökuməti ölkəmizin iri şəhər və rayonlarında çoxsaylı yüngül sənaye obyektləri tikmiş və burada əsas rəhbərlik ecnəbilərə məxsus idi. Müəssisələrin fəaliyyət göstərməsi üçün əsas xammal bazası Respublikamızda hazırlanırdı. Belə ki, ipəkçiliyin inkişafı üçün rayon-kənd yerlərində tut ağacları əkilirdi. Pambıq parçaların istehsalı üçün isə yaxın rayon və kəndlərdə pambıq bitkisi yetişdirilirdi. Ümumiyyətlə müəssisələrin tikintisi üçün ölkəmizdə hər çür tikinti materialları mövcud olsa da, həmin dövrdə ölkəmizdə bu sahə üzrə mütəxəssis yox dərəcəsində idi. Ona görə də Sovet hakimiyyəti illərində ölkəmiz üçün kadrlar Rusiyanın bir çox şəhərlərindən gətirilirdi. Bu eyni zamanda ölkəmizdə ruslaşma siyasətinin başlanğıcı idi. Sonrakı illərdə yüngül sənayenin təşkilatı başqa şəhər və rayonlara da yol açdı. Belə ki, Şəkiddə ipəkçilik kombinatı, Xankəndində ayaqqabı fabriki, ipəkçilik fabriki, Naxçıvanda tikiş və trikotaj fabriki və s. böyük axın güclü müəssisələr tikildi. Bu bir tərəfdən işsiz əhalinin işlə təmin olunması, digər tərəfdən ölkəmizdə ruslaşma siyasəti idi. 1945-ci illərdən sonra bir çox şəhər və rayonlarda, qəsəbələrdə yüksək istehsal gücünə malik yüngül sənaye müəssisələri tikildi və fəaliyyətə başladı. Bununla da ölkəmizdə işsizliyin səviyyəsi minimuma endirildi. Müəssisələrin istehsal etdikləri məhsullar əsasən SSRİ-respublikalarına göndərilir. Əvəzində isə xammal və avadanlıqlar üçün ehtiyat hissələri alınır.

1969-cu ildən sonra görülən tədbirlər Azərbaycanın yüngül sənayesinin inkişafında mühüm nailiyyətlər əldə edilməsinə imkan vermişdir. Həmin ilə kimi ölkəmizdə pambıq istehsalı 350,0 min ton təşkil edirdisə, sonrakı illər bu rəqəm ilbəil genişləndirilərək 1,500 min tona çatmışdır. Bu başda Heydər Əliyev olmaqla Azərbaycan xalqının qələbəsi idi. Azərbaycanın o vaxtki inkişafı məhz Heydər Əliyevin adı ilə bağlı idi. O, birinci katib olduğu dövrdə bir çox məsələlərin həllində ilklərə imza atmışdır. Bu ilklərdən biri də məhz yüngül sənayenin inkişafı ilə bağlı idi Gəncə şəhəri keçmiş SSRİ-də yüngül sənaye şəhəri kimi tanınırdı. Həmin dövrdə yüngül sənaye müəssisələri üçün yerli kadrlar azlıq təşkil edirdi. Gənclər təhsil almaq üçün Rusiya, Özbəkistan və digər respublikalara üz tuturdu Ulu Öndər Heydər Əliyevin sərəncamı ilə 1970-ci ildə Gəncədə Politeknik İnstitutunun filialı yarandı və burada əsas ixtisaslar yüngül sənaye ilə bağlı oldu. 1980-ci ildə artıq Azərbaycanın yüngül sənaye müəssisələrində ixtisaslı kadrlar yerli kadrlardan təşkil olunmuşdur. Xüsusən rəhbər kadrlar yerli mütəxəssislər idi. Həmin dövrdə yüngül sənayenin inkişafı üçün bir çox dövlət proqramları, sərəncamları işlənilib hazırlanmışdır. 1970-90-cı illər ərzində yüngül sənaye ixtisasları üçün çoxlu sayda ali kadrlar da yetişmişdir. Həmin illərdə Azərbaycan Texnologiya İnstitutunun məzunları Rusiyanın, Belarusun, Ukraynanın, Özbəkistanın ali məktəblərinə ezam olunur və onlar bu institutlarda əyani

## **Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

aspirantura təhsili alaraq ölkəmizə yüksək ixtisaslı mütəxəssis kimi qayıdırdılar. Hal-hazırda Respublikamızda onlarca elmlər doktoru, professor, elmlər namizədi, dosentlər yüngül sənaye mütəxəssislərinin yetirilməsi ilə məşğuldurlar.

Azərbaycanda yüngül sənayenin göstərilən ənənəvi sahələrinin inkişafı üçün dövlət dəstəyinə böyük ehtiyacı vardır. Azərbaycanın müstəqillik dövründə tutduğu mövqe sübut etdi ki, bu sahənin daha da yaxşı inkişafı üçün tekstil, tikiş, ayaqqabı, trikotaj və s. istehsalını genişləndirməlidir. Bunun üçün ölkə başçısı bir sıra sərəncamlar və direktiv materiallar imzalamışdır. Azərbaycanın yüngül sənayesinin inkişafı üçün bir sıra məsələlərin həllinə nail olmağı aşağıdakıların həll olunmasında məqsədəuyğun hesab edirik:

- Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafında tekstil sənayesinin əhəmiyyətli rolunu nəzərə almaqla, yeni tələblərə cavab verən emal sənayesinin qurulması üçün ən mütərəqqi texnika və texnologiyanın tətbiqinin həyata keçirilməsi;
- Yüngül sənayedə hazır məmulat istehsalı üzrə sənaye müəssisələrinə güzəştli şərtlərlə kredit verilməsinin dəstəklənməsi;
- Yüngül sənaye məhsullarının xaricə çıxarılmasında müəyyən gömrük güzəştlərinin və müəssisələrin ilkin fəaliyyət dövrü üzrə müəyyən müddətdə vergi güzəştlərinin tətbiq edilməsi;
- Kadr hazırlığında dünyada təcrübədən keçmiş ən qabaqcıl tədris proqramlarından istifadə edilməklə, müəllim və tələbə mobilliyinin günün tələbləri səviyyəsinə çatdırılması və xaricdə təhsil proqramlarında yüngül sənaye ixtisaslarının həcmnin artırılması;
- Azərbaycanın elm mərkəzlərində (AMEA-da, universitetlərin müvafiq kafedralarında elmi-tədqiqat institutlarında və s.) yüngül sənaye məhsulları istehsalatı üçün innovasiyalı texnika və texnologiyaların, idarəetmə və biliyə əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşması üçün geniş elmi-praktik tədqiqatlara start verilməsi və s.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Hacıyev İ.A. Azərbaycan sənaye dizaynının təşəkkülü və inkişaf istiqamətləri. Monoqrafiya. “Təknur”. 2011. 224 s.
2. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi: müxtəlif illərdə ölkənin iqtisadi və sosial inkişafının makroiqtisadi göstəriciləri. Bakı şəhəri.
3. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyası. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.

### **ИСТОРИЯ СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ В ЛЕГКОЙПРОМЫШЛЕННОСТИ АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**Ф.А.Мамедов**

[fizuli.ekonomist@gmail.com](mailto:fizuli.ekonomist@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Работа посвящается актуальной теме история и современное состояние предприятий легкой промышленности Азербайджана. Рассматривается теоретическая концепция экономического роста легкой промышленности, проблемы конкурентоспособности предприятий, особенности конкурентоспособность легкой промышленности.

### **HISTORY OF THE CURRENT STATE AND PROSPECTS IN LIGHT INDUSTRY IN AZERBAIJAN**

**F.A.Mammadov**

[fizuli.ekonomist@gmail.com](mailto:fizuli.ekonomist@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The work is devoted to the topical issue of the history and current state of light industry enterprises in Azerbaijan. The theoretical concept of the economic growth of the light industry, the problems of the competitiveness of enterprises, the features of the competitiveness of the light industry are considered.



**İNVESTİSIYA LAYİHƏLƏRİNİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ STRATEGİYASININ  
FORMALAŞDIRILMASI**

**X.N.Əliyev**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**V.T.Əmrahov**

**R.B.Nəcəfov**

[amrahovvt@mail.ru](mailto:amrahovvt@mail.ru)

**Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti**

İnvestisiya layihələrinin maliyyələşdirilməsinin təşkili konkret layihənin həyata keçirilməsində iştirak edən hər bir subyektin həll etməli olduğu ən mühüm vəzifələrdən biridir. Geniş mənada layihənin maliyyələşdirilməsi obyektin həyata keçirilməsi üçün maddi təminatın üsul və formalarının məcmusu deməkdir. Dar mənada, bu, layihənin əldə etdiyi pul gəlirinə, eləcə də bütün iştirakçılar arasında optimal şəkildə bölüşdürülmüş risklərə əsaslanan, qoyulmuş vəsaitlərin qaytarılmasını təmin etmək üçün xüsusi variant ilə xarakterizə olunan investisiyadır.

Yaxşı müəyyən edilmiş maliyyə planı həyata keçirilməsi planlaşdırılan bir sıra bəndləri təmin etməyə kömək edir: borc götürülmüş və öz vəsaitlərinin optimal nisbətində müəyyən edilməsi; müəssisənin planlaşdırılmış həcmdə həyata keçirilməsi; cəlb edilmiş investisiyaların və məcburi ödənişlərin strukturunun müəyyən edilməsi; istehsalın, investisiyaların və digər risklərin azaldılması. İnvestisiya layihəsi investisiyanın təşkilinin maliyyələşdirmə mənbələri, formaları və üsulları kimi mühüm komponentlər nəzərə alınmaqla həyata keçirilir. Mənbələr müxtəlif meyarlara görə təsnif edilir. Onlar fərqli mənşəli ola bilər, müxtəlif faydalı təsirlərə malik ola bilər, həmçinin ümumi investisiya cəlb edilişinə birbaşa təsir göstərə bilər.

Özünü maliyyələşdirmə investisiya layihəsinin həyata keçirilməsini planlaşdıran müəssisə tərəfindən həyata keçirilir. O, öz vəsaitlərindən - nizamnamə kapitalından, habelə müəssisənin fəaliyyəti zamanı formalaşan vəsaitlərin, ilk növbədə, xalis mənfəətin və amortizasiyanın hərəkətini nəzərdə tutur. Eyni zamanda, investisiya layihəsinin həyata keçirilməsi üçün nəzərdə tutulan vəsaitlərin formalaşdırılması ciddi şəkildə ünvanlı olmalıdır ki, buna, xüsusən də investisiya layihəsi üçün müstəqil büdcənin ayrılması yolu ilə nail olunur. Özünü maliyyələşdirmə yalnız kiçik investisiya layihələrinin həyata keçirilməsi üçün istifadə edilə bilər. Kapital tutumlu investisiya layihələri, bir qayda olaraq, təkcə daxili deyil, həm də xarici mənbələr hesabına maliyyələşdirilir. Xarici maliyyələşdirmə xarici mənbələrdən istifadəni nəzərdə tutur: maliyyə institutlarının, qeyri-maliyyə şirkətlərinin, əhəlinin, dövlətin, xarici investorların vəsaitləri, habelə müəssisənin təsisçilərinin maliyyə resurslarından əlavə töhfələr və s.

Borc maliyyələşdirmə borc vəsaitlərinin (kredit maliyyələşdirmə) səfərbər edilməsi yolu ilə həyata keçirilir. İstifadə olunan maliyyə mənbələrinin hər birinin müəyyən üstünlükləri və mənfə cəhətləri vardır. Buna görə də hər hansı bir investisiya layihəsinin həyata keçirilməsi maliyyələşdirmə strategiyasının əsaslandırılmasını, alternativ metodların və maliyyələşdirmə mənbələrinin təhlilini və maliyyələşdirmə sxeminin hərtərəfli işlənməsini nəzərdə tutur. Qəbul edilmiş maliyyələşdirmə sxemi aşağıdakıları təmin etməlidir:

- bütövlükdə və hesablaşma dövrünün hər bir addımında investisiya layihəsinin həyata keçirilməsi üçün kifayət qədər investisiya;

- investisiyaların maliyyələşdirilməsi mənbələrinin strukturunun optimallaşdırılması;

- kapital xərclərinin və investisiya layihəsi riskinin azaldılması.

Təcrübədə investisiya layihələrinin mümkün qədər səmərəli şəkildə maliyyələşdirilməsini mümkün etmək üçün aşağıdakı formalardan istifadə olunur:

- Tam özünü maliyyələşdirmə - yalnız daxili mənbələrdən formalaşan öz maddi resursları hesabına investisiya qoymaq. Bu forma əsasən kiçik müəssisələrin həyata keçirilməsi üçün istifadə olunur.

- Kredit sərmayəsi, investisiyaların yüksək gəlirliliyi ilə əsasən tez həyata keçirilən real müəssisələrin həyata keçirilməsi üçün bank kreditlərinin cəlb edilməsidir.

- Səhmdarlıq - bu forma, bir qayda olaraq, istehsalın regional və ya sahəvi şaxələndirilməsi ilə əlaqəli iri müəssisələrin həyata keçirilməsi üçün istifadə olunur. Bu zaman obyektin həyata keçirilməsi üçün törəmə səhmdar cəmiyyəti yaradılır. Bu metodun bir variantı, səhmdarların sayını artırmaqla öz maddi resurslarınızı səhm əsasında cəlb etməkdir.

- Maliyyə lizinqi, maliyyələşdirmə prosesinin uzun müddəti olan kredit qoyuluşunun bir növüdür.
- Qarışıq forma - yuxarıda göstərilən bütün investisiya üsullarının müxtəlif birləşmələrinə əsaslanır.

Layihənin maliyyələşdirilməsi variantı və onun iştirakçıları investisiya müəssisələrinin layihə maliyyələşdirilməsində borc öhdəliklərinə xidmətin mənbəyi gələcək obyektin yaratdığı pul vəsaitlərinin hərəkətidir. Bu investisiya növünün spesifikliyi ondan ibarətdir ki, mənfəət və xərclərin qiymətləndirilməsi bütün iştirakçılar arasında risklərin bölüşdürülməsi nəzərə alınmaqla aparılır.

Digər formalardan fərqli olaraq, layihə investisiyası borcalanın etibarlılığının və ödəmə qabiliyyətinin daha etibarlı qiymətləndirilməsini təmin edir, gələcək müəssisənin həyat qabiliyyətini, mümkünlüyünü və səmərəliliyini adekvat olaraq müəyyən etməyə imkan verir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Atakişiyev M.C., Süleymanov Q.S., Abdullayev F.F. Investisiya layihələrinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi mexanizmləri. Bakı. “Elm”. 2008. 136 s.
2. Орехов С.А. Анализ методов, форм и источников финансирования инвестиционного проекта. - Инновации и инвестиции. Научно-аналитический журнал. № 1. 2011.
3. Смирнов А.А. Проектное финансирование: инструменты и технологи: Монография / Предисловие: В.В. Герашенко. – М.: МАКС Пресс. 2013.

#### **ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

**Х.Н.Алиев**

**Азербайджанский Технологический Университет**

**В.Т.Амрахов**

[amrahovvt@mail.ru](mailto:amrahovvt@mail.ru)

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

Обоснование стратегии финансирования инвестиционного проекта предполагает выбор способов финансирования, определение источников финансирования инвестиций и их структуры. Методы финансирования инвестиционных проектов выступают как способ привлечения инвестиционных ресурсов для обеспечения финансовой состоятельности проекта. К способам финансирования инвестиционных проектов можно отнести следующие: самофинансирование, инвестирование только за счет собственных средств; акционерный капитал, а также другие формы финансирования капитала; кредитное финансирование (банковские инвестиционные кредиты, выпуск облигаций и др.); лизинг; бюджетное финансирование; смешанное финансирование на основе различных комбинаций рассматриваемых методов; проектное финансирование.

#### **FORMATION OF INVESTMENT PROJECTS FINANCING STRATEGY**

**Kh.N.Aliyev**

**Azerbaijan technology university**

**V.T.Amrahov**

[amrahovvt@mail.ru](mailto:amrahovvt@mail.ru)

**Azerbaijan State Agrarian University**

Justification of the investment project financing strategy involves the choice of financing methods, the identification of sources of investment financing and their structure. Methods of financing investment projects act as a way to attract investment resources to ensure the financial viability of the project. The methods of financing investment projects include the following: self-financing, investing only with their own resources; share capital, as well as other forms of capital financing; credit financing (bank investment loans, issue of bonds, etc.); leasing; budget financing; mixed financing based on various combinations of considered methods; project financing.





## **DÖRDÜNCÜ SƏNAYE İNQILABI VƏ TƏHSİL**

**T.Rüstəmov**

[t.rustamov@uteca.edu.az](mailto:t.rustamov@uteca.edu.az)

### **Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) prioritet mövqedə olduğu dövrdə hər bir məhsulun və ya xidmətin xüsusi ehtiyaclarını daha yaxşı qarşılamaq üçün iş prosesləri genişmiqyaslı texnologiya tərəfindən dəstəklənən təkmilləşdirmə, optimallaşdırma və fərdiləşdirmə tələbinə səmərəli cavab verməsi zəminində təhsil proqramlarında bu tələblərə cavab axtarırlar.

Texniki vasitələrin inteqrasiyası əsasında öyrənməni təhlil etmək və uyğunlaşdırmaq üçün sistemlər, süni intellekt inkişaf etdirmək üçün yeni vasitələr olaraq inkişaf etdirilir, öyrənmənin fərdiləşdirilməsinə xidmət edir. İnternetin istifadəsi və texnoloji inkişaf, pandemiya şəraitində yeni pedaqoji yanaşmanın (onlayn təlim, tərs sinif, hibrid təhsil və s.) və tədrisin yaxşılaşdırılmasına yönəlmişdir. Bunlar öyrətmə və öyrənmə tərzindəki yeniliklər ilə davam edir və hazırkı modelin üzərində yenidən düşünməyi və dəyişdirməyi zəruri edir.

Dördüncü sənaye inqilabını daha yaxşı başa düşmək üçün öncəki mərhələləri yenidən nəzərdən keçirmək daha məqsədə uyğundur. Birinci sənaye inqilabı (Sənaye 1.0) neft və buxar mühərriklərindən enerji mənbəyi kimi istifadə olunaraq məhdud sayda istehsal ilə xarakterizə olunur; ikinci sənaye inqilabı (Sənaye 2.0) isə elektrik enerjisindən istifadə etməklə istehsalın çox olmasını təşviq etməklə xarakterizə olunur; Üçüncü sənaye inqilabı (Sənaye 3.0) zamanı istehsalın avtomatlaşdırılması məqsədilə sənayedə elektron komponentlərin və informasiya texnologiyalarının inteqrasiyası ilə əlaqəlidir. Hal -hazırda, Sənaye 3.0-ün birbaşa nəticəsi olan ağıllı sənaye sistemlərinin inkişafı, qabaqcıl texnologiyaların daimi inteqrasiyası (süni zəka, bulud texnologiyası, IoT, robototexnika) dördüncü sənaye inqilabının (Sənaye 4.0) əsas xəttini təşkil edir.

Müxtəlif sənaye inqilabları həmişə insan həyatının, xüsusən təhsil sahəsinin bütün fəaliyyətlərində nəzərə çarpacaq dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Sənaye 4.0, fərdi müştəri tələblərinə əsaslanan xüsusi məhsul və xidmətlərə, həmçinin kütləvi istehsaldan və ya xidmət təminatından keçməyi zəruri edir, habelə, konsepsiyalarını ali təhsilə tətbiq edir, hər bir tələbənin xüsusi ehtiyaclarına nəzərən onların tələblərindən irəli gələn suallara daha yaxşı cavab verir.

Öyrənmənin təkmilləşdirilməsi və uyğunlaşdırılması xidmətində insan və texnologiyanın birləşməsi sənayenin gözləntilərini daha yaxşı qarşılamaq şansı yaradır. Belə ki, uğurlu təhsilə doğru inkişaf etmək üçün 4.0 tətbiq etmək öyrənmənin uyğunlaşmasına və pedaqogikanın öncəki metodologiyalardan fərqlənməsinə daha yaxşı cavablar təklif edərək tədqiqat işinin bu yeni mərhələyə keçidin bir hissəsi olaraq texnologiya ilə insan arasında ittifaq yaratmağa, təhsil inqilabına nəzərən öyrənmənin təkmilləşdirilməsi xidmətində olan cərəyanları tədqiq etməyə imkan verir.

Tədqiqatın məqsədi Dördüncü Sənaye İnqilabının dünyanın iqtisadi, sosial və təhsil həyatına mümkün təsirlərini, bu prosesdə dünyanın aparıcı ölkələrinin hökumətlərinin və ali təhsil sistemlərinin rolunu araşdırmaqdan ibarətdir. Tədqiqatın məqsədinə çatmaq üçün dördüncü sənaye inqilabının aşağıda adları qeyd edilmiş ölkələrin Ali təhsil müəssisələrinin inkişafına təsiri araşdırılmış və onların bu sahədə həyata keçirdikləri innovativ addımları və əldə etdikləri nailiyyətləri haqqında məlumat verilmişdir:

1. Cənubi Koreya
2. Sinqapur
3. Estoniya

Tədqiqatın nəticəsi olaraq qeyd etmək lazımdır ki, dördüncü Sənaye İnqilabının dünyanın iqtisadi, sosial və təhsil həyatına mühüm təsirləri vardır və dünyanın aparıcı ölkələrinin hökumətləri və ali təhsil sistemləri bu prosesdə əhəmiyyətli dərəcədə rol oynayır. Tədqiqat üçün Cənubi Koreyanı, Sinqapuru və Estoniyanı seçməkdə məqsəd bu ölkələrin tarixi və ya iqtisadi baxımından Azərbaycana yaxın olmasıdır. Onların hökumətlərinin ali təhsil müəssisələrinin inkişafına göstərdiyi dəstək ilə yanaşı bu sahədə həyata keçirdikləri innovativ addımları və əldə etdikləri nailiyyətləri öyrənmək Azərbaycan üçün gələcək planlarını həyata keçirmək üçün yol xəritəsi ola bilər.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/business-strategy-planning/innovate/what-is-innovation>
2. <https://www.nokia.com/networks/insights/knownow-report/>
3. <https://thehill.com/opinion/education/390565-educating-students-for-the-fourth-industrial-revolution/>
4. <https://www.imperial.ac.uk/news/184016/global-transformation-maps-help-explain-fourth/>
5. <https://northsearegion.eu/media/7320/growin-40-desk-study.pdf>
6. <http://oasis.col.org/handle/11599/3698>
7. [http://oasis.col.org/bitstream/handle/11599/3698/2020\\_Ally\\_Wark\\_SustainDev\\_in\\_4I\\_R.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://oasis.col.org/bitstream/handle/11599/3698/2020_Ally_Wark_SustainDev_in_4I_R.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

### **ЧЕТВЕРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ**

**Т.Рустамов**

[t.rustamov@uteca.edu.az](mailto:t.rustamov@uteca.edu.az)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Четвертая промышленная революция оказывает важное влияние на экономическую, социальную и образовательную жизнь мира, и правительства и системы высшего образования ведущих стран мира играют в этом процессе значительную роль. Цель выбора Южной Кореи, Сингапура и Эстонии для исследования заключается в том, что эти страны близки Азербайджану с точки зрения истории или экономики. Наряду с государственной поддержкой развития высших учебных заведений, изучение инновационных шагов и достижений, которые они сделали в этой области, может стать для Азербайджана дорожной картой для реализации его планов на будущее.

### **THE FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION AND EDUCATION**

**T.Rustamov**

[t.rustamov@uteca.edu.az](mailto:t.rustamov@uteca.edu.az)

**Azerbaijan Technological University**

The Fourth Industrial Revolution has important effects on the economic, social and educational life of the world, and the governments and higher education systems of the world's leading countries play a significant role in this process. The purpose of choosing South Korea, Singapore and Estonia for the study is that these countries are close to Azerbaijan in terms of history or economy. Along with their government's support for the development of higher education institutions, studying the innovative steps and achievements they have made in this field can be a road map for Azerbaijan to implement its future plans.



## **MÜASİR BİZNESDƏ RƏQƏMSAL MARKETİNG**

**G.R.Rüstəмова**

[rrufet1979@mail.ru](mailto:rrufet1979@mail.ru)

**Sumqayıt Dövlət Universiteti**

Dünya iqtisadiyyatında zaman keçdikcə biznes sferasında rəqabətin güclənməsi müşahidə olunmaqdadır. Eyni zamanda dünyada son illərdə baş verən texnoloji inkişaf, innovasiya prosesləri, dünya iqtisadiyyatının rəqəmsallaşması da şirkətlərin bazarlarda müştərilərlə yeni kommunikasiya alətlərinin vacibliyini şərtləndirir. Rəqəmsallaşma insanların gündəlik həyatında hər hansı informasiya, əlaqə, iş və s. məlumatların axtarışını daha rahat və əlçatan etdiyi kimi, eyni zamanda biznes imkanlarını da genişləndirmiş oldu. Rəqəmsal marketing qlobal əhatə dairəsinə görə, aşağı qiymətə hədəf auditoriyaya çatması, izlənilə və ölçülə bilən olması, istifadəçi ilə müraciətdə fərdiləşdirilmiş olması, istifadəçilərə daha təsirli və uzunmüddətliyi və digər özünəməxsus xüsusiyyətləri ilə satışları artırmağa imkan yaradır. Rəqəmsal marketingin bir çox üstün xüsusiyyətləri vardır ki, bunlardan ən əsaslarını qeyd etmək istəyirəm. Əvvəla, onun ölçülə bilən olmasıdır ki, məhz elə şirkətlərin bir çoxu rəqəmsal marketing fəaliyyətinə bu səbəbdən daha çox yanaşır və öz satış strategiyalarında istifadə edirlər. İkinci ən faydalı xüsusiyyəti onun nəticələrinin aydın olması və düzəlişlərin edilməsinin mümkünlüyü ilə bağlıdır. Rəqəmsal marketing brendin tanınması və müştəri etibarının qazanılması baxımından da ənənəvi marketinglə müqayisədə daha üstün keyfiyyətə sahibdir. O, auditoriyaya güclü təsir göstərməklə qısa müddətdə daha çox potensial müştəriyə informasiya çatdırmaqla bilir.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması elektron ticarətin inkişafına təkan vermişdir. Bu baxımdan şirkətlərin həm müştəri, həm də təchizatçılarla münasibətlərində yeni biznes qaydaları sadələşdirilərək tətbiq olunur. Son illərin təcrübəsinə nəzər saldıqda görünür ki, hansı şirkətlər öz marketing strategiyalarına rəqəmsal marketing alətlərini daxil ediblərse, onlar daha yüksək nəticə əldə ediblər. Mütəxəssislər rəqəmsal marketingin müxtəlif kanallarından istifadə etməklə öz biznesini hədəf auditoriyanın diqqətinə çatdırmaqla bilir.

Rəqəmsal marketing strategiyasını səmərəli surətdə reallaşdırmaq üçün şirkətlər bir sıra qaydaları nəzərə almalıdır. İlk növbədə müştərilərlə münasibətlərin ənənəvi və rəqəmsal kanallarla idarə edilməsi sistemini təşkil etmək lazımdır. Daha sonra informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişaf tendensiyalarını izləməklə onun inkişaf sürətinə uyğunlaşmaq, sonda isə rəqəmsal mühitdə istehlakçı davranışı haqqında lazımi məlumat massivlərini seçmək və onları təhlil etmək lazımdır ki, bu da vaxtında düzgün qərarlar qəbul etməyə imkan verə bilər [3, səh.55].

2022-ci ildə aparıcı rəqəmsal marketing kanalları aşağıdakılar olmuşdur:

- Axtarış sisteminin optimallaşdırılması (SEO);
- Məzmun marketingi (kontent marketing);
- Kontekstli reklam;
- Sosial media marketingi (SMM);
- Targetinq (hədəflənmiş marketing).

SEO vasitəsilə müxtəlif amillər təhlil edilib qiymətləndirilir ki, bunun da nəticəsi olaraq şirkət axtarışlar vaxtı ilk sətirlərdə görünmə imkanı qazanır, yəni şirkətin mümkün qədər yüksək reytingə nail olmasına yardımçı olur. Məzmun marketingi (kontent marketing) bilavasitə satış prosesini həyata keçirməsə də, şirkətlər ondan müştərinin diqqətini çəkməsi, brend şüurunu və istifadəçidə etibarlı bağlılıq yaratması və müştəri bazasının genişləndirilməsinə nail olmaq üçün istifadə edirlər.

Kontekstli reklam internetdə yayımlanan reklam növlərindən biridir. Bu reklam növünün özünəxas bir sıra prinsipləri vardır ki, bunları aşağıdakı kimi sıralamaq olar:

- Axtarış sorğusu verildikdən mütləq reklam kampaniyasının açar sözlərindən istifadə olunmalıdır;
- Reklam elanının üzərinə təəssürata görə yox, klik başına ödəniş (PPC – Pay Per Click) olunmalıdır;
- Reklamçı özü klik başına maksimum dəyəri müəyyən edir, auksionda iştirak edir və qalib gəldiyi təqdirdə reklam təəssüratlarını alır [1, səh. 79].

Onu da qeyd etmək ki, hal-hazırda dünya reklam bazarında çox populyarlığı ilə seçilən kontekstli reklam sistemi bunlardır: Yandex Direct və Google AdWords. İnternet reklam bazarı global şəbəkə istifadəçilərinin sayının gündəgündə artması nəticəsində ənənəvi reklam növləri ilə müqayisədə ən perspektivli və gəlirli hesab olunur. Son dövrdə kontekstli reklamlarla yanaşı digər reklam növləri də, məsələn, media (banner) və hədəfli reklamlar (targeting) da çox yayılmışdır.

Targetinq ingilis dilindən tərcümədə “target” məqsəd deməkdir. Bu, özlüyündə reklam mexanizmidir ki, bütün mövcud olan auditoriyadan yalnız müəyyən edilmiş meyarlara, yəni, hədəf auditoriyasına cavab verən hissəni seçib ona reklam göstərməyə imkan verir. Bu baxımdan targetinqə məqsədli reklam da demək mümkündür. O, müəyyən bir qrup insanlar üçün nəzərdə tutulmuş, onların maraqları, davranışları, sosial-demoqrafik xüsusiyyətləri, coğrafiyası əsasında formalaşan reklamların nümayişidir. Bu reklamın üstünlüyü həm də ondadır ki, hər bir hədəf auditoriyası ilə ayrıca işləmək imkanı var [3].

Sosial media marketinqi (SMM) son illərdə auditoriyanı genişləndirməkdə ən perspektivli üsullardan biri hesab olunur. Onun əsas vəzifələri sayta əlavə trafik cəlb etmək, şəbəkələrdə qeyri-rəsmi ünsiyyət vasitəsilə ziyarətçi loyallığını artırmaqdır. Qeyd edilməlidir ki, sosial media marketinqini fəal surətdə araşdıran məhz iri şirkətlər idi, onların da məqsədləri tanıtım olmuşdu. Bu marketinq növü brendləşdirmə, hədəf auditoriyanın məlumatlılığının, məhsullara inamının artırılması, hədəf müştərilərin əhval-ruhiyyəsinin və fikirlərinin izlənilməsi kimi sahələrdə davamlı şəkildə marketinq funksiyalarını yerinə yetirmək üçün istifadə olunur. Kiçik və orta biznes subyektləri də hazırda sosial media marketinqi sahəsində fəallaşmaq üzrədir. Onlar üçün əsasən taktiki vəzifələrin həlli vacib götürülür ki, bunlardan satışın artırılması, endirim kampaniyalarının elan edilməsi, müştəriləri təkrar alış-veriş etməyə həvəsləndirmək kimi işlər daha çox diqqəti cəlb edir.

Azərbaycanda son dövrlərdə bir sıra şirkətlər rəqəmsal marketinq strategiyalarından istifadəyə başlamışlar. Onu da qeyd edirəm ki, rəqəmsal platformalardan ən çox qida sənayesi müəssisələri və xidmət sahələrində: geyim, sərnişin daşıma və bank sektorunda istifadə olunur. Dünya təcrübəsindən də göründüyü kimi, şirkətlər öz brendlərini müştərilərə tanıtmaq, müştəri davranışlarını izləmək, onları cəlb etmək baxımından rəqəmsal marketinq alətlərindən istifadə müasir biznes üçün çox faydalıdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Катаев А.В., Катаева Т.М., Названова И.А. Digital – маркетинг. Учебное пособие. Ростов – на – Дону: Таганрог. 2020. 161 с.
2. Лунеева Е.А., Реброва Н.П. Цифровой маркетинг. Учебное пособие. М: Прометей 2021. 164 с.
3. Лужнова Н.В. Процесс внедрения цифрового маркетинга в деятельность предприятия / Н.В.Лужнова, Д.В.Белашов // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. № 3-2(73). С. 53-56. – DOI 10.24412/2411-0450-2021-3-2-53-56. – EDN OMXCOK.

#### **ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ**

**Г.Р.Рустамова**

[rrufet1979@mail.ru](mailto:rrufet1979@mail.ru)

**Сумгаитский Государственный Университет**

Цифровой маркетинг — это рекламный маркетинг товаров и услуг для достижения клиентов в результате использования новейших технологически продвинутых информационных и коммуникационных технологий. В настоящее время миллионы людей по всему миру широко используют интернет-сервисы, что является очень важным фактором для цифрового маркетинга. У компаний есть возможность предоставлять свои продукты или услуги клиентам, которые в них нуждаются, быстрее и с меньшими затратами через цифровые каналы. В статье объясняется сущность цифрового маркетинга, исследуются способы и преимущества его использования в современном бизнесе.

#### **DIGITAL MARKETING IN MODERN BUSINESS**

**G.R.Rustamova**

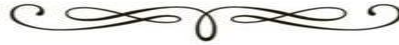
[rrufet1979@mail.ru](mailto:rrufet1979@mail.ru)

**Sumgait State University**

Digital marketing is the promotion marketing of products and services to reach customers as a result of using the latest technologically advanced information and communication technologies. Currently, millions of people around the world are using internet services widely, which is a very important factor for digital marketing. Companies have the opportunity to provide their products or services to customers who need them faster and at lower costs through digital channels. The essence of digital



marketing has been explained in the article, the ways and advantages of using it in modern business have been investigated.



## **KİÇİK VƏ ORTA BİZNESƏ VERGİ GÜZƏŞTLƏRİNİN TƏTBİQİ VƏ EFFEKTİVLİYİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ**

**S.S.Mustafayev**

[subhan.mustafayev1999@mail.ru](mailto:subhan.mustafayev1999@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Biznes fəaliyyətinin inkişafına xidmət edən vasitələrdən biri də vergi güzəştləridir. Vergi güzəştləri təyinatına görə 2 əsas növə ayrılır:

1. istehsal və biznes fəaliyyətinin ümumi stimullaşdırılmasına yönəldilən vergi güzəştləri;

2. müəyyən sosial məsələlərin həllinə yönəldilmiş vergi güzəştləri.

Birinci növ güzəşt mənfəət vergisinə tətbiq edilir. İkinci növ güzəşt əhali tərəfindən ödənilən birbaşa və dolayı vergilərə tətbiq olunur. Biznes fəaliyyətinin stimullaşdırılmasına yönəlmiş vergi güzəştlərinin təhlil olunması mühüm əhəmiyyətə malikdir. Güzəştlər seçilərkən aşağıdakı prinsiplər tətbiq olunmalıdır: [2]

- Güzəştlərlə əlaqədar ümumi hökumət strategiyası olmalıdır.
- Güzəştlər şəffaf olmalıdır.
- Güzəştlər məhdud zaman müddətləri üçün təsis edilməli və onların qüvvədə olması müddəti aydın şəkildə ifadə edilməlidir.
- Dövlət bütün güzəştlərin qeydiyyatını aparmalıdır.
- Güzəştlər investorun hansı ölkədən olmasına və ya konkret bir sənaye sahəsinə deyil, investisiyanın məbləğinə və ya konkret bir regiona uyğun olaraq və ayrı-seçkiliyə mümkün qədər yol verilməməsi şərtilə tətbiq edilməlidir.

Biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan təsərrüfat subyektləri arasında ən çox dövlət dəstəyinə, güzəştə ehtiyacı olan kiçik və orta biznes subyektləridir. Mikro, kiçik və orta biznes subyektləri üçün ƏDV, əmlak, mənfəət, gəlir, torpaq vergisi üzrə güzəştlərin tətbiq edilməsi ölkə iqtisadiyyatının inkişafına gətirib çıxaracaq. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində kiçik və orta biznes üçün aşağıdakı vergi güzəştləri nəzərdə tutulmuşdur: [3]

- 102.1.32-ci maddəsinə əsasən, KOB klasterinin iştirakçısı olan fərdi sahibkarın KOB klaster şirkəti ilə bağlanmış müqavilə əsasında təqdim etdiyi maldan (işdən, xidmətdən) əldə etdiyi gəlirin kapital xarakterli xərclərin çəkilməsinə yönəldilən hissəsi 7 il müddətinə vergi ödəməkdən azaddır;
- 106.1.21-ci maddəsinə əsasən, KOB klaster şirkətinin mənfəəti - KOB klaster şirkətinin qeydiyyatına alındığı tarixdən 7 il müddətinə vergi ödəməkdən azaddır;
- 106.1.22-ci maddəsinə əsasən, KOB klasterinin iştirakçısı olan hüquqi şəxsin KOB klaster şirkəti ilə bağlanmış müqavilə əsasında təqdim etdiyi maldan (işdən, xidmətdən) qazandığı mənfəətin kapital xarakterli xərclərin çəkilməsinə yönəldilən hissəsi 7 il müddətinə vergi ödəməkdən azaddır;
- 164.1.40-cı maddəsinə əsasən, KOB klaster şirkəti tərəfindən mikro, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafını dəstəkləyən müvafiq icra hakimiyyəti orqanının müəyyən etdiyi orqanın (qurumun) təsdiqedicisi sənədi əsasında istehsal, yaxud emal məqsədləri üçün texnikanın, texnoloji avadanlıqların və qurğuların idxalı KOB klaster şirkətinin qeydiyyatına alındığı tarixdən 7 il müddətinə vergi ödəməkdən azaddır;
- 199.15-ci maddəsinə əsasən, KOB klaster şirkətləri qeydiyyatına alındıqları tarixdən 7 il müddətinə əmlak vergisi ödəməkdən azaddır.



Biznes sahəsində bir sıra subyektlər, iqtisadi zonalar, prioritet fəaliyyət sahələri üçün onların inkişafını dəstəkləmək məqsədilə vergi güzəştləri və azadolmaları tətbiq olunur. Vergi güzəştləri və azadolmaların tətbiq edildiyi sahələr aşağıdakılardır: [1]

1. Startaplar – biznes subyektı və modeli kimi;
2. Xüsusi iqtisadi zonalar və rezidentləri (o cümlədən, Ələt azad iqtisadi zonası);
3. İnvestisiyanın təşviqi sənədi;
4. İxracın təşviqi.

İnvestisiya mühitinin formalaşmasında vergi güzəştlərinin stimullaşdırıcı rolunu artırmaq üçün aşağıdakı tədbirləri reallaşdırmaq lazımdır: [2]

- aşağı (vahid dərəcə saxlanılmaqla) vergi dərəcəsinin tətbiqi;
- dövlətin sosial-iqtisadi sahədə fəaliyyətinin səmərəliliyi nəzərə alınmaqla vergi güzəştlərinin müəyyən edilməsi;
- vergi sahəsinin inkişafı və beynəlxalq standartlara yaxınlaşması baxımından vergi güzəştlərinin tətbiqi;
- vergi güzəştlərinin ancaq müvəqqəti və əldə edilmiş nəticələrə əsaslanaraq verilməsi;
- sadələşdirilmiş vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi və onun tətbiq sahəsinin genişləndirilməsi;
- dövlətin sosial-iqtisadi proqramlarının strateji məqsədlərinə uyğun xüsusi vergi rejiminin tətbiqi.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. <https://marja.az>
2. Rzayev P.Q. “İqtisadiyyatın vergi tənzimlənməsi mexanizminin stimullaşdırıcı rolunun artırılması istiqamətləri”. Bakı. “İqtisad Universiteti”. 2013. 394 səh.
3. <https://www.taxes.gov.az>

#### **ПРИМЕНЕНИЕ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ОЦЕНКА ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**С.С.Мустафаев**

[subhan.mustafayev1999@mail.ru](mailto:subhan.mustafayev1999@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Налоговые льготы являются одним из инструментов, служащих развитию предпринимательской деятельности. Важное значение имеет анализ налоговых льгот, направленных на стимулирование деловой активности. Среди субъектов предпринимательства, осуществляющих предпринимательскую деятельность, наибольшую потребность в государственной поддержке и льготах имеют субъекты малого и среднего предпринимательства. Для микро, малых и средних предпринимателей введение льгот по НДС, налогу на имущество, налогу на прибыль и земельному налогу приведет к развитию экономики страны. В сфере предпринимательства к ряду субъектов, экономических зон и приоритетных направлений деятельности применяются налоговые льготы и льготы в целях поддержки их развития.

#### **APPLICATION OF TAX BENEFITS FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES AND ASSESSMENT OF ITS EFFECTIVENESS**

**S.S. Mustafayev**

[subhan.mustafayev1999@mail.ru](mailto:subhan.mustafayev1999@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

Tax incentives are one of the tools that serve the development of entrepreneurial activity. The analysis of tax incentives to stimulate business activity is important. Among business entities engaged in entrepreneurial activities, small and medium-sized enterprises have the greatest need for state support and benefits. For micro, small and medium-sized entrepreneurs, the introduction of VAT, property tax, income tax, and

land tax exemptions will boost the country's economy. In the field of entrepreneurship, tax exemptions and incentives are applied to a number of entities, economic zones and priority activities in order to support their development.



**İSTEHLAKÇI DAVRANIŞININ TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ  
RƏQƏMSAL MARKETİNQİN ROLU**

**Ş.N.Qarayeva**

[sehlaqarayeva@yandex.ru](mailto:sehlaqarayeva@yandex.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Azərbaycan da artıq “**SƏNAYE 4.0**”ə qədəm qoyur. Yeni dövr Azərbaycanın qarşısında zamanın çağırışlarına cavab vermək, iqtisadi inkişafda yeni hədəflərə çatmaq kimi vəzifələr formalaşdırır. Sürətli inkişaf səviyyəsində olan dövlətlərdə olduğu kimi ölkəmiz üçün də iqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılması, rəqəmsal iqtisadiyyatın qurulması, innovasiyaların tətbiqi prioritetlər sırasındadır. Hazırda Azərbaycan Respublikası iqtisadiyyatın rəqəmsallaşması, rəqəmsal iqtisadiyyatın qurulması və dayanıqlı inkişaf üçün bütün imkanlara sahibdir. Ölkəmizin yerləşdiyi unikal coğrafi mövqe, təbii resursları, həmçinin qiymətli insan resursları, eləcə də son illər ərzində cənab Prezident İlham Əliyev tərəfindən qəbul olunmuş Dövlət Proqramları, sərəncam və fərmanlar buna tam imkan verir. Statistika nəzər yetirsək 2023-cü ilin yanvar ayında Azərbaycanda 8,93 milyon internet istifadəçisi olduğunu görürük. Bu isə Azərbaycanda internetin istifadə səviyyəsi ümumi əhalinin 86% faizini təşkil edib. 2021-2022-ci illər arasında Azərbaycanda internet istifadəçilərinin sayı 49 min (+0,6 faiz) artıb. [1]

2023-cü ilin yanvar ayında Azərbaycanda 4,15 milyon sosial şəbəkə istifadəçisi olmuşdur ki, bu da ümumi əhalinin 40%-i, internet istifadəçilərinin isə 46,5%-i deməkdir. Belə olan şəraitdə ənənəvi marketinqdən istifadə arxa plana keçir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın özünə uyğun marketinqi olmalıdır.

Rəqəmsal marketinqə internet vasitəsilə aparılan marketinq aktivlikləri daxildir. Sosial media və internet istifadəçilərinin sayının sürətlə artması artıq şirkətlərdə də bu sahəyə çox böyük maraq yaratmışdır. Elə bunun nəticəsidir ki, rəqəmsal marketinq son dövrlərdə daha geniş şəkildə istifadə olunmağa başlayıb. Rəqəmsal marketinqin əsas üstünlüklərindən biri şirkətlərə real vaxt məlumatları və müştəri davranışı ilə bağlı anlayışlar təqdim etmək qabiliyyətidir. Sosial media, axtarış motorları və e-poçt marketinqi kimi müxtəlif rəqəmsal kanallar vasitəsilə şirkətlər müştərilərin seçimləri, maraqları və davranışları haqqında məlumat toplaya bilərlər. Bu məlumatlar daha sonra təhlil oluna və müştərilərlə rezonans doğuran və onların satınalma qərarlarına təsir edən hədəflənmiş marketinq kampaniyaları və fərdiləşdirilmiş məzmun yaratmaq üçün istifadə oluna bilər.

Bu məqsədlə Azərbaycanda ən çox istifadə olunan kanallardan və reklam növlərindən istifadənin təhlili və onlardan daha səmərəli istifadə olunması yollarının müəyyən edilməsinə böyük ehtiyac duyulur.

Aparılan tədqiqat göstərir ki, Azərbaycanda ən çox istifadə olunan rəqəmsal platforma Youtube-dur. Amma bu o demək deyil ki, o ən effektiv rəqəmsal marketinq kanalıdır. Youtube-u respublikamızda ən səmərəli kanala çevirmək üçün bir sıra amilləri hökmən nəzərə almaq lazımdır. Hər şeydən əvvəl nəzərə almaq lazımdır ki, Youtube reklamları başqa rəqəmsal reklamlarla müqayisədə daha çətin ötürülür. Başqa kanallarda reklamlara baxmadan keçilə bildiyi halda bu kanalda video reklamlara ən azı 5 saniyə baxılmalıdır. Bu kanalda reklam verərkən reklamların səmərəliliyini artırmaq üçün emosionallığın ilhamlandırıcılığının və keçmişlə bağlılığın nəzərə alınması daha məqsədə uyğundur.

Ən çox yayılmış platformalardan biri də sosial media marketinqidir. Respublikamızda Yotubedan sonra daha çox nəzərə çarpan Instagram və Facebook sosial şəbəkələridir. Bu şəbəkələrdən istifadə edərkən şirkətlər öz obyektlərini yaxşı tanımalı, onların nəyi daha çox xoşladığını, hansı kanalda daha çox olmaq istədiklərini və digər bir sıra amilləri nəzərə almalı, nəticə olaraq öz marketinq planlarını qurmalıdırlar. Fikrimizcə sosial media marketinq strategiyasının mühüm tərkib elementinə çevrilməlidir.

Mühüm rəqəmsal platformalardan biri də veb-saytlardır. Veb-saytlar elə hazırlanmalıdır ki, müştərilərin gözləntilərinə cavab versin, əks halda onlar şirkətin imicini korlaya bilər. Neil Petelin fikrincə əgər saytın yüklənməsi 3 saniyədən çox olursa 40 faizə qədər istifadəçi sayı tərkdir. [2]

Veb-saytlar elə qurulmalıdır ki, müştərilər istədikləri hər şeyi tapmaqda və onlar haqqında məlumatlanmaqda, şirkətlə əlaqə yaratmaqda çətinlik çəkməsinlər. İstifadə olunan dizayn, şəkil və videoların keyfiyyəti cəlbedici olmalıdır.

Şirkətlərin əsas məqsədlərindən biri şirkətə qarşı inam yaradır bu inamı gələcəkdə satışlara çevirməkdir. Bunun üçün şirkətlər bloqlar yazırlar və bu zaman əsas diqqəti bloqların istifadəçiyə verə biləcəyi faydaya yönəldirlər. Məsələn minik avtomobillərin satışı ilə məşğul olan şirkətlər özünə qarşı müsbət imic yaratmaq üçün bloqlardan səmərəli istifadə edə bilərlər. Son zamanlar məşhur şəxslərdən reklam vasitəsi kimi istifadə olunması geniş vüsət almışdır. (idmançı, aktyor, ifaçı və s.). Son dövrlərdə sosial şəbəkələrdə izləyicisi çox olan şəxslər də məşhur sayılır, onlardan reklam vasitəsi kimi istifadə olunur. Amma bu zaman şirkətlər çox diqqətli olmalıdırlar ki, izləyicilərin sayı müxtəlif vasitələrlə şişirdilməsin, real olsun. Bu vasitədən istifadə edərkən yaxşı olar ki tanınmış şəxs məhsuldan və ya xidmətdən istifadə edib öz məmnunluğunu bildirsin.

Tədqiqat nəticəsində müəyyən edildi ki, respublikamızda istehlakçıların alış davranışına təsir edən reklam formatı – şəkil formatıdır. Bu zaman çalışmaq lazımdır ki, şəkillərin keyfiyyəti yüksək olsun, vizualda şəxslərdən istifadə olunarsa, onların şəklinin yerləşdiyi coğrafi regiona uyğunluğu təmin olunsun. Belə olan halda istehlakçı həmin şəxsə özü arasında daha asan əlaqə qura bilər.

Şirkətə qarşı müsbət imic yaradan reklam növlərindən biri də video reklamlardır. Böyük şirkətlərin öz markalarını tanımaq üçün bu reklamlardan istifadə etməsi məqsədə uyğun hesab edilir.

Nəticə olaraq, rəqəmsal marketing şirkətlərə müştərilərlə əlaqə yaratmaq, onların qərar qəbul etmə prosesinə təsir etmək və güclü, uzunmüddətli əlaqələr qurmaq üçün lazım olan alətlər və strategiyalar təqdim etməklə istehlakçı davranışının idarə edilməsində mühüm rol oynayır. Məlumat analitikasından, sosial mediadan, məzmun marketingindən və müştəri rəyindən istifadə etməklə şirkətlər bugünkü rəqəmsal əsrdə əyridən qabaqda qala və biznesin böyüməsinə təkan verə bilərlər.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-azerbaijan?rq=Azerbaijan%20>
2. <https://neilpatel.com/blog/loading-time/>, 2017

#### **РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В РЕГУЛИРОВАНИИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

**Ш.Н.Гараяева**

[sehlaqarayeva@yandex.ru](mailto:sehlaqarayeva@yandex.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Чтобы оценить роль цифрового маркетинга в поведении потребителей в исследовательской работе, компаниям рекомендуется глубоко проанализировать своих потенциальных покупателей и на основе результатов анализа разработать собственные стратегии. С этой целью на основе анализа использования наиболее часто используемых в Азербайджане каналов и видов рекламы определяются пути их более эффективного использования.

#### **THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN THE REGULATION OF CONSUMER BEHAVIOR**

**Sh.N.Garayeva**

[sehlaqarayeva@yandex.ru](mailto:sehlaqarayeva@yandex.ru)

**Azerbaijan Technological University**

In order to assess the role of digital marketing in consumer behavior, companies are advised to conduct an in-depth analysis of their potential buyers and build their own strategies based on the results of the analysis. To this end, based on an analysis of the use of the most

commonly used channels and types of advertising in Azerbaijan, ways to use them more effectively are identified.



## **KİÇİK BİZNES SUBYEKTLƏRİNİN KREDİT RİSKLƏRİNİN İDARƏEDİLMƏSİ MEXANİZMİ**

**M.H.Kərimova, S.Q.Salahov**

[salahov1999senan@gmail.com](mailto:salahov1999senan@gmail.com)

**A.S.Cumayeva, S.R.Mehdiyev**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Kiçik biznesin inkişafı bu subyektlərin fəaliyyətində müasir idarəetmə texnologiyalarından istifadəni tələb edir. Bu baxımdan kiçik biznes subyektlərində idarəetmə sisteminin rolu böyükdür. Biznes sferasının inkişaf etdirilməsi idarəetmədə nəzarətin düzgün təşkili, effektiv idarəetmə metodlarından istifadə, eləcə də səmərəlilik meyarlarının müəyyənləşdirilməsini tələb edir. Araşdırmalar göstərir ki, idarəetmə sisteminin səmərəliliyi kiçik biznes subyektlərinin fəaliyyətinin son nəticəsinə idarəetmə fəaliyyətinin töhfəsini əks etdirir. Ona görə idarəetmənin qeyd edilən istiqamətlərdə funksional məqsədi əsas fəaliyyətin səmərəliliyini təmin etməkdir, bu idarəetmə sisteminin effektivliyi ilə bağlı təşkilati sistemin özünün effektivlik dərəcəsi ilə müəyyən edilir. Ümumiyyətlə, kiçik biznesdə idarəetmə sisteminin effektivliyi məqsədlərin həyata keçirilmə dərəcəsi və bütün fəaliyyət dövründə onun ayrılmaz göstəricisi olan mənfəətin səviyyəsi ilə müəyyən edilir.

İqtisadiyyatın bazar münasibətlərinə uyğun transformasiyası biznes subyektlərinin idarə edilməsi mexanizminə yenidən baxılmasını zəruri edir və idarəetmə sisteminin üsul və proseslərində konseptual dəyişikliklərə səbəb olur. Subyektlərin idarə edilməsinin effektivliyi, o cümlədən onun strukturunun və fəaliyyətinin ümumi baxış istiqamətidir. Bu baxımdan idarəetmə konsepsiyasının fundamental prinsipindəki strategiya qeyri-müəyyənlik şəraitində mühüm məsələlərdən hesab olunur. Qeyri-müəyyənlik bir sıra riskləri də özündə ehtiva etdiyindən kiçik biznes subyektlərinin fəaliyyətinə risklər ciddi təsir göstərir. Xüsusilə maliyyə resurslarının çatışmazlığı şəraitində kredit risklərinin səmərəli şəkildə idarəedilməsi zərurəti yaranır.

Biznes sferasının idarəetmə strukturunda kredit risklərinin idarə edilməsi yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin hazırlanmasını mühüm vəzifə kimi qarşıya qoyur. Belə qənaətə gəlinir ki, aşağıdakı göstərilən bilik və bacarıqlara malik kredit mütəxəssislərinin hazırlanması kredit risklərinin effektiv idarə edilməsinə imkan verir: [2]

- kredit siyasəti və kredit fəaliyyətinin təşkili, kredit portfelinin diversifikasiyası;
- kreditləşmənin prinsipləri;
- borcalanın hüquqi, şəxsi və maliyyə layiqliliyinin qiymətləndirilməsi;
- maliyyə əmsalları və nağd pulun hərəkəti;
- kredit reytinginin qiymətləndirilməsi;
- aktivlərin qiymətləndirilməsinin növləri və metodları;
- əmlakın qiymətləndirilməsinin xüsusiyyətləri;
- kreditlərin verilməsi və idarə edilməsi mexanizmləri;
- kreditlərin monitorinqi;
- kreditlər üzrə problemin qabaqcadan müəyyən olunması və onun aradan qaldırılması tədbirləri;
- problemlı kreditlərin idarə edilməsi;
- kreditləşmə üzrə normativ-hüquqi aktlar.

Kredit risklərinin idarə edilməsində bankların və bank olmayan kredit təşkilatlarının prudensial qaydaları da başlıca rol oynayır. Prudensial qaydalar bankın təhlükəsiz fəaliyyətinin təmin edilməsinə istiqamətlənmiş normativlərə, qaydalara, tələblərə və göstərişlərə əsaslanmış düşünülmüş davranış, idarəetmə və nəzarət üsuludur. Bu istiqamətdə işlər banklar və bank olmayan kredit təşkilatlarının tələbləri nəzərə alınmaqla, koordinasiya olunmuş formada həyata keçirilməlidir. Kredit riski, aktivin dəyərini itirməsinə və yaxud dəyərsiz hala düşməsinə səbəb olan, borcalanın maliyyə vəziyyətinin pisləşməsi kimi hadisəsindən yaranan zərər ehtimalıdır.

Kredit risklərinin idarə edilməsində məqsəd, belə kredit hadisələrini aradan qaldırmaq, kredit riski təhlükəsini məqbul olan parametrlər daxilində saxlamaq, bank aktivlərinin sağlamlığını qorumaq və onlardan əldə olunacaq gəlirlərin itkilərin örtəcəyini təmin etməkdən ibarətdir. Banklar, bütün kredit portfelinin riskini, eləcə də ayrı-ayrı kreditlərdə və ya əməliyyatlarda mövcud olan riskləri idarə etməlidir.

Kredit risklərinin səmərəli idarə edilməsi bankın kredit strategiyası düzgün müəyyən-ləşdirilməsindən asılıdır. Bankın kredit strategiyası onun ümumi strateji baxışı əsasında formalaşdırılır. Kredit strategiyası cəlb olunmuş maliyyə resurslarının strukturu, kadr və informasiya resurslarının yetərliyi və adekvatlığı nəzərə alınmaqla kreditlərin növləri üzrə (ipoteka, istehlak, kommersiya) bankın kredit resurslarının yerləşdirilməsi istiqamətlərini müəyyən edir. Strategiyada kredit portfelinin diversifikasiyası (iqtisadi sektorlar, coğrafi ərazilər, valyuta növləri, kreditlərin müddəti və gəlirliliyi), qeyri-qanuni fəaliyyətlə məşğul olan borcalanlarla əməkdaşlığa yol verilməməsi və digər kreditləşmə fəaliyyəti ilə bağlı məsələlər üzrə bankın mövqeyi ifadə edilir. [3]

Qeyd edilənlər göstərir ki, kiçik biznesdə kredit risklərinin idarə edilməsi strategiyası, nəticə etibarilə bankın ixtisaslaşması ilə cəmləşmə səviyyəsinin məhdudlaşdırılması arasında tarazlığın təmin edilməsi və kredit fəaliyyətinin yalnız mərkəzləşdirilmiş qaydada və ya filiallar tərəfindən də həyata keçirilməsi məqsədini daşıyır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Abbasov A.B. Biznesin əsasları. Bakı. 2005. 656 s.
2. Əmrahov V.T. və b. Aqrobiznes. Bakı. “Elm və təhsil”. 2021. 180 s.
3. Tağıyev A.H. Biznesin təşkili və idarə edilməsi. Sumqayıt: Təknur. 2007.-340 s.

#### **МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**С.Г.Салахов**

[salahov1999senan@gmail.com](mailto:salahov1999senan@gmail.com)

**А.С.Джумаева**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Развитие малого бизнеса требует использования современных управленческих технологий в деятельности этих субъектов. С этой точки зрения велика роль системы управления в субъектах малого предпринимательства. Развитие сферы бизнеса требует правильной организации контроля в управлении, использования эффективных методов управления, а также определения критериев эффективности. Исследования показывают, что эффективность системы управления отражает вклад управленческой деятельности в конечный результат деятельности субъектов малого предпринимательства. Поэтому функциональной целью управления в указанных направлениях является обеспечение эффективности основной деятельности, которая определяется степенью эффективности самой организационной системы по отношению к эффективности системы управления. В целом эффективность системы управления в малом бизнесе определяется степенью достижения целей и уровнем прибыли, которая является его интегральным показателем на протяжении всего периода деятельности.

#### **CREDIT RISK MANAGEMENT MECHANISM OF SMALL BUSINESS ENTITIES**

**S.Q.Salahov**

**Azerbaijan Technological University**

[salahov1999senan@gmail.com](mailto:salahov1999senan@gmail.com)

**A.S.Cumayeva**

**Azerbaijan Technological University**

The development of small business requires the use of modern management technologies in the activities of these entities. From this point of view, the role of the management system in small businesses is great. The development of the business sphere requires the proper organization of control in management, the use of effective management methods, as well as the definition of performance criteria. Studies show that the effectiveness of the management system reflects the contribution of management activities to the final result of the activities of small businesses. Therefore, the functional goal of management in these



areas is to ensure the effectiveness of the main activity, which is determined by the degree of efficiency of the organizational system itself in relation to the effectiveness of the management system. In general, the effectiveness of the management system in a small business is determined by the degree of achievement of goals and the level of profit, which is its integral indicator throughout the entire period of activity.



## **QIDA SƏNAYESİNİN DAVAMLİ İNKİŞAFI VƏ ƏRZAQ TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN TƏMİN OLUNMASI**

**M.R.Hüseynova**

[huseynova.mehriban.89@gmail.com](mailto:huseynova.mehriban.89@gmail.com)

**Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti**

Ölkəmizdə yeyinti sənayesinin davamlı inkişafının təmin edilməsi bu gün öz aktuallığı ilə seçilir. Ərzaq təhlükəsizliyi iqtisadi təhlükəsizliyin mühüm tərkib hissəsi olmaqla onun səmərəli həlli müasir müstəqillik, bazar iqtisadiyyatı şəraitində xüsusi elmi və praktiki əhəmiyyətə malikdir. Bu gün bütün dünyada ərzaq təhlükəsizliyi özünü ciddi şəkildə biruzə verməkdədir. Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi istiqamətində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə tamamilə yeni yanaşma - aqrar sahədə aqroparkların yaradılması konsepsiyası hazırlanmış və uğurla həyata keçirilməkdədir. Aqroparkların yaradılması konsepsiyası nəinki keçmiş sovet respublikaları, hətta avropa ölkələri üçün də yeni bir mexanizmdir. [1]

Ərzaq çatışmazlığı probleminin yaranma tarixini təhlil etsək görürük ki, bütün tarixi dövrlərdə ərzaq problemi və ona qarşı mübarizə mövcud olmuşdur. Ərzaq çatışmazlığı təhlükəsinin aradan qaldırılması, dünyanın ərzaq təminatı ilə bağlı problemlərinin həlli məqsədilə 1945-ci ildə BMT-in FAO - “Ərzaq və kənd təsərrüfatı məhsulları təşkilatı”, 1966-cı ildə ABŞ-da “Dünyanın gələcəyini öyrənən cəmiyyət” təşkil edilmiş, Vyanada “Gələcəyin problemləri institutu” və s. yaradılmış, müxtəlif zamanlarda, ayrı-ayrı ölkələrdə ərzaq çatışmazlığı, aclıq və s. kimi ciddi sosial problemlərə qarşı birgə mübarizə haqqında bəyannamələr qəbul edilmişdir ki, bunlar da ərzaq çatışmazlığı probleminin bütün dövrlərdə aktual olduğunu sübut edir. [2]

Emal sənayesinin aparıcı tərkib hissələrindən biri olan yeyinti sənayesi ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində özünəməxsus rola malikdir. Yeyinti sənayesinin tərkib hissələri:

- qida sənayesi;
- içki istehsalı;
- tütün istehsalı ölkə iqtisadiyyatında mühüm rol oynayan sahələrdəndir.

Qida sənayesinin alt sahələri çox müxtəlifdir. Müxtəlif müəssisələri özündə birləşdirən alt sahələrdən biri olan xammalın ilkin emalı (tərəvəz, üzüm, süd, tütün, şəkər və s.) sahələrini əhatə edir. Ölkənin ərzaq fondunun formalaşdırılmasında və respublikamızda strateji ərzaq ehtiyatı yaradılmasında yeyinti sənayesi xüsusi çəkiyə malikdir.

Müstəqillik illərində yeyinti sənayesinin inkişafına dair sahə proqramlarına, “Regionların sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramları”na uyğun olaraq bu sahə məhsullarına olan tələbatın ödənilməsi istiqamətində mövcud müəssisələr yenidən qurulmuş və müasir tələblərə cavab verən yeni müəssisələr yaradılmışdır. Hazırkı dövrdə əhali istehsal etdiyi kənd təsərrüfatı məhsulunun bir hissəsini bazarda satsa da, emal müəssisələri tərəfindən tədarükün aşağı səviyyədə olduğu üçün digər hissəsini hara və necə satacağını bilmir. Nəticədə kənd əhalisinin maddi vəziyyətinə ciddi ziyan vurmaqla onların kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına marağını azaldır. [4]

Respublikamızda aqrar islahatlar həyata keçirilənədək Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin tabeliyində 45 konserv müəssisəsi fəaliyyət göstərmiş və onların ümumi

istehsal gücü 760 milyon şərti banka təşkil etmişdir. Bu müəssisələrdə 1999-2003-cü illərdə hər il orta hesabla 600 min ton tərəvəz, 88 min ton alma, 158 min ton nar, 26 min ton heyva, 2,5 min ton armud, 1,1 min ton zeytun, 2,4 min ton çay tikanı, 1,7 min ton zoğal, 0,7 min ton böyürtkən, itburnu, yemişan, 2,4 min ton fındıq və s. məhsullar emal edilmişdir.

Ölkəmizdə emal sənayesi tərkib etibarı ilə çox sahəlidir. Emal sənayesinin tərkib hissələrindən biri də qida sənayesidir. Buraya çörək bişirmə, qənnadı, konserv, şərəbçilik, çay, tütün, ət-süd, balıq, quşçuluq, pivə, alkoqolsuz içkilər və s. istehsalı sahələri daxildir. Ölkəmizdə 2015-2020-ci illərdə fəaliyyət göstərən emal sənayesi müəssisələrinin dinamikası cədvəl 1-də verilmişdir. [6]

**Cədvəl 1. Fəaliyyət göstərən sənaye müəssisələrinin sayı, vahid**

<b>İllər Göstəricilər</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Bütün sənaye müəssisələri</b>	<b>2583</b>	<b>2561</b>	<b>2582</b>	<b>2837</b>	<b>3169</b>	<b>3389</b>
Emal sənayesi müəssisələri	1778	1775	1826	2024	2330	2515
Qida məhsullarının istehsalı müəssisələri	382	394	361	393	449	487
İçki istehsalı müəssisələri	120	119	110	120	126	131
Tütün məmulatlarının istehsalı müəssisələri	7	7	9	10	11	13

***Mənbə:** Azərbaycan sənayesi DSK-ın məlumatları, Bakı - 2020, 165 səh.*

Cədvəl 1-dən göründüyü kimi, ümumilikdə ölkə üzrə 2015-ci ildə fəaliyyət göstərən sənaye müəssisələrin sayı 2583 olduğu halda, qida məhsulları istehsalı ilə məşğul olan sənaye müəssisələrin sayı 382-yə bərabər olmaqla ümumi müəssisələrin 14,8%-ni təşkil etmişdir. 2020-ci ildə isə müvafiq olaraq ümumilikdə sənaye müəssisələri 3389, qida məhsulları istehsalı ilə məşğul sənaye müəssisələrinin sayı isə 487-yə, xüsusi çəkisi isə 14,4%-ə bərabər olmaqla 0,4% bəndi azalmışdır.

Hazırda ölkəmizdə yetişdirilən meyvə tərəvəz məhsullarının bir çoxunun keyfiyyət və dad göstəricilərinin dünyada analoqu yoxdur və ekoloji cəhətdən təmiz, rəqabətqabiliyyətli meyvə-tərəvəz konserv məhsullarının istehsalını artırmaqla dünya bazarında layiqli yer tutmaq mümkündür. Respublikada meyvə və tərəvəz istehsalı, eyni zamanda xammalın yüksək keyfiyyətdə olması zavodların rəqabətdə üstünlüyünü təmin etməklə, yüksək keyfiyyətli marinadların, şirələrin, tomat pastasının və s. məhsulların istehsalına imkan verir.

Bu gün sənaye sahəsində səhmdar cəmiyyətin yaradılması əsas istiqamətlərdən biridir. Yaradılan səhmdar cəmiyyətlərin inkişafı zamanı qarşıya çıxan çətinliklərin aradan qaldırılması məqsədilə aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsini məqsədə uyğun hesab edirik:

- bu sahədə təkmilləşdirilmiş hüquqi bazanın yaradılması;
- səhmdar cəmiyyətlərin inkişafına xidmət göstərə biləcək bazar infrastrukturunun yüksək səviyyədə inkişaf etdirilməsi;
- səhmdar cəmiyyətlərin yaradılması və inkişafının stimullaşdırılması sisteminin tətbiq edilməsi;
- ölkə ərazisində səhmdar cəmiyyətlərinin yaradılması və inkişafına yardımçı ola bilən məsləhət formalarının yaradılması və s.

Fikrimizcə, yuxarıda qeyd edilən tədbirlərin həyata keçirilməsi sənayedə səhmdar cəmiyyətlərin yaradılmasını sadəcə mülkiyyət informasiyası kimi deyil, həm də sənaye istehsalının iqtisadi səmərəliliyinin artırılmasına xidmət edən proses kimi səciyyələndirməyə imkan verəcəkdir.

Azərbaycan Respublikası regionlarının əhalisinin mühüm yeyinti sənaye məhsulları ilə təminatının daha da yaxşılaşdırılması digər maddi və qeyri-maddi istehsal

və xidmət sahələrinin də üzvi sürətdə inkişafını səbəbləndirir və ölkənin iqtisadi təhlükəsizlik problemləri həll olunur. [3] Ümumiyyətlə, bu problemin həlli əhalinin həyat tərzini, onun hansı iqtisadi səviyyəyə uyğun yaşamasını, həyat təzlərinin hansı keyfiyyət ölçülərində mövcudluğunu göstərir. Bölgələrdə əhalinin sosial durumu, alıcılıq qabiliyyəti və iqtisadi maarifləndirmə səviyyəsi hələ də yetərincə yüksək deyildir. Bütün hallarda istehsalçı nisbətən ucuz xammala üstünlük verir və istehlakçıların əksər hissəsi üçün o qədərdə önəmli deyildir ki, o yüksək qiymətə yerli məhsul əldə etsin. Odur ki, bu prosesləri dövlət orqanları tənzimləməli, istehsalçının xərclərinin müəyyən hissəsini subsidiyalaşdırmaqla yerli məhsulun qiyməti ilə, ölkəyə idxal olunan məhsulların qiyməti arasında tarazlıq yaratmalıdır. [5]

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Abasov İ.D. Ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi prioritet vəzifədir. Respublika qəzet. Bakı. 25 avqust 2009-cu il.
2. Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı. Bakı. 26 dekabr 2014-cü il.
3. Ataşov B.X. Aqrar sahədə struktur və səmərəlilik problemləri. Bakı. 2017.
4. Qurbanzadə A. Ərzaq kompleksinin modernizasiyası və dayanıqlı inkişaf problemləri. “Kooperasiya” nəşriyyatı. Bakı. 2017
5. Azərbaycan Respublikasında qida təhlükəsizliyi sisteminin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında 10 fevral 2017-ci il.
6. Azərbaycan sənayesi DSK-ın məlumatları. Bakı- 2020, - 165 səh.

#### **УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ.**

**М.Р.Гусейнова**

[huseynova.mehriban.89@gmail.com](mailto:huseynova.mehriban.89@gmail.com)

**Азербайджанский Государственный Университет Нефти и  
Промышленности**

Производство продуктов пищевой промышленности в нашей республике – старейшее направление многопрофильного производственного комплекса с большим потенциалом и богатыми трудовыми традициями. Дальнейшее улучшение снабжения населения Азербайджанской Республики важными продуктами пищевой промышленности может быть достигнуто за счет совместного развития других сфер материального и нематериального производства и обслуживания. Улучшение бизнес-среды в сфере пищевой промышленности, инновационное развитие фермерских хозяйств различных форм собственности, удовлетворение потребности населения в продукции пищевой промышленности является насущной проблемой не только нашей страны, но и всего человечества.

#### **SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE FOOD INDUSTRY AND ENSURING FOOD SAFETY**

**Ph.D. M.R.Huseynova**

[huseynova.mehriban.89@gmail.com](mailto:huseynova.mehriban.89@gmail.com)

**Azerbaijan State University Oil and Industry**

The production of food industry products in our republic is the oldest direction of a diversified industrial complex with great potential and rich labor traditions. Further improvement of the supply of the population of the Republic of Azerbaijan with important products of the food industry can be achieved through the joint development of other areas of material and non-material production and services. Improving the business

environment in the food industry, innovative development of farms of various forms of ownership, meeting the needs of the population in food industry products is an urgent problem not only for our country, but for all mankind.



## **LAYİHƏLƏRİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNƏ MÖVCUD YANAŞMALARIN TƏHLİLİ**

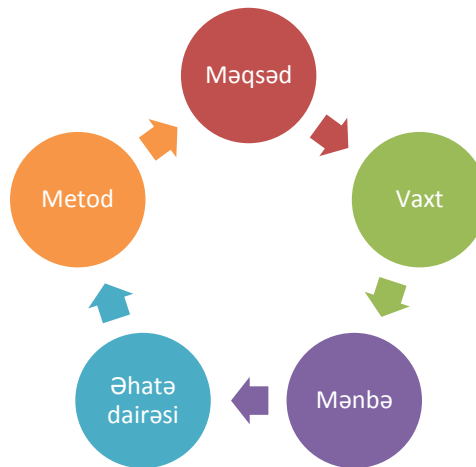
**M.İ.Əhmədova**

**P.Ə.Ələsgərov**

**A.İ.Məmmədzadə**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Layihə müəyyən edilmiş tapşırıqların müəyyən edilmiş resurslardan istifadə etməklə, müəyyən bir məqsəd üçün, müəyyən müddət ərzində bir dəfə yerinə yetirildiyi iş növüdür. Bir işdə səhvlər, nöqsanlar və qarışıqlıqlar nəticəsində yarana biləcək uğursuzluq ehtimalını azaltmaq üçün layihələr sistemli şəkildə həyata keçirilir. Digər tərəfdən, insanların həyat səviyyəsini yüksəltmək üçün əmanətlərini gəlirli sahələrə yönəltmək də investisiya anlayışını təşkil edir. Yeni biznes qurmaq və ya mövcud biznesi inkişaf etdirmək də investisiya variantları arasındadır. Belə bir sərmayenin uğurlu olması üçün investisiya ilə bağlı araşdırmaları bir layihə kimi nəzərdən keçirmək çox faydalı olardı. Bu kontekstdə, bu bölmə çərçivəsində Həyatımız boyu həyata keçirdiyimiz işləri əsasən davam edən (rutin) işlər və layihə işləri olaraq iki növə ayıra bilərik. Davam edən işləri qısaca olaraq təkrarlanan, həmişə görülməli və dəyişməz iş kimi izah etmək olar. Məsələn, evdar qadının gün ərzində gördüyü bütün ev işləri rutin işdir. Ancaq istər gündəlik həyatda, istərsə də iş həyatında müəyyən bir məqsəd üçün yalnız bir dəfə və müəyyən bir müddət ərzində yerinə yetirilməsi lazım olan, insanın daha əvvəl heç etmədiyi, ümumiyyətlə layihə olaraq xarakterizə edə biləcəyimiz bəzi işlərlə işləyir. Layihə bir iş növü və ya sistemli işdir və aşağıdakı kimi müəyyən edilir [1]. Layihə müəyyən edilmiş tapşırıqların müəyyən bir məqsəd üçün, müəyyən bir müddət ərzində, müəyyən edilmiş resurslardan istifadə edərək, birdəfəlik yerinə yetirildiyi iş növüdür. Layihə adı işdən beş fərqli nöqtədə fərqlənir. Bunlar: məqsəd, vaxt, mənbə, əhatə dairəsi və metoddur.



Bu beş məqam həm də layihənin elementləri adlanır. Bir işin layihə sayılmaq üçün bütün beş elementi olmalıdır. Bu elementləri qısaca izah edək.

## Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı

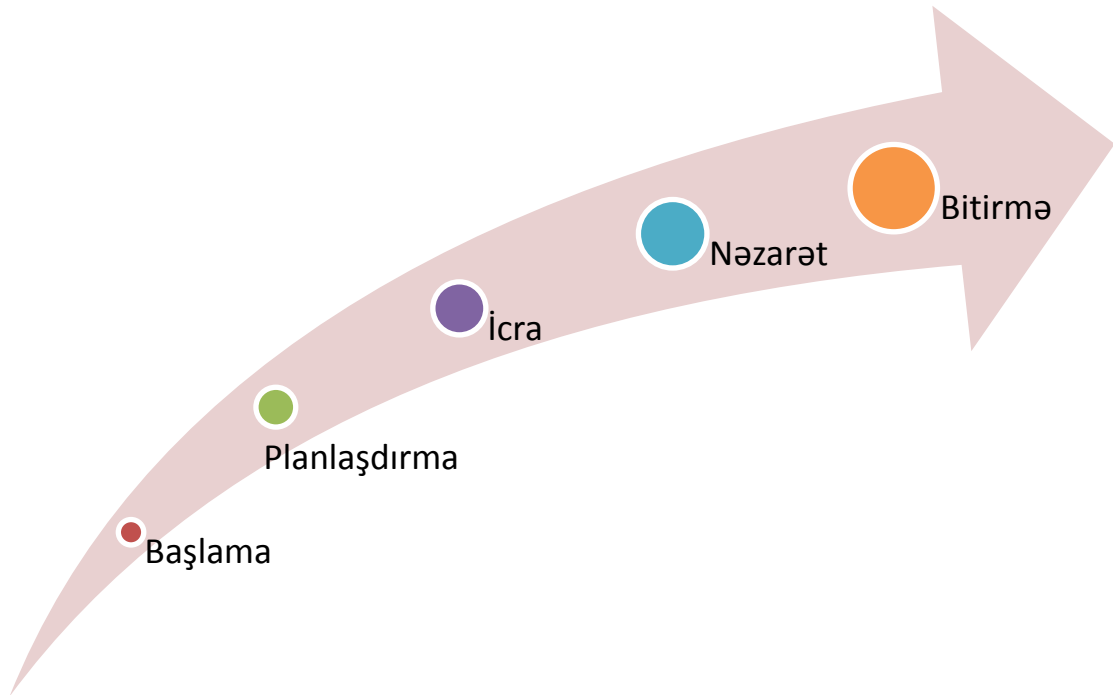
Məqsəd: Layihədə unikal məhsul, xidmət və ya nəticə çıxarmaq məqsədi daşıyır. Məqsəd müəyyən edilərkən aydın, ölçülə bilən, razılaşdırılmış və real olmasına diqqət yetirilir.

Vaxt: Layihədə işin başlama və bitmə vaxtı aydın olmalıdır. Bundan əlavə, layihənin bir dəfə yerinə yetirilməsi və təkrar edilməməsi zaman elementində digər mühüm xüsusiyyətdir.

Əhatə dairəsi: Layihənin uğurlu olması üçün görüləcək işlər və bu işlərin necə aparılacağı dəqiq və aydın şəkildə müəyyən edilməlidir.

Metod: Layihə müəyyən bir məqsəd üçün məhdud vaxt və resurslarla həyata keçiriləcəyi üçün onun ən uyğun və düzgün şəkildə həyata keçirilməsini təmin edəcək üsulların müəyyən edilməsi də vacibdir. Layihələrdə qeyd olunan hər bir elementin digər elementlərlə əlaqədə olduğu da aydındır [2].

Layihə prosesi anlayışı bir sıra davam edən fəaliyyətlər kimi müəyyən edilir. Beləliklə, layihə başlanğıcı və sonu olan bir prosesdir və özünəməxsus məqsədləri ilə ayrı-ayrı proseslərdən keçir. Layihə hər biri yarımproses olan beş ardıcıl addımdan ibarətdir:



Başlama prosesi. Bu, layihənin başlanğıcıdır və bu mərhələnin məqsədi layihəni geniş səviyyədə müəyyən etməkdir. Bu mərhələ adətən biznes işi ilə başlayır. Bu zaman layihənin real olub olmadığı və həyata keçirilməsinə tələbin olub olmadığı araşdırılmalıdır. Araşdırma nəticəsində əldə edilən məlumatlara əsasən layihənin başlanğıca hazır olub olmadığı qiymətləndirilir.

Planlaşdırma prosesi. Bu mərhələ uğurlu layihə idarəçiliyi üçün açardır və diqqəti hər kəsin izləməli olduğu yol xəritəsinin hazırlanmasına yönəldir. Bu mərhələ adətən hədəfin qoyulması ilə başlayır.

İcra prosesi. Bu, çıxışların hazırlandığı və tamamlandığı mərhələdir. Bu, tez-tez layihənin əsas hissəsi kimi qəbul olunur, çünki bu müddət ərzində status hesabatları və



görüşlər, inkişaf məqsədilə yeniləmələr və performans hesabatları kimi dinləmələr aparılır. Başlanğıc iclası adətən layihənin icra mərhələsinin başlanğıcını qeyd edir, burada iştirak edən komandalar öz məsuliyyətləri barədə məlumatlandırılır.

Nəzarət prosesi. Hər şey layihənin gedişatını və performansını ölçmək və baş verən hər şeyin layihənin idarə edilməsi planına uyğun olmasını təmin etməkdən ibarətdir. Layihə menecerləri layihənin yolunda olub-olmadığını müəyyən etmək üçün əsas performans göstəricilərindən və analizlərdən istifadə edəcəklər. Layihə meneceri adətən layihə performansını ölçmək üçün müxtəlif qiymətləndirmələr aparır: Bitirmə prosesi. Bu mərhələ tamamlanmış layihəni təmsil edir. Xüsusilə, layihədə işləmək üçün işə götürülən podratçıların üzərində işlədikləri layihənin tamamlanması mərhələsində olduğu kimi qəbul edilir. Bəzi layihə menecerləri hətta icraçıların söylərinə görə təşəkkür etmək üçün kiçik biznes tədbirləri təşkil edirlər. Layihə başa çatdıqdan sonra, menecer adətən layihəni müzakirə etmək və layihənin uğursuzluqlarını müəyyən etmək üçün görüş keçirir. Bu, öyrənilən dərsləri anlamağa kömək edir, xüsusən də gələcək layihələrdə təkmilləşdirmələrin aparılmasına istiqamət verir. Layihə başa çatdıqdan sonra layihə menecərinin yerinə yetirməli olduğu bir neçə vəzifə var. Layihə zamanı yerinə yetirilməmiş işlərin siyahısını yaratmalı və onu tamamlamaq üçün öz komanda üzvləri ilə işləməlidirlər. Yekun layihə büdcəsi və hesabatı hazırlanmalıdır. Nəhayət, onlar bütün layihə sənədlərini və çıxışlarını toplamalı və onları bir yerdə saxlamalıdırlar [3].

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Kloppenborg, T.J. (2015), Contemporary Project Management Organize Plan Perform, Third edition, Cengage Learning, USA.
2. Erkan, E, "Bilişim Projeleri Yönetimi - Proje Yönetimi Notları", Atılım Üniversitesi Mühendislik Fakültesi, 2009. (PMI Book)
3. Project Management Institute. 2016 A Guide to the Project Management Body of Knowledge. Pennsylvania: Project Management Institute Inc.

#### **АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ПРОЕКТОВ**

**М.И.Ахмедова**

**П.А.Алескеров**

**А.И.Мамедзаде**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Целью исследования данной статьи является оценка и анализ проектов, чтобы сделать проекты, которые планируется реализовать, более эффективными и действенными от начала до конца.

#### **ANALYSIS OF EXISTING APPROACHES TO PROJECT EVALUATION**

**M.I.Akhmadova**

**P.A.Alasgarov**

**A.I.Mammadzhada**

**Azerbaijan Technological University**

The purpose of the research of this article is to evaluate and analyze the projects, to make the projects that are planned to be implemented more effective, efficient and effective from the beginning to the end.



## MENECMENT SİSTEMİNDƏ RİSKLƏRİN AZALDILMASI YOLLARI

F.C.Kərimov

[fazilkerimov54@mail.ru](mailto:fazilkerimov54@mail.ru)

T.A.Yusibli, C.T.Abbasov, F.A.Cəfərov

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Menecment qərarları həm xarici, həm də daxili amillərin təsiri altında qeyri-müəyyən təsirləri qəbul edir. Qeyri-müəyyənlik operativ idarəetmə üçün məlumatların qeyri-kafi və natamam olması ilə bağlıdır. Qeyri müəyyənliyin mənbəyi təkrar istehsalın bütün mərhələləri- xammal material və komplektləşdirici hissələrinin alınmasından tutmuş satışınadək olan mərhələləri əhatə edir. Bu isə risklərin nəzərə alınmasının zəruriyyəti artır.

Riskin tərfi, mahiyyəti və təbiətinə dair bir çox fikirlər mövcuddur. Bu isə riskin müxtəlifliyi, istehsal fəaliyyətində yetərinə istifadə edilməməsi və mövcud qanunvericilikdə nəzərə alınmamasından irəli gəlir. Risk – qarşıya qoyulmuş məqsədlərə çatmaqda təsərrüfat subyektinə mənfi təsir göstərən hadisələrin baş vermə ehtimalıdır. O, şübhəliyi, itki və zərər ehtimalını ifadə edir. Bu termin italiyan sözü olan “rischiare” sözündən gəlməkdədir. Mənası isə “cəsarət etmək” deməkdir. [1]

Riskin ümumi məzmununu əhatə etməklə bir-birini tamamlayan iki əsas məfhumunu nəzərdən keçirək. Birincisi risk müəssisənin bu və ya digər istehsalat və ya maliyyə fəaliyyəti nəticəsində ehtiyatlarının və ya mənfəətinin bir hissəsindən məhrum olmaq, yaxud əlavə xərclərin ortaya çıxmaq ehtimalı kimi tərif olunur. Risk hansısa arzu olunmaz hadisə, uğursuzluq və ya təhlükə ehtimalı ilə bağlıdır. Riskin ikinci məfhumu “riskli vəziyyət” anlayışı ilə birbaşa bağlıdır. Ümumiyyətlə, vəziyyət bu və ya digər növ fəaliyyət üçün müəyyən şəraiti yaradan müxtəlif hallar və şərtlərin cəmidir. Şərait müəyyən hərəkət üçün əlverişli və ya əlverişsiz ola bilər. Riskli vəziyyətdə bu və ya digər variantın ehtimal dərəcəsini kəmiyyət və keyfiyyətə müəyyənləşdirmək imkanı vardır və bu ehtimal üç amillə şərtlənir:

- qeyri-müəyyənlik;
- alternativ yolların, seçilməsi zərurəti;
- seçilən alternativlərin gerçəkləşmə ehtimalını dəyərləndirmək imkanı.

Qeyri-müəyyənlik və riskli vəziyyət bir-birindən keyfiyyətə fərqlənir. Qeyri-müəyyən vəziyyətdə qərar və ya hadisələrin nəticələrinin ortaya çıxmaq ehtimalı müəyyənləşdirilə bilməz. Deməli hadisələrin meydana çıxma ehtimalı müəyyənləşdirilə bildiyi riskli vəziyyət qeyri-müəyyən vəziyyətin bir növüdür.

Riskin tənzimləmə funksiyasının iki aspekti vardır. [2]

Bunlardan biri konstruktiv, digəri isə destruktiv aspektdir. Birinci onda təzahür edir ki, risk iqtisadi vəzifələri həll edərkən katalizator rolunu oynayır. Bu, özünü innovasiyalı investisiya qərarlarının həyata keçirilməsində daha bariz şəkildə göstərir. İkinci aspekt öz ifadəsini onda tapır ki, əsaslandırılmış risklər üzrə qərarların qəbul edilməsi və həyata keçirilməsi avanturizmə (xəyalpərəstliyə) gətirib çıxarır.

Menecment sistemində risklərin azaldılması yollarına aşağıdakıları aid etmək olar:

*Riskin qiymətləndirilməsi.* Riskin qiymətləndirilməsi və müəyyən edilməsi idarəetmə sisteminin əsas vəzifələridir. Bu, risk sahələrini və narahatlığa səbəb olan amilləri müəyyən etməyə imkan verir. Həmçinin risklərin mənfi nəticələrini qiymətləndirmək və onların idarə olunması üçün tədbirlər görmək lazımdır.

*Müvafiq qaydaların yaradılması.* Prosesləri tənzimləyən və təşkilati məqsədlərin yerinə yetirilməsini təmin edən müvafiq qaydaların yaradılması bütün zəruri komponentləri birləşdirən idarəetmə strukturu və sistemi yaratmaq üçün mühüm üsuldur.

*Düzgün kommunikasiya.* İdarəetmə sistemi daxilində düzgün və yaxşı ünsiyyətin qurulması da riskin azaldılması üçün əsas amillərdən biridir. Yaxşı ünsiyyət yanlış təsəvvürləri, qarşılıqlı dezinformasiyanı və vicdansız təcrübələri aradan qaldırır.

*Bütün işçilərin təlimi.* Rəhbərlik işçiləri və müştəriləri risklər haqqında məlumatlandırmalıdır. Bu cür təlim riskləri başa düşmək və onları idarə etmək üçün müvafiq tədbirlər görmək üçün ən təsirli üsullardan biridir.

*Risklərin müəyyən edilməsi və idarə edilməsi üçün avtomatlaşdırılmış sistemin yaradılması.* Risklərin müəyyən edilməsi və idarə edilməsi üçün avtomatlaşdırılmış sistemin yaradılması idarəetmə sistemində riskləri azaltmaq üçün effektiv üsuldur. Belə sistem riskləri daha dəqiq və səmərəli səviyyədə müəyyən etməyə və idarə etməyə imkan verir.

Ümumiyyətlə, bu üsullardan istifadə nəzarət sistemində riskləri azaltmağa imkan verir. Nəticə təşkilatın daha səmərəli işləməsi və keyfiyyətinin yüksəldilməsidir. Ona görə də risklərin səmərəli şəkildə idarə edilməsi yolu ilə təsirinin azaldılması və ya aradan qaldırılması ən mühüm məsələlərdən hesab olunur. [3]

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Abbasov İ.M., Sadıqov R.F. Menecment (dərs vəsaiti). Bakı Biznes Universitetinin nəşri. 2013. 205 s.
2. Kazımlı X.H. İqtisadi risklərin qiymətləndirilməsi və idarə edilməsi. Azərb. Resp. Təhsil Nazirliyi. ADİU.- B. 2011.187 s.
3. Башминов А.В. Создание эффективной системы управления организациями на основе подхода к управлению изменениями //Экономика и предпринимательство. 2013. - № 12-4 (41-4). - С. 572-574.

#### **ПУТИ СНИЖЕНИЯ РИСКОВ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА**

**Ф.Д.Керимов**

[fazilkerimov54@mail.ru](mailto:fazilkerimov54@mail.ru)

**Т.А.Юсibli**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Новая парадигма системы управления основана на стратегии преодоления новых управленческих проблем на основе стратегии использования возможностей. Такие механизмы должны дополнять друг друга, обогащая управленческий арсенал. Без творческого использования выработанного обществом научного потенциала, в том числе оформленного в виде законов, невозможно достижение его цели высокой конкуренции в плане доходов. Это, в свою очередь, требует учета оптимального использования ресурсов и потенциала субъектов, законов рынка, физических и биологических законов, основных законов жизни. Поэтому в стратегии организации, адекватной обновленной системе управления, она также рассматривается как система со сложной целью.

#### **WAYS TO REDUCE RISKS IN THE MANAGEMENT SYSTEM**

**F.J.Karimov**

[fazilkerimov54@mail.ru](mailto:fazilkerimov54@mail.ru)

**T.A.Yusibli**

**Azerbaijan Technological University**

The new paradigm of the management system is based on the strategy of overcoming new management problems based on the strategy of using opportunities. Such mechanisms should complement each other by enriching the management arsenal. Without creative use of the scientific potential developed by society, including formalized in the form of laws, it is impossible to achieve its goal of high competition in terms of income. This, in turn, requires taking into account the optimal use of the resources and potential of subjects, the laws of the market, physical and biological laws, and the basic laws of life. Therefore, in

the strategy of the organization that is adequate to the updated management system, it is also considered as a system with a complex goal.



## **SOSIAL MEDIADAN İSTİFADƏ MARKETİNG STRATEGİYASI KİMİ**

**M.Ş.Qarayev**

[m.garayev.uteca@edu.az](mailto:m.garayev.uteca@edu.az)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Müəssisələrin dayanıqlı inkişaf etməsi üçün marketing strategiyalarında daim yeniliklər olmalı, istehlakçılar ilə əlaqə intensivləşdirilməlidir. İstehlakçılarla mükəmməl əlaqə vasitələrindən biri də sosial mediadır. Həm müasir texnologiyaların tətbiqi, həm də internet resurslarının çox sürətli inkişafı ilə bərabər, istehlakçının baxış profili marketing üsullarında dəyişikliklərə səbəb olmuş, sosial media istifadəçilərinin əlaqə və düşüncələrinə uyğunlaşan fərqli marketing yanaşmaları ortaya çıxmışdır. Sosial media marketingi yeni marketing konsepsiyasına çevrilir, insanların günlük dialoq formalarını və ona aid sahələri fərqləndirməklə kifayətlənmir, həmçinin şirkətlərin öz məhsul və ya xidmətlərinə qarşı münasibətini, o cümlədən müştərilərin satın alarkən diqqət etdikləri məqamları da fərqləndirərək marketingin hər mərhələsində təsir edici bir forma olmasına, səmərəli fəaliyyət göstərməsinə şərait yaradır. Ticarət mərkəzinə getmədən sosial media vasitəsilə müştərilərin təcrübələrini və rəylərini görərək satın almağa qərar verir, rəqəmsal sahədə alış-veriş edir.

Sosial media bir və daha çox xüsusi münasibət növü ilə birləşən fərdləri və ya qurumları əhatə edən sosial struktur kimi müəyyən edilə bilər. [1] Bu gün sosial media düşüncələr, satınalmaya istiqamətləndirmə, məlumat əldə etmə, satınalmadan sonrakı ölçmə, istehlakçı davranışlarına, demək olarki marketingin bir çox istiqamətində təsir edən mühüm bir amildir.

Müəssisələr məhsul və ya xidmətləri ilə bağlı şəkillər, kampaniyalar və endirimlər şəklində paylaşımlar edərək sosial media profilləri vasitəsi ilə reklam və marketing fəaliyyətlərini təmin edə bilərlər.

Respublikamızda sürətlə inkişaf edən sahələrdən biri də avtomobil istehsalıdır. Dövlət statistika komitəsinin məlumatlarına görə son 5 ildə avtomobil və qoşquların istehsalı ilə məşğul olan müəssisələrin sayı 5-dən 13-ə yüksəlmiş, avtomobil istehsalçıları arasında normal rəqabət artmış, marketing tədqiqatlarında istehlakçı davranışlarının öyrənilməsi, onların istək və arzularına uyğun məhsul istehsal edilməsi prioritet məsələyə çevrilmişdir. "We are social" platformasının 2021-ci il aprelində paylaşdığı məlumata əsasən, Azərbaycan Respublikası əhalisinin 81,1%-i internet istifadəçisidir. Bununla bərabər 4 milyon instagram istifadəçisinin qeyd olunduğu hesabatda 62,8%-i kişilər, 37,2%-i isə qadınlar təşkil edir. Ən çox istifadəçi qrupu isə 25-34 yaş arası insanlardan ibarətdir. İnternet istifadəçilərinin daha çox sosial şəbəkədən istifadə etdiyini nəzərə alaraq Media Təhlil Mərkəzi (MTM) internet istifadəçiləri arasında sorğu keçirmiş və göstəricilər belə olunmuşdur. günlük istifadəyə görə Whatsapp - 92,2%, Facebook - 87,9%, Instagram - 76,4%, Telegram - 60,3%, Twitter - 23,3% və s. Sorğuda iştirak edən istifadəçilərin 58,1%-nin qənaətinə görə, sosial şəbəkələr onların işinə və ya təhsilinə müsbət təsir göstərir. Sosial şəbəkə saytları marketoloqlar üçün önəmli mövzudur, çünki sosial şəbəkənin müştərilərlə əlaqə yaratmaq üçün üstün cəhətləri çoxdur. Sosial şəbəkə saytları istehlakçılara, xüsusilə şirkətlər və məhsulla bağlı fikir mübadilələrini paylaşmalarını çox asanlıqla təmin edir. [2. səh. 357]

Tədqiqatın məqsədi avtomobil bazarında sosial medianın istifadəsini və sosial media araşdırmalarının, xüsusilə "Gəncə avtomobil zavodu" IB -nin marketing fəaliyyətlərinə təsirini ortaya çıxarmaqdır. Araşdırma şirkətin Facebook, YouTube və Instagram profilləri vasitəsi ilə aparılan dialoqun vizual/anlaşılan mövzusunun obyektiv, sistemli və ədədi təriflərini təmin edən tədqiqat və inkişaf yolu olan məzmun təhlili vasitəsilə aparılmışdır.

Müəssisənin ictimaiyyətlə əlaqələr üçün yaradılan internet saytı istifadəçilərin kifayət qədər saytda qalmaları, xoş vaxt keçirmələri, lazım gəldikdə qurumla ünsiyyətdə olmaları, aktualıq səviyyəsinin yüksəldilməsi və davamlılığın təmin edilməsi məqsədi daşıyır. Bu məqsədlər çərçivəsində istehsal birliyinin korporativ saytıda məhsullar təqdim edilir, reklam məqsədi ilə videolar nümayiş etdirilir, satış həyata keçirildikdən sonra göstərilən xidmətlər haqqında məlumatlar, kampaniyalar və avtomobillərin qiymətləri ilə bağlı məsələlərlə bağlı anlaşılan məlumatlar dərc olunur. "http://ganjaauto.az/" linki ilə şirkətin emblemindən əlaqə məlumatlarına qədər, qurumun yaratdığı məhsul çeşidi və şirkətin tarixi kimi bir çox xüsusiyyətlərlə tanış olmaq, həmçinin Facebook, Twitter, YouTube və Instagram sosial şəbəkə platformalarına daxil olmaq olar. Facebook sosial şəbəkəsində müəssisənin rəsmi səhifəsi ilə birlikdə satış agentliyinin "Aqrotextəchizat" MMC səhifəsi də fəaliyyət göstərir. Facebook vasitəsi ilə paylaşılan reklam və videolar 5000 istifadəçi tərəfindən baxılmışdır. Müəssisənin istehsal etdiyi məhsullar firmalar və kənd təsərrüfatı fəaliyyəti ilə məşğul olan müştəri təbəqəsinin maraq dairəsində olduğu üçün, istehlakçı davranışlarını və hansı məhsula hansı rayon və şəhərlərdə daha çox üstünlük verdiklərini öyrənmək vacibdir. Bunun üçün müəssisə Whatsap sosial şəbəkəsindən istifadə edərək elektron anket formasında istehlakçıların məmnuniyyətini, eyni zamanda istək və arzularını araşdıraraq istehsal gücünü müştəri istəklərinə uyğun həyata keçirir.

2019-cu ildə satış agentliyi tərəfindən yaradılan instagram səhifəsində paylaşılan hər reklam mindən çox istifadəçi tərəfindən seyr edilərək bəyənilmişdir. Bu isə real müştəri balansının yaranmasına səbəb olur. Pandemiya dövründə internetdən aktiv istifadənin artması ilə əlaqədar olaraq maarifləndirici videoların hazırlanması yerli istehsalın ölkə iqtisadiyyatına təsirindən və istehsal olunan texnikaların keyfiyyətindən bəhs edilməsi üçün Youtube kanalının yaradılmasının vacibliyini bir daha sübut edir. Müəssisə tərəfindən rəsmi Youtube hesabı yaradılmasa da, bu platformda satış agentliyi tərəfindən paylaşılan hər yenilik minlərlə istifadəçi tərəfindən baxılır.

Tədqiqatlar göstərir ki, müəssisələrin sosial mediadan düzgün istifadəsi marketing strategiyaları sırasına daxil edilməli, KİV-lər ilə verilişlər hazırlanmalı, müəssisənin istər kənd təsərrüfina, istər fiziki şəxslərə uyğun məhsullarının təbliğatı aparılmalı və satışdan sonrakı üstünlükləri barədə məlumat verməklə bərabər yeni yaradılan servis mərkəzlərinin, saxta sosial şəbəkələrdən qorunmaqları üçün sosial şəbəkələrin adları qeyd olunmalıdır. Fikrimizcə, sosial şəbəkələr vasitəsi ilə aparılan düzgün istehlakçı tədqiqatı reklamların düzgün müştəri auditoriyasına təsir etməsinə səbəb olacaq, satışların artması istiqamətində vacib amilə çevriləcəkdir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Altındal M. Dijital pazarlamada marka yönetimi ve sosyal medyanın etkileri, Akademik Bilişim Konferansı, Akdeniz Üniversitesi. 2013.
2. Bernoff J., Li C. Harnessing the power of the oh-so-social web, MIT Sloan Management Review. Cambridge. Vol. 49, Iss. 3 36-42. 2008.

#### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В КАЧЕСТВЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ**

**М.Ш.Гараев**

[m.qarayev.uteca.edu.az](mailto:m.qarayev.uteca.edu.az)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Проанализировано использование социальных медиа на автомобильном рынке и предложено включить его в перечень маркетинговых стратегий.

#### **USING SOCIAL MEDIA AS A MARKETING STRATEGY**

**M.Sh.Garayev**

[m.qarayev.uteca.edu.az](mailto:m.qarayev.uteca.edu.az)

**Azerbaijan Technological University**



The use of social media in the car market is analyzed, and it is proposed to include it in the list of marketing strategies.



## **MALİYYƏ VƏ BANK SEKTORUNDA BÖYÜK VERİLƏNLƏRİN ƏHƏMİYYƏTİ**

**A.Aliyev**

[aliyevalim633@gmail.com](mailto:aliyevalim633@gmail.com)

**N.Rəhimova**

[nazila.rahimova@asoiu.edu.az](mailto:nazila.rahimova@asoiu.edu.az)

**Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti**

İnternet bütün dünyada köklü dəyişiklikliyi – sənaye cəmiyyətindən informasiya cəmiyyətinə keçidi təmin etmişdir. İndiki zamanda informasiya cəmiyyətinin əlamətləri hər yerdə hiss edilməkdədir. [1]

XXI əsrin əvvəllərindən başlayaraq texnika və texnologiyaların köməyi ilə yaradılan rəqəmsal verilənlər hər il böyük sürətlə artır. Belə ki, bəşəriyyətin mövcudluğundan 2003-cü ilə qədərki dövrdə dünyada cəmi 5 ekzabayt məlumat generasiya olunmuşdursa, 2015-ci ildə 8,1 zetabayt, növbəti hər il dünyada informasiyanın həcmnin 40% artaraq 2020-ci ildə 44 zetabayt, 2025-ci ildə isə 163 zetabayta çatacağı proqnozlaşdırılırdı. [2]

Mürəkkəb informasiya sistemləri və verilənlərin analitik təhlilinə artan tələbat nəticəsində “Big Data” termini son illərdə daha böyük sürətlə həyatımıza daxil olur. “Big data” termini ilk dəfə 1998-ci ildə Silicon Graphics şirkətinin kompüter elmləri üzrə mütəxəssisi Con Meşi tərəfindən istifadə edilmişdir. [3]

2000-ci illərdən “Big Data” fenomeni meydana çıxmışdır. BV-in saxlanması, idarə edilməsi, onlardan dəyər yaradılması ciddi problem yaratmışdır. Problem müxtəlif mənbələrdən avtomatik və fasiləsiz olaraq generasiya olunan verilənlərin real-vaxt ərzində emalı və analizində mövcud informasiya texnologiyaları həllərin səmərəsiz olmasındadır. Ona görə də bu texnologiyanın elmi-tədqiqat obyektini kimi öyrənilməsi vacibdir, aktualdır. [4]

Bununla belə, “Big data” problemlərinə məlumatların həcmi, keyfiyyəti, etibarlılığı, miqyası və məxfiliyi ilə bağlı bir sıra problemlər də aid edilir.

Həcm Big data-nın ən əsas xarakteristikasıdır. Hazırda Big data-nın miqyası terabaytlardan zetabaytlara qədər həcm ilə xarakterizə olunur. Həcm isə ilk növbədə saxlama problemi yaradır ki, bu da genişmiqyaslı saxlama və paylanmış emal tələb edir.

Həcm artdıqca, emal üçün də çox böyük sürət tələb olunur. Big datanın istehsal sürəti çox yüksəkdir və bu sürət günü-gündən artır. Ənənəvi məlumat anbarından Hadoop-a keçid banklara məlumat əldə etmək üçün sərf etdikləri vaxtı üç aydan bir günə azaltmağa imkan verdi. Bulud texnologiyasından istifadə bu vaxtı daha da qısaltmağa imkan verdi.

Böyük verilənlərin keyfiyyəti ilə bağlı problemlər onların toplanmasının adətən avtomatlaşdırılmış şəkildə və bəzən dəqiqliyi yoxlanılmadan aparıldığına görə yaranır. Buna görə də, məlumatların keyfiyyəti şübhə doğura bilər və yanlış məlumatlarla işləmək yanlış qərarlara səbəb ola bilər.

Müxtəliflik Big data-nın təbii xüsusiyyətlərindəndir. Böyük verilənlər istənilən növ və formatda geniş çeşiddə istehsal oluna bilər. Məlumatlar struktur, yarımstruktur və struktursuz olaraq üç növdə olur. Bu tip informasiyaları toplamaq, birgə emal etmək üçün uyğun şəkllə salmaq çox çətin olur. [5]

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Əliquliyev R.M., Hacırahimova M. Ş. "Big Data" fenomenon: problemlər və imkanlar, informasiya texnologiyaları problemləri. 2014. №2. səh. 3-16.
2. Muhammad Qasim Yasin, Xiaowang Zhang, Rafiul Haq, Zhiyong Feng and Sofonias Yitagesu. A Comprehensive Study for Essentiality of Graph Based Distributed SPARQL

Query Processing. In International Conference on Database Systems for Advanced Applications. pages 156–170. Springer. 2018.

3. Hans B., Roeglinger M., Moser F., Heidemann J. Big Data: A Fashionable Topic with(out) Sustainable Relevance for Research and Practice? Business & Information Systems Engineering. P. 65-69. 01.04.2013. DO - 10.1007/s12599-013-0249-5

4. The digital universe in 2020: Big Data, Bigger Digital Shadows, and Biggest Growth in the Far East. Study report, IDC, December 2012. [www.emc.com/leadership/digital-universe/](http://www.emc.com/leadership/digital-universe/)

5. Todor Ivanov, Nikolaos Korfiatis, Roberto V. Zicari: On the inequality of the 3V's of Big Data Architectural Para-digms

## **ВАЖНОСТЬ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ФИНАНСОВО-БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ**

**А.Алиев**

[aliyevalim633@gmail.com](mailto:aliyevalim633@gmail.com)

**Н.Рагимова**

[nazila.rahimova@asoiu.edu.az](mailto:nazila.rahimova@asoiu.edu.az)

**Азербайджанский Государственный Университет Нефти и  
Промышленности**

Вы когда-нибудь задумывались о количестве данных, которые мы используем каждый день? Каждое отправленное сообщение, каждая платежная транзакция, даже каждый веб-сайт, который вы открываете...

Большие данные — это совокупность структурированных, полуструктурированных и неструктурированных данных, генерируемых в больших объемах, с большой скоростью и в большой разнообразии. Для самых дальновидных предприятий во многих отраслях эти данные предлагают бесконечные возможности для использования, и банковская отрасль не является исключением. В этом исследовании была отмечена взаимосвязь между банковским сектором и большими данными, отмечена важная роль больших данных, а также упомянуты области применения больших данных.

Поскольку банковский сектор является сектором, где ошибки и небрежность недопустимы, он всегда должен быть на шаг впереди пагубного человеческого мнения. Принимая во внимание все это, можно сказать, что ожидается увеличение областей использования технологий больших данных.

## **THE IMPORTANCE OF BIG DATA IN THE FINANCIAL AND BANKING SECTOR**

**A.Aliyev**

[aliyevalim633@gmail.com](mailto:aliyevalim633@gmail.com)

**N.Rahimova**

[nazila.rahimova@asoiu.edu.az](mailto:nazila.rahimova@asoiu.edu.az)

**Azerbaijan State Oil and Industry University**

Have you ever thought about the amount of data we use every day?

Every message sent, every payment transaction, even every website you open...

Big data is a collection of structured, semi-structured and unstructured data generated at high volume, speed and variety. Some industries are becoming a source of big data by creating new data or digitizing existing data.

In this article, the relationship between the banking sector and Big Data is mentioned, the important role of Big Data is mentioned, and the application areas of Big Data are referred to.

As the banking sector is a sector where mistakes and negligence cannot be accepted, it should always be one step ahead of the harmful human opinion. Taking into account all this, it can be said that it is expected to increase the areas of use of big data technologies.



## ELEKTRON DÖVLƏT LAYİHƏSİNİN İCRASI VƏZİYYƏTİ VƏ ONUN TEXNİKİ TƏMİNATI

M.T.İsmayılov

[mustafaismayilov@mail.ru](mailto:mustafaismayilov@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

İnformasiya sistemi müasir həyatın zəruri elementi olmaqla iqtisadiyyatın digər sahələri ilə sıx bağlıdır, daim yenilənir və operativ şəkildə inkişaf etdirilir. İnformasiya texnologiyaları sivilizasiyanın inkişafı amillərinin üzvi hissəsini təşkil edir.

İnformasiya texnologiyaları cəmiyyətin inkişafına müsbət təsir göstərən mühüm vasitədir. Bu, bir sıra dövlət qurumları, vətəndaş cəmiyyəti institutları, iqtisadi biznes, sosial sektor, eləcə də elm, təhsil, mədəniyyət sektorları və gündəlik həyata təsir göstərir. Bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində böyük nailiyyətlər əldə edilmişdir və beləliklə, informasiya texnologiyalarının gələcək dünya sivilizasiyasına rəhbərlik edəcəyinə heç kim şübhə etmir. [2]

Elektron hökumət (e-hökumət) internetdən istifadə edən dövlət və vətəndaşlar arasında interaktiv qarşılıqlı əlaqə sistemi, vətəndaşlar və güc strukturları arasında ənənəvi münasibətləri transformasiya edən dövlət idarəçiliyinin yeni modelidir.

Elektron interfeyslə təchiz edilmiş hökumət (onlayn hökumət, hökumət on-line, GOL) elektron hökumətdən fərqlənməlidir. Aydındır ki, elektron hökumət hər zaman onlayn interfeys vasitəsilə vətəndaşlarla bağlıdır. Ancaq həmişə onlayn hökumət elektron hökumət deyil. Sonuncu ənənəvi fəaliyyət formalarının daha dərindən yenidən qurulmasını tələb edir[2,3].

Elektron hökumət vətəndaşlara, biznes qurumlarına, hökumətin digər qollarına və dövlət məmurlarına informasiyanın təqdim edilməsi və artıq formalaşmış dövlət xidmətlərinin göstərilməsi üsuludur ki, burada dövlətlə ərizəçi arasında şəxsi qarşılıqlı əlaqə minimuma endirilir və informasiya texnologiyalarından maksimum istifadə olunur. [3]

Bu, bütün ölkə ərazisində inzibati proseslərin bütün kompleksinin avtomatlaşdırılmasına əsaslanan və cəmiyyətin hər bir üzvü üçün dövlət idarəçiliyinin səmərəliliyinin əhəmiyyətli dərəcədə artırılması və sosial kommunikasiya xərclərinin azaldılması məqsədlərinə xidmət edən bütöv bir dövlət idarəetmə sistemidir. Elektron hökumətin yaradılması sənədlərin idarə edilməsi və onların emalı prosesləri ilə bağlı bütün vəzifələrin həllini həyata keçirən ümummilli paylanmış dövlət idarəetmə sisteminin qurulmasını nəzərdə tutur.

Elektron hökumət modelində dörd fərqli əlaqə sahəsi var: [1]

1. dövlət xidmətləri və vətəndaşlar arasında (G2C - hökumətdən vətəndaşa),
2. dövlət və özəl şirkətlər (G2B - hökumətdən biznesə),
3. dövlət təşkilatları və onların işçiləri (G2E - hökumətdən işçiyə)
4. müxtəlif hökumət orqanları və hökumət səviyyələri arasında (G2G-hökumətdən hökumətə).

Elektron hökumətin aşağıdakı əsas məqsədləri var:

- ✓ əhaliyə və biznesə dövlət xidmətlərinin göstərilməsinin optimallaşdırılması;

- ✓ bütün seçicilərin ölkənin rəhbərliyi və idarə olunması proseslərində iştirak dərəcəsinin artırılması;
- ✓ sənədlərin işlənməsi və hazırlanması, idarəetmə qərarlarının qəbulu üçün əmək xərclərinin və vaxtın azaldılması;
- ✓ icra intizamının səviyyəsinin yüksəldilməsi və ona nəzarət mexanizminin sadələşdirilməsi
- ✓ əhaliyə xidmətlərin göstərilməsinin səmərəliliyinin (qanunvericiliklə müəyyən edilmiş müddətlərə əməl olunmasının) təmin edilməsi;
- ✓ tabeliyində olan təşkilatlarla, digər orqanlarla qarşılıqlı əlaqənin sürətləndirilməsi,
- ✓ dövlət orqanlarının və yerli özünüidarəetmə orqanlarının fəaliyyəti, habelə göstərdikləri xidmətlər haqqında məlumatların açıqlığının və əlçatanlığının təmin edilməsi;
- ✓ dövlət orqanlarının öz aralarında və əhali ilə qarşılıqlı əlaqəni təmin etmək üçün xərclərinin azaldılması. digər şəhərlərdə və ya uzaq ofislərdə yerləşən bölmələr;

Elektron hökumətin yaradılması nəinki daha səmərəli və daha az xərc tələb edən idarəetməni, həm də cəmiyyətlə hökumət arasında münasibətlərdə əsaslı dəyişiklikləri təmin edir. Son nəticədə bu, demokratiyanın təkmilləşdirilməsi və hökumətin vətəndaşlar qarşısında məsuliyyətinin artırılması amilidir.

“Elektron hökumət”in təşkilinin aşağıdakı prinsiplərini ayırd edə bilərik.

Vətəndaş yönümlülük. Layihənin siyasətini və istiqamətini vətəndaşlar (vergi ödəyiciləri) müəyyən etməlidir [1].

Rahatlıq və istifadə rahatlığı. “Rəqəmsal hökumət”də istifadə olunan bütün elektron proqramlar vətəndaşların sistemdən istifadəsini asanlaşdırmaq, müraciətlərə xidmət sürətini artırmaq və gözləmə vaxtlarını azaltmaq məqsədi daşıyır.

Biznes transformasiyası. Bütün proqram təminatı, arxitektura və infrastruktur, eləcə də e-hökumət siyasəti hökumət sistemini müvafiq dəyər zənciri ilə biznes modelinin səmərəliliyinə çevirməyə yönəlib.

Xərc və mürəkkəblik. Onlar minimum səviyyədə saxlanılmalıdır ki, sistemlə işləmək istər şəxsi, istərsə də korporativ istifadəçilər üçün çətinlik yaratmasın.

Xidmət. Elektron hökumətin səmərəliliyi onun ən yüksək xidmət keyfiyyətini təmin etməklə yanaşı, ən çox vətəndaşa tez və sərfəli şəkildə xidmət göstərmək qabiliyyətində də özünü göstərməlidir.

Yazışmalar. Elektron tətbiqlər təhlükəsizlik sistemlərinin ümumi arxitekturasına, identifikasiyaya, elektron ödənişlərə, eləcə də sistemin istifadəçi interfeysinin ümumi dizaynına tam uyğun olmalıdır [4].

Qərarların miqyası. Tətbiqlər sistemi təşkil edən müxtəlif strukturlar və orqanlar arasında qarşılıqlı əlaqəni və tam qarşılıqlı uyğunluğu təmin etməlidir.

İcra. Tətbiqlər xidmət və səylərin müddətini və mürəkkəbliyini azaltmaqla əməliyyatları təkmilləşdirmək məqsədi ilə uyğun olmalıdır.

Hesabat. Tətbiqlər məlumatların dəqiqliyini və əməliyyatları arxivləşdirmək və yoxlamaq qabiliyyətini artırmalıdır.

İcra sürəti. Ərizələrin yekunlaşdırılması və həyata keçirilməsi müddəti üç aydan doqquz aya qədər olmalıdır.

Fəaliyyətə hazırdır. Hökumətlər sisteme qoşulmağa və işlərini ona uyğunlaşdırmağa hazır olmalıdırlar.

Müəyyən riskləri qəbul edərkən bu orqanlar layihənin uğuruna və faydalılığına arxayın olaraq sağlam nümunələri və sağlam düşüncəni rəhbər tutmalıdırlar. [2]

Elektron hökumət arxitekturasının yaradılması mərhələlərinin və layihələrinin işlənilməsi və həyata keçirilməsində artıq beynəlxalq təcrübədə kifayət qədər təcrübə (həm müsbət, həm də mənfi) toplanıb. Bu gün elektron hökumətin formalaşdırılması

probleminin bütün şərtlərinə və həllinə cavab verə biləcək vahid şablon yoxdur. Hər bir ölkənin bu vəzifəni yerinə yetirmək üçün istifadə oluna bilən şərait, prioritetlər və mövcud resursların özünəməxsus kombinasiyası var. [3]

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Əliquliyev R.M. “İqtisadi proseslərdə informasiya texnologiyaları”. “Elm” nəşriyyatı. Bakı. 2002
2. Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2005-2008-ci illər üçün Dövlət Proqramı" (Elektron Azərbaycan)". 21 oktyabr 2005-ci il
3. Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. 10 may 2005-ci il
4. “Elektron imza və elektron sənəd haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunu. 9 mart 2004-cü il.

### **СТАТУС РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА И ЕГО ТЕХНИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА**

**М.Т.Исмаилов**

[mustafaismayilov@mail.ru](mailto:mustafaismayilov@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Развитие современных информационных технологий (внедрение электронного документооборота, создание порталов) привело к задаче повышения качества оказания государственных услуг перед государственными органами путем применения этих технологий в их практике.

На сегодняшний день существуют различные определения понятия «электронное правительство». Вкратце электронное правительство можно охарактеризовать как автоматизацию процесса предоставления государственных услуг. Группа Gartner определяет электронное правительство как постоянное улучшение предоставления услуг, участия граждан в политической жизни и управления путем преобразования внутренних и внешних отношений с помощью технологий, Интернета и современных средств массовой информации.

### **IMPLEMENTATION STATUS OF THE ELECTRONIC GOVERNMENT PROJECT AND ITS TECHNICAL SUPPORT**

**M.T.Ismayilov**

[mustafaismayilov@mail.ru](mailto:mustafaismayilov@mail.ru)

**Azerbaijan Technology University**

The development of modern information technologies (the introduction of electronic document circulation, the creation of portals) has led to the task of improving the quality of the provision of public services to state bodies by applying these technologies to their practice.

Today, there are various definitions of the concept of "electronic government". In short, e-government can be characterized as the automation of the process of providing public services. The Gartner Group defines e-government as the continuous improvement of service delivery, citizen political participation, and governance by transforming internal and external relationships through technology, the Internet, and modern media.





## **MÜHASİBAT HESABATININ TƏRKİBİ VƏ STRUKTURUNUN TƏHLİLİ**

**E.E.Nəhmədov**

[emilnhmdov@gmail.com](mailto:emilnhmdov@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**Y.B.Əhmədov**

**Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti**

Mühasibat hesabatı müəssisənin hesabat dövründə əmlak və maliyyə vəziyyətini konkret və anlaşıqlı formada xarakterizə edən hesabat formalarının məcmusudur. O, mühasibat uçotu məlumatlarının ümumiləşdirilməsinə əsaslanır, müəssisə ilə onun fəaliyyəti haqda informasiyalardan istifadə edən istifadəçiləri əlaqələndirən informasiya sistemidir.

Mühasibat hesabatı ilk sənədlərlə təsdiqlənən sintetik və analitik uçota əsasən tərtib olunur. Respublikamızda bütün müəssisələr üçün mühasibat hesabatının vahid formaları nəzərdə tutulmuşdur. Mühasibat hesabatının tərkibi və göstəricilərinin vahidliyi onun istifadəçilərinin müvafiq informasiyalara olan ehtiyacını ödəmək üçündür.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində üç növ hesabat tərtib oluna bilər:

- Müəssisənin özünün istehsal və idarə olunması üzrə xüsusi ehtiyaclarını ödəmək üçün;
- Müəssisə haqqında zəruri informasiyalara malik olmağa maraq göstərən kənar təşkilatlar üçün;
- Kütləvi informasiya vasitələrində dərc olunmaq üçün.

Təşkilati–hüquq formasından asılı olmayaraq hüquqi şəxs sayılan bütün müəssisələr üçün hesabat göstəriciləri qarşılıqlı əlaqədə olmalı və biri-birini tamamlamalıdır. Mühasibat hesabatlarına obyektiv zərurət müəssisələrin operativ qaydada idarə olunması, qarşıdakı kapital qoyuluşları və maliyyə riskləri üzrə əsaslandırılmış qərarların qəbul edilməsi tələblərindən irəli gəlir. Bu baxımdan hesabat müəssisələrin fəaliyyətinin başlıca cəhətlərini dəqiq və real surətdə açıqlamalıdır. [1]

Balans təsərrüfat vəsaitlərini və onların yaranma mənbələrini Azərbaycan Respublikasının valyutası (manat) ilə qeydiyyatda alır. Bilavasitə manatdan istifadə olunması təsərrüfat fəaliyyətinə qiymət vermək üçün müstəsna əhəmiyyətə malikdir.

Beynəlxalq standartlara görə mühasibat balansının düzgün qurulması aşağıdakıların əhatə olunması deməkdir:

1. Təsərrüfatda çoxsahəli bütün proseslərin tam xarakterizə edilməsini;
2. Təsərrüfat hadisələrinin düzgün qruplaşdırılması;
3. Hesabların düzgün müxabirləşməsini və s.

Mühasibat balansının aktivində təsərrüfat dövriyyəsinin müəyyən qrup ünsürləri göstərilir. Belə ki, “Dövriyyədən kənar aktivlər” adlı I bölmədə əks etdirilir:

- qeyri-maddi aktivlər;
- əsas vəsaitlər (binalar, qurğular, tikililər, maşın və avadanlıqlar və s.);
- uzunmüddətli maliyyə qoyuluşları və s.;
- “Dövriyyə aktivləri” adlı II bölmə dövriyyə vəsaitlərinin (cari aktivlər) müxtəlif maddələrini birləşdirir. [2]

Aktiv maddələr qanunvericiliyə və müxtəlif ölkələrin ənənələrinə uyğun surətdə balansda müəyyən sistem əsasında yerləşdirilir. Aktivin müxtəlif maddələri balansda əmlakın hərəkət dərəcəsindən asılı olaraq əks etdirilir.

Respublikanın uçot praktikasından görüldüyü kimi balansın I bölməsində daşınmaz əmlak qeydə alınır. Belə əmlak aydın məsələdir ki, fəaliyyətdə olduqları bütün müddət ərzində özlərinin ilk dəyərlərini dəyişmirlər. Daha sonra balansın aktivində ilk yerləri pul vəsaitləri, mallar, ehtiyatlar, bitməmiş istehsalatlar, debitorlar və s. əksini tapır. Balansın aktivinin belə bir quruluşu ABŞ və İngiltərə üçün xarakterikdir. Azərbaycan da isə belə bir sxem 20-ci illərin axırınadək tətbiq edilirdi. Əgər balansın aktivini müəssisənin əmlak kütləsinin əşya tərkibini açıqlayarsa, balansın passivi isə başqa təyinatla malikdir. Passivdə təşkilatın təsərrüfat fəaliyyətinə hansı kəmiyyətdə vəsait (kapital) qoyulduğu göstərilir. Bildiyimiz kimi son illərdə passiv “Müəssisə vəsaitlərinin əmələ gəlmə mənbələri və yerləşdirilməsi” adlanırdı. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində passiv daha çox alınmış sərvətlərə (xidmətlər) və yaxud təşkilat tərəfindən alınan resurslara (aktivlərə) görə öhdəliklərə uyğun gəlir.

Bu zaman öhdəliklərin hər şeydən əvvəl subyektlər üzrə qruplaşdırılması vacib hesab olunur. Öhdəliklər isə öz növbəsində təsərrüfatın mülkiyyətçiləri və üçüncü şəxslər (kreditorlar, bank və s.) üzrə ayrılıqda qruplaşdırılır. Balansda bu qaydada bölgünün çox mühüm əhəmiyyəti var. [3]

Mülkiyyətçilər qarşısındakı öhdəliklər öz növbəsində iki növə bölünür. Bu növlərin birisi təsərrüfat yaradılan zaman ilk haqq şəklində baş verir. Belə mənbələr nizamnamə kapitalı adlanır. İkinci öhdəlik mülkiyyətçilər qarşısında olur. Başqa sözlə, alınmış mənfəətin bir hissəsi hesabına əmələ gəlir. Öhdəliklərin ikinci növü balansın passivinin aşağıdakı maddələrində əks etdirilir:

- kapital ehtiyatları;
- emissiya gəliri;
- bölüşdürülməmiş mənfəət;

Mülkiyyətçilər qarşısındakı öhdəliklərin hər iki növü “xüsusi kapital” adlı anlayış kimi birləşdirilir. Ümumiyyətlə, xüsusi kapital iki əsas hissədən ibarətdir:

- a) səhmdar və payçılardan alınan kapital;
- b) təsərrüfat fəaliyyəti prosesində yaranan kapital.

Xüsusi kapitalın belə bölgüsü böyük praktik əhəmiyyət kəsb edir. [4]

Maliyyə hesabatının beynəlxalq standartlarına kapitalın birinci hissəsini həm də müəssisənin maliyyə resursları adlanır. Belə bir nöqtəyi-nəzərdən hamı tərəfindən qəbul edilmişdir ki, müəssisə öz kapitalını mühafizə etdiyi şəraitdə gəlir götürməlidir. Ümumiyyətlə, kapitalın hüquqi nöqtəyi-nəzərdən mühafizəsi və uçotun nəzəri mövqeyindən mühafizəsi anlayışlarını bir-birindən fərqləndirmək lazımdır.

Kapitalın mühafizəsinə hüquqi yanaşma məhdud məsuliyyətli müəssisələr və səhmdar cəmiyyətləri üçün də böyük əhəmiyyətə malikdir. Belə təşkilatların kapitalı dedikdə, onların qoyduqları resursların ümumi məbləği başa düşülür. Bu məbləğ cəmiyyətin mülkiyyətinə çevrilir. Müəssisə ilə iş aparan üçüncü şəxsin mənfəəti naminə həmin kapitalın vəsaitindən istifadə edilə bilməz. Başqa sözlə, kapitalın kəmiyyəti saxlanmalıdır. Təsadüfi deyildir ki, belə yanaşma bazar infrastrukturunu inkişaf edən bütün ölkələrdə qanunvericiliklə tənzimlənmişdir.

Uçot mövqeyindən kapitalın mühafizəsi öz əksini nizamnamə kapitalında tapır. Başqa sözlə, nizamnamə kapitalının ilin əvvəlinə məbləği ilin axırına məbləğinə bərabər olmalıdır. Bu qayda öz əksini mühasibat uçotunun vahid hesablar planının tətbiqinə dair əsasnamədə tapmışdır.

Passivin digər tərkib hissəsi xarici öhdəliklər (borclar) hesab olunur. Bu öhdəliklər uzun və qısa müddətli olur. Praktikada belə öhdəlikləri bəzən cəlb edilmiş kapital adlandırırlar. [5]

Xarici öhdəliklər (borclar) özlüyündə üçüncü şəxsin (investorlar, kreditorlar və s.) qoyduğu vəsaitə hüquqdur. Təsərrüfat nöqtəyi-nəzərindən xarici borc əmlakın (aktivin) mənbəyi, hüquqi cəhətdən isə təsərrüfat subyektinin borcu sayılır. Odur ki, borc vəsaitləri (kapitalı) və «xarici öhdəliklər» adlı anlayışlar birbirilə eynidir.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Mahmudov İ.M., Zeynalov T.Ş., İsmayılov N.M. İqtisadi təhlil. Dərslik. Bakı 2010
2. Müslümov S.Y., Kazimov R.N. Maliyyə təhlili. Dərslik. Bakı 2012
3. Rzayev Q. Mühasibat uçotunun beynəlxalq standartları və maliyyə hesabatı. Dərs vəsaiti – Bakı. “Adiloğlu”. 2004
4. Sadıqov M. və başqaları. Kooperativ maliyyə. Bakı
5. Абрятина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. М.: Дело и Сервис. 2000

### **АНАЛИЗ СОСТАВА И СТРУКТУРЫ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ**

**Э.Э.Нахмадов**

[emilnhmdov@gmail.com](mailto:emilnhmdov@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**Ю.Б.Ахмедов**

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

Бухгалтерский отчет представляет собой совокупность отчетных форм, характеризующих имущественное и финансовое положение предприятия в конкретной и понятной форме за отчетный период. Он основан на обобщении данных бухгалтерского учета, представляет собой информационную систему, связывающую предприятие и пользователей, использующих информацию о его деятельности.

Бухгалтерская отчетность составляется на основании синтетического и аналитического учета, что подтверждается первичными документами. В нашей республике разработаны единые формы бухгалтерской отчетности для всех предприятий. Состав бухгалтерской отчетности и единообразие ее показателей призваны удовлетворить потребности ее пользователей в актуальной информации.

### **ANALYSIS OF THE COMPOSITION AND STRUCTURE OF THE ACCOUNTING REPORT**

**E.E.Nakhmadov**

[emilnhmdov@gmail.com](mailto:emilnhmdov@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

**Y.B.Ahmadov**

**Azerbaijan State Agrarian University**

The accounting report is a set of report forms that characterize the property and financial situation of the enterprise in a concrete and understandable form during the reporting period. It is based on the summarization of accounting data; it is an

information system that connects the enterprise and the users who use the information about its activities.

The accounting report is prepared on the basis of synthetic and analytical accounting, which is confirmed by the first documents. In our republic, uniform forms of accounting reports have been designed for all enterprises. The composition of the accounting report and the uniformity of its indicators are intended to meet the needs of its users for relevant information.



### **RƏQƏMSALLAŞMANIN MƏŞĞULLUĞA TƏSİRİ**

**S.C.Məmmədov**

[s.memmedov@uteca.edu.az](mailto:s.memmedov@uteca.edu.az)

**A.V.Məmmədova**

**C.İ.Cabbarov**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

İqtisadiyyatın rəqəmsallaşması əmək bazarına təsir göstərir. Belə ki, rəqəmsallaşma iş formalarını, iş tələblərini eləcə də iş dünyasını dəyişdirir. İnnovasiyalı məhsulların, proseslərin və texnikaların yaranması böyük imkanlar açmaqla yanaşı, işəgötürənlər və işçilər üçün məşğulluq problemləri də yaradır. Çünki rəqəmsallaşma mövcud iş yerlərini dəyişdirir, yeni tapşırıqları yerinə yetirmək üçün yeni bacarıqlar tələb edir. Bunun üçün mövcud işçi qüvvəsi yenidən hazırlanmalı və ya onlar müasir biliklərə malik işçilər tərəfindən əvəz edilməlidir.

Rəqəmsal iqtisadiyyat texnologiyaların vasitəsilə həyata keçirilən iqtisadi, sosial fəaliyyətləri özündə cəmləşdirir. Ona görə də rəqəmsal iqtisadiyyata konkret tərif verilmir.

Rəqəmsal iqtisadiyyat üçüncü sənaye inqilabından dördüncü sənaye inqilabına keçidi əks etdirir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın formalaşması ilə əmək bazarında bir çox dəyişikliklər baş vermişdir. Belə ki, yeni rəqəmsal texnologiyaların, xüsusilə də süni intellektin təşəkkül tapması bir çox sektorlarda iş yerlərinin itirilməsinə səbəb olmuşdur. Ancaq bəzi sahələrdə isə əksinə olaraq inkişafa təkan verir. Çünki, rəqəmsal iqtisadiyyat yeni və fərqli bacarıqlar, yeni nəsil sosial müdafiə siyasətləri və işləməklə sərbəstlik arasında yeni qarşılıqlı əlaqəni tələb edir. Məhz ona görə də bu iqtisadiyyatda məhdud rəqəmsal bacarıqlara sahib olan işçilər, rəqəmsal iqtisadiyyat üçün daha adekvat bacarıqlara sahib olanlarla rəqabət edə bilmir və müxtəlif iş yerləri avtomatlaşma sayəsində aradan qalxır.

Dünyada iqtisadiyyatda baş verən rəqəmsallaşma şəbəkə iqtisadiyyatı, blokçeyn texnologiyaları, verilənlərin təhlili, süni intellekt, üçölçülü istehsal, neyrotexnologiyalar kimi yeni peşə bacarıqlarına tələbi artırır. [2]

Rəqəmsal iqtisadiyyatda yüksək texnologiyaların tətbiqi nəticəsində qısa zamanda böyük həcmdə istehsala malik olmaq mümkündür. Rəqəmsal iqtisadiyyat texnologiyaların təminatı baxımından böyük xərclərin və genişmiqyaslı əlaqələrin qurulmasını tələb etməsinə baxmayaraq əhatə dairəsi və fəaliyyət zonasına görə çox geniş ərazini tutur. İnsanların rəqəmsal iqtisadiyyatın və rəqəmsallaşmanın inkişaf etdiyi bir dövrdə yaranan yeni iş yerlərində işləyə bilmələri üçün yüksək səviyyədə ixtisaslaşmalı və özlərini həmin sahələr üzrə daim inkişaf etdirməlidirlər.

Rəqəmsal iqtisadiyyat məşğulluğa təsir göstərir. Rəqəmsal iqtisadiyyat şəraitində məşğulluq problemləri daha da aktuallaşır. İnsan əməyinin, istehsalın avtomatlaşdırılması, və bu kimi proseslər nəticəsində işsizliyin səviyyəsinin artmasına səbəb olur. [3]

Rəqəmsal iqtisadiyyat şəraitində müasir dövrdə Azərbaycan Respublikasında dövlətin sosial-iqtisadi siyasətinin əsas istiqamətlərindən birini də əmək bazarının tənzimlənməsi, ölkə əhalisinin tam və əlverişli məşğulluğunun təmin olunması təşkil edir. Məşğulluq sahəsində həyata keçirilən proqramların, qeyri-neft sektorunun inkişafına yönəldilmiş tədbirlərin, regionlara böyük həcmdə investisiyaların yönəldilməsinin, bölgələrdə yeni iş yerlərinin, müəssisələrin, infrastruktur obyektlərinin yaradılmasının ölkədə məşğulluğun təmin olunmasında böyük rolu olmuşdur. [4]

Müasir dövrdə insan resurslarının idarə edilməsində, əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində əmək bazarının sistemli şəkildə öyrənilməsi və tənzimlənməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Əmək bazarının meyanizmini işəgötürənlərlə əmək qabiliyyətli əhalinin müxtəlif maraqlarının birgə əlaqəsi və razılığı təşkil edir. Əmək bazarında işçi qüvvəsinə olan tələbi iqtisadiyyatda olan tələbatla müvafiq əmtəə və xidmətlərin istehsalına işəgötürənlər tərəfindən lazımi işçilərə tələbat təşkil edir. İşçi qüvvəsinə olan təklif isə maddəli əmək fəaliyyəti ilə məşğul olmağa hazır işsiz əhalidən ibarətdir.

Rəqəmsallaşma dövründə ölkəmizdə məşğulluğun təmin edilməsi, işsizliyin maksimum aradan qaldırılması istiqamətində böyük işlər görülmüşdür. 2016-cı ildən başlayaraq ölkədə gerçəkləşdirilən islahatlar yeni keyfiyyət mərhələsinə keçmiş və başlıca hədəflər milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə Strateji Yol Xəritələrində öz ifadəsini tapmışdır. Əhalinin məşğulluğunun, iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətli işçi qüvvəsi ilə təmin olunması, əmək bazarında çevik siyasətin həyata keçirilməsini təmin edən institutlar vasitəsilə sosial dialoqun inkişafı, inklüziv məşğulluğun artmasına nail olunması əsas strateji hədəf və prioritetlər kimi müəyyən edilmişdir. [1]

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi. 2016.
2. Abbasov İ., Əliyev T. Qeyri-neft sənayesinin iqtisadiyyatı. Bakı. 2017.
3. Dövlət Məşğulluq Agentliyinin Nizamnaməsi. 2020.
4. “2019–2030-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyası”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı. 2018.

#### **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ЗАНЯТОСТЬ**

**С.Дж.Мамедов**

[s.memmedov@uteca.edu.az](mailto:s.memmedov@uteca.edu.az)

**А.В.Мамедова**

**Дж.И.Джаббаров**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Цифровизация экономики влияет на рынок труда. Таким образом, цифровизация меняет формы работы, требования к работе и мир труда. Появление инновационных продуктов, процессов и технологий открывает большие возможности, но также создает проблемы с трудоустройством для работодателей и работников. Потому что оцифровка меняет существующие рабочие места, требуя новых навыков для выполнения новых задач. Для этого существующая рабочая сила должна быть переподготовлена или заменена работниками с современными знаниями.

#### **IMPACT OF DIGITALIZATION ON EMPLOYMENT**

**S.J.Mammadov**

[s.memmedov@uteca.edu.az](mailto:s.memmedov@uteca.edu.az)

**A.V.Mammadova**



**J.İ.Jabbarov**

**Azerbaijan Technological University**

The digitalization of the economy affects the labor market. Thus, digitalization is changing the forms of work, work requirements and the world of work. The emergence of innovative products, processes and techniques opens up great opportunities, but also creates employment problems for employers and employees. Because digitization is changing existing jobs, requiring new skills to perform new tasks. For this, the existing workforce needs to be retrained or replaced by workers with modern knowledge.



**AZƏRBAYCANDA RƏQƏMSAL MARKETİNQİN İNKİŞAFININ MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ**

**T.N.Rəcəbli**

[toqrulrcbli@gmail.com](mailto:toqrulrcbli@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Statistika göstərir ki, dünyada 4 milyarda qədər şəxs sosial şəbəkələrdən istifadə edir. Onların hər biri orta hesabla vaxtının 2,5 saatını sosial şəbəkələrdə keçirir. Rəqəmsal marketinq təkə onlayn ticarət üçün şərt deyil. Son dövrlərdə əksər şirkətlərdə rəqəmsal marketinqdən təkə satış üçün deyil, həm də markanın tanıtılması, müştərilərlə əlaqələrin inkişaf etdirilməsi məqsədilə də istifadə olunur. Bu sahə ölkəmizdə nisbətən gənc sahələrdən olduğu üçün Azərbaycanla bağlı bu sahədə məlumatlara az rast gəlinir. O internetlə daha ucuz şəkildə geniş kütlələrə çatacaq mühit formalaşdırır və marketinq strategiyalarını tamamilə dəyişdirir. Rəqəmsal platformaların təklif etdiyi fürsətlərdən istifadə edən müəssisələr daha az xərclə daha böyük kütlələrlə işləyir.

Rəqəmsal marketinqlə bağlı müxtəlif baxışlar mövcuddur: interaktiv marketinq, onlayn marketinq, internet marketinqi və ya elektron marketinq. O, 4 ardıcıl mərhələdən ibarətdir: əldə et, qazan, təhlil et və optimallaşdır. Bu dörd mərhələ bir-birinin davamıdır və müəssisələr üçün strateji əhəmiyyətə malikdir.

“Əldə et” metodunda müştərini veb sayta və ya satış prosesinin həyata keçirdiyi səhifəyə cəlb etmək üçün istifadə olunan fəaliyyətlər müzakirə olunur. Bu metodun əsas üsulları axtarışın optimallaşdırılması (SEO), sosial şəbəkə marketinqi, elektron poçt marketinqi, viral marketinq və mobil marketinqdir.

Axtarışın optimallaşdırılması (SEO: Search Engine Optimization) – axtarışın nəticələr səhifəsində brendin veb saytının ön sıralarda görünməsi üçün həyata keçirilən bütün işlərin məcmusudur. Axtarış motorunda bir söz yazıldıqda universal alqoritm işləməyə başlayır və həmin sözlə əlaqəli bütün veb saytlar səhifənin yuxarı hissəsində öz əksini tapır. Axtarış motorları axtarışlarında qərar vermək üçün bir çox meyarlar var. Axtarış motoru optimallaşdırması bu meyarları optimallaşdırır və populyar axtarış motorlarında birinci yeri tutmasını təmin edir. SEO-dan hal-hazırda Contak-Com, İrşad, Baku-Elektroniks kimi şirkətlər müvəffəqiyyətlə istifadə edirlər.

Sosial şəbəkə marketinqi, bir məhsulun və ya xidmətin tanıtılmasını təmin edən və markanın nüfuzunu artıran, sosial şəbəkələr, bloqlar və məzmun paylaşması kimi sosial veb vasitələri ilə həyata keçirilən birbaşa və ya dolaylı marketinq fəaliyyətidir.

Elektron poçt marketinqi dedikdə, şirkətlərin rəqəmsal yeniliklərdən istifadə edərək məhsulun tanıtılmasında, ünsiyyət, satış və marketinq fəaliyyətlərində elektron poçt metodlarından istifadə etməsi başa düşülür.

Gəlir Tərəfdaşlığı - şirkətin əmtəə və xidmətlərini elektron ticarət saytı vasitəsilə ziyarətçilərə satması nəticəsində formalaşan komissiya əsaslı satış marketinq üsuludur. Bu sistemdə üç növ gəlir modeli mövcuddur:

- 1) abunəyə görə ödəmə (Cpl: Cost-Per-Lead);
- 2) satışa görə ödəmə (Cps: Cost-Per-Sale)
- 3) klik ödəmə (Cpc: Cost-Per-Click).

Viral marketing, əmtəə və xidmətləri tanımaq, marka imicini gücləndirmək və satış həcmələrini artırmaq üçün istehlakçı rabitə şəbəkələrindən istifadə etməkdir. Mobil marketing müəssisələrin məhsul və xidmətlərinin mobil rabitə kanalları vasitəsi ilə marketingdir.

“Əldə et” metodunda istifadə olunan fəaliyyətlərin həyata keçirilməsində məqsəd müştəriyə çatmaq və onun marağını qazanmaqdır.

“Ölç və optimallaşdır” metodunu rəqəmsal marketing fəaliyyətinin ən vacib mərhələsi adlandırmaq olar. Bu metod şirkətə müvəffəqiyyətini ölçməyə, nəyin yaxşı və nəyin səhv olduğunu başa düşməyə, habelə özünü rəqibləri ilə müqayisə etməyə imkan verən testlər və analiz metodları tətbiq olunmasından ibarətdir.

Veb analitik proqramın köməyi ilə “əldə et və qazan” mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlər qiymətləndirilir və optimallaşdırılacaq hissələr nəticələrə uyğun olaraq müəyyən edilir, veb saytın uğur meyarları rəqiblərin uğur meyarları ilə müqayisə olunur.

“Sahib çıx və təkmilləşdir” mərhələsində əsas fəaliyyət mövcud müştəriləri razı salmaq və onlar üçün ən yaxşı xidməti göstərməkdən ibarətdir.

Rəqəmsal dəyişiklik - rəqəmsal, sosial, mobil və yeni texnologiyalardan istifadə edərək müştəriyə dəyər qazandıran, iş proseslərini yaxşılaşdıran və şirkətlərin bazar payını artırmağa imkan verən yeni iş və düşüncə üsullarına keçid prosesidir. Bu dəyişiklik şirkətlərin iş modellərində, strategiyalarında, məhsullarında və xidmətlərində, qərar vermə proseslərində, müştəri təcrübələrində və təşkilati strukturlarında özünü göstərməkdədir. Sürətlə inkişaf edən texnologiya sayəsində günümüzün rəqəmsal dünyası bir çox kanal vasitəsilə məlumat, məhsul və xidmətlərə əvvəlkindən daha sürətli səviyyədə çatmaq imkanı təklif edir. [1] Ənənəvi marketing tədricən öz təsirini itirməyə başlayır. İnkişaf edən texnologiya insanların həyat səviyyələrini, alış və istehlak vərdişlərini dəyişdirir. Müəssisələrin fərqlənməsi və istehlakçıların diqqətini cəlb etməsi getdikcə çətinləşir. Bu dəyişikliyi dərk edən şirkətlər rəqəmsal kanallar vasitəsilə hədəf auditoriyalarına daha sürətli çatmağa və reklam xərclərinin böyük hissəsini bu sahəyə yönəltməyə istiqamətlənir. Mütəxəssislərin fikrincə bəzi hallarda, geniş auditoriyaya müraciət etməkdənsə, düzgün hədəf auditoriyasını müəyyənləşdirmək və onlarla ünsiyyət qurmaq daha təsirli ola bilər. Əhəmiyyəti davamlı olaraq artan rəqəmsal marketing fəaliyyətləri gələcəkdə həm müəssisələr, həm də istehlakçılar üçün əsas meyar olacaqdır. İstehlakçılar müəssisələrin rəqəmsal mühitdəki aktiv fəaliyyətinə əsasən seçim edəcəklər. Məsələyə müəssisələr prizmasından yanaşsaq onlar da aşağı qiymət və digər üstünlükləri qiymətləndirəcəklər.

Qloballaşmanın yaratdığı sürətli dəyişikliklərə hər bir inkişaf etməkdə olan ölkə kimi Azərbaycan da texnoloji inkişafı yaxından izləyir. Həm kompüter istifadəçilərinin, həm də internet istifadəçilərinin ümumi ölkə əhalisində payı ildən-ilə artır. Statistika nəzər yetirsək 2022-ci ilin yanvar ayında Azərbaycanda 8,32 milyon internet istifadəçisi olduğunu görürük. 2022-ci ilin əvvəlinə Azərbaycanda internetin istifadə səviyyəsi ümumi əhalinin 81,1 faizini təşkil edib. 2021-2022-ci illər arasında Azərbaycanda internet istifadəçilərinin sayı 65 min (+0,8 faiz) artıb. 2022-ci ilin yanvar ayında Azərbaycanda 5,20 milyon sosial şəbəkə istifadəçisi olduğu qeyd edilir. Bu isə ümumi əhalinin yarısından çoxunun sosial şəbəkə istifadəçisi olduğu deməkdir. [2]

Beynəlxalq müstəvidə baş verən yeniliklər Azərbaycanda ödəniş sistemlərinin daha da inkişaf etməsinə və eyni zamanda ölkə daxilində innovativ məhsulların çeşidlilik səviyyələrinin artmasına səbəb olmuşdur. Nağdsız ödənişlərin inkişafına mane olan başlıca problemləri aradan qaldırmaq, yaşayış yerindən asılı olmayaraq ölkənin istənilən ərazisində əhali və biznesin daha ucuz və əlverişli maliyyə xidmətlərinə çıxış imkanlarını artırmaq və növbəti strateji dövr ərzində rəqəmsal ödəniş göstəriciləri üzrə müsbət tendensiyanı qoruyub saxlamaq məqsədilə “Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankının 2021-2023-cü illər üçün Rəqəmsal Ödəniş Strategiyası” hazırlanmış və Strategiya üzrə nəzərdə tutulan tədbirlərin icrasına başlanılmışdır. Azərbaycan ötən il ərzində Milli Ödəniş Sistemi (XÖHKS, AZİPS) vasitəsilə reallaşdırılan əməliyyatların sayı 70.8 milyon ədəd, ümumi həcmi isə 217.7 milyard manat olmuşdur. Milli Ödəniş Sisteminin əsas komponentləri olan iri və təcili

ödənişlər üzrə AZİPS (Real Vaxt Rejimində Banklararası Hesablaşmalar Sistemi) üzrə həyata keçən ödənişlərin sayı 1.1 min ədəd, həcmi 183.8 mlrd. manat, xırda və daim təkrarlanan ödənişlərin elektron daşıyıcılarla həyata keçirilməsinə imkan verən XÖHKS (Xırda Ödənişlər üzrə Hesablaşma Klirinq Sistemi) üzrə isə ödənişlərin sayı 69.6 mln. ədəd, həcmi 33.9 mlrd. manat olmuşdur. 2020-ci illə müqayisədə aparılan əməliyyatların sayında AZİPS üzrə 22.8%, XÖHKS üzrə isə 18.2% artım olmuşdur. [1]

Beləliklə rəqəmsal marketinqdən istifadə istehlakçılarda informasiya axtarışını asanlaşdırır. Alıcılar evdən çıxmadan bir çox şirkətləri və məhsulları yerində təhlil edə və özlərinə uyğun məhsulları seçə bilirlər. Ona görə də şirkətlər öz alıcılarına uyğun rəqəmsal marketinq strategiyası qurmalı, respublikamızda olan markalar üçün rəqəmsal kanal kimi sosial mediaya üstünlük verməlidirlər. İştirakçılar rəqəmsal platformanı etibarlı mənbə hesab edirlər. Bu baxımdan rəqəmsal platformadan tək cə satış məqsədilə deyil, həm də məlumat mənbəyi kimi istifadə edərək istehlakçıların rəğbətini qazana bilirlər. Azərbaycan şirkətlərinin məlumat mənbəyi kimi 3 kanaldan istifadəsi daha məqsədəuygundur. Youtube, veb sayt/bloq və sosial şəbəkələr, e-poçt təsiri daha zəif olan kanal olduğuna görə xərclərin hesablanması zamanı nəzərə alınmalıdır.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı. 2021-ci ilin Yanvar-Dekabr ayları üzrə rəqəmsal ödənişlər icmalı. fevral. 2022
2. <https://www.stat.gov.az/>

### **АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**Т.Н.Раджабли**

[togrulrcbli@gmail.com](mailto:togrulrcbli@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Основной целью предприятий является реализация выпускаемой ими продукции независимо от ее вида, формы управления и масштабов. В Азербайджане этот вопрос особенно актуален в современных условиях, так как мы должны как восстанавливать освобожденные от оккупации территории, так и развивать экономику страны в целом, а также добиваться широкого применения современных цифровых технологий на этих территориях (“Умный город”, “умное село” и др.).s). В последнее время наблюдается стремительный рост числа пользователей интернета, наша ока отстает в этой сфере. В качестве основных причин этого в исследовательской работе указывается слабое развитие технологической базы, полное отсутствие правовой базы, слабые международные связи в этой области, отсутствие специалистов высокого уровня, отмечается, что наиболее успешным маркетинговым инструментом в Азербайджане является электронный маркетинг. Если мы сможем эффективно организовать рынок услуг цифрового маркетинга в будущем, это не только для субъектов рынка, важную роль могут сыграть в повышении потенциала и повышении эффективности маркетинговых услуг в стране.

### **ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF DIGITAL MARKETING DEVELOPMENT IN AZERBAIJAN**

**T.N.Rajabli**

[togrulrcbli@gmail.com](mailto:togrulrcbli@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The main goal of enterprises is to sell the products they produce, regardless of their type, form of management and masshtab. In Azerbaijan, this issue is especially relevant in modern conditions, as we need to restore our liberated territories and, along with the overall development of the country's economy, achieve the widespread use of modern digital technologies in these territories (“Smart City”, “Smart Village”, etc.).s). In recent years, there has been a rapid increase in the number of internet users, our bull is lagging behind in this

area. In the research work, the main reason for this is the weak development of the technological base, the complete lack of legal framework, the weak international relations in this area, the lack of high-level specialists, noting that e-mail marketing is the most successful of the marketing tools in Azerbaijan. If we can effectively organize the digital marketing service market in the future, it is not only for market entities, marketing services in the country can play an important role in increasing its potential and improving its efficiency.



**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA BƏLƏDİYYƏLƏRİN İQTİSADI ƏSASLARININ MÖHKƏMLƏNDİRİLMƏSİ YOLLARI**

**A.M. Allahverdiyeva**

[nallaherdiyev@bk.ru](mailto:nallaherdiyev@bk.ru)

**S.Ş. Əlizadə**

**T.T. Abbasov, Ş.S. Əlizadə**

[alizadeh.shakir@gmail.com](mailto:alizadeh.shakir@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Yerli özünüidarəetmə orqanlarının təşkili və fəaliyyətində onların iqtisadi əsaslarının yaranması vacib şərtlərdən biridir. Bələdiyyələrin iqtisadi əsaslarını bələdiyyə mülkiyyəti, dövlət mülkiyyətində olan və bələdiyyələrin istifadəsinə verilmiş yerli əhalinin tələbatının ödənilməsinə xidmət edən əmlak və yerli maliyyə vəsaitləri təşkil edir. [1]

Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasına görə ölkədə üç mülkiyyət növü müəyyən edilib:

- dövlət mülkiyyəti;
- bələdiyyə mülkiyyəti;
- xüsusi mülkiyyət.

1995-1998-ci illərdə həyata keçirilən özəlləşdirmə proqramında bələdiyyə mülkiyyətinə aid heç bir qeyd yoxdur. Bələdiyyə mülkiyyətinə veriləcək obyektlər dəqiqləşdirilmədən özəlləşdirmə proseslərinə başlanıldı. Bu da bələdiyyə mülkiyyətinin yaranmasında başlıca problem yaratmışdı. Bizə elə gəlir ki, bələdiyyələrə veriləcək obyektlərin, müəssisələrin təsnifatı əvvəlcədən müəyyən edilməli və onların özəlləşdirilməsi isə qadağan olunmalı idi. Lakin məlum olduğu kimi, dövlət özəlləşdirmə proqramında yalnız iki növ obyektlərin özəlləşdirilməsinə qadağa qoydu:

- birincisi, strateji obyektlər (müdafiə və s. məsələlər ilə bağlı olan müəssisələr);
- ikincisi, prezidentin sərəncamında olan müəssisələr (yəni bunlar yalnız birbaşa ölkə başçısının sərəncamı ilə özəlləşdirilə bilər).

Fikrimizcə buraya gələcəkdə bələdiyyələrin mülkiyyətinə keçəcək obyekt və müəssisələri də daxil edərək onların qabaqcadan özəlləşdirilməsinin qarşısı alınmalı idi.

Bu gün ümumi mənzərə belədir ki, bələdiyyə mülkiyyətinə veriləcək obyektlər, müəssisələrin əksəriyyəti artıq özəlləşdirilib. Eyni vəziyyət bələdiyyə torpaqlarına da aiddir. Məlum olduğu kimi ölkədəki torpaq fondunun 33%-i bələdiyyə mülkiyyətinə aid edilməlidir. [4]

Lakin hamımız çox gözəl bilir ki, bu torpaqların da sərəncamçısı hələlik icra hakimləri olduğu üçün onlar da həmin torpaqların satışı ilə məşğul olurlar.

Bələdiyyə ərazilərində olan bir sıra torpaqlar da bu gün qanunsuz surətdə çoxlu sayda mülklər, villalar tikilib, yeni faktiki olaraq bələdiyyə torpaqlarının bir qismi artıq indidən zəbt olunub.

Bələdiyyə mülkiyyəti ilə bağlı göstərilən bu neqativ hallar bələdiyyələrin iqtisadi əsaslarına mənfi təsir göstərir onların fəaliyyətinə neqativ istiqamətdə təsir edir.



Biz bu sahə ilə bağlı təklif edərdik ki, bələdiyyə üzvləri öz qanuni haqlarını tələb etməkdən çəkinməsinlər. Bələdiyyələr hazırda dövlət mülkiyyətində olan, yerli əhəmiyyətli mahiyyət kəsb edən, bələdiyyələrə verilməsi mümkün olan, bütün obyektlərin, müəssisələrin, mənbələrin, əmlak, torpaq sahələrin qeydiyyatını aparsınlar, qanunauyğun şəkildə bələdiyyələrə aid edilməsi barədə təkliflər hazırlasınlar. [5]

Dünya təcrübəsinə baxıldıqda məsələn, Türkiyədə görürük ki, orada ayrıca illər Bankı (Bələdiyyə Bankı) sistemi mövcudur ki, onların da vəzifəsi bələdiyyələrə qısa və uzunmüddətli məqsədli kreditlər ayırmaqdır.

Əhalinin mənzil, kommunal xidmətlər və s. ehtiyaclarını ödəmək üçün bələdiyyələr məhz həmin bankların kreditlərindən istifadə edə bilirlər. Bu təcrübə bu gün Moskva şəhərində də həyata keçirilir. Fikrimizcə bu təcrübənin Azərbaycanda da tətbiqi çox yaxşı nəticələr verə bilər. Çünki bizdə ən böyük sosial problemlərdən biri əhalinin mənzil ehtiyacının təmin edilməməsidir. Təklif edərdik ki, əgər bizdə də bələdiyyə bankları yaradılsa, o zaman yerli özünüidarəetmə qurumları onlardan kreditlər alaraq bu problemin həllində müəyyən dərəcədə yardımçı ola bilsinlər. [6]

Şübhəsiz ki, bələdiyyələrin normal fəaliyyəti birbaşa olaraq onların maliyyə imkanları ilə bağlıdır. Bələdiyyələrin iqtisadi əsaslarından birini maliyyə vəsaitləri təşkil edir. Hal-hazırda isə bələdiyyələr onlara aid vergi və ödəniş növlərindən yalnız ikisini torpaq və əmlak vergisini toplaya bilir.

Əksər bələdiyyələrin demək olar ki, heç yerli büdcələri yaradılmayıb. Dövlət tərəfindən hər il bələdiyyələrə xüsusi ayrımlar - dotasiya ayrılır. Belə ayrımların müasir elmi prinsipləri gözlənilmədiyindən, bələdiyyələrin qeyri-bərabər inkişafı daha çox sürətlə gedir. Bələdiyyələrin inkişaf səviyyəsini təxminən bir-birinə yaxınlaşdırmaq işi problem kimi qalmaqda davam edir. Bu işdə daha çox təcrübəsi olan ölkələrdən öyrənməliyik. Belə bir təklif oluna bilər ki, dövlət dotasiyalar əvəzinə bələdiyyələrin öz maliyyə mənbələrinin artırılması və onlara aid olan vergilərin hamısının toplanılmasında köməklik göstərilməsi imkanlarını genişləndirmək xəttini əsas götürsün. Bununla bələdiyyələrin ələ baxımlılıq kimi mənfi praktikası aradan qalxar. [6]

Belə ki, resurslar, mənbələr, ehtiyatlar çoxdur və bələdiyyələr bölgələrdə özlərinə gərəkli olan maliyyə vəsaitlərinə sahiblənməyə imkan əldə etsələr bu gerçəkdən rayonlarımızın gələcəkdə inkişaf etməsinə səbəb olar.

Bu gün ən ciddi problemlərdən biri də bələdiyyələrə məxsus əmlakı onlara verilməməsi ilə bağlıdır. Halbuki bu haqda qanun, həm də Azərbaycan Respublikası prezidentinin imzaladığı fərman var. Bunlar müvafiq olaraq:

- “Dövlət əmlakının bələdiyyələrə verilməsi qaydası və müddətləri haqqında əsasnamə”;

- “Dövlət əmlakının bələdiyyələrə verilməsi qaydası və müddətləri haqqında əsasnamənin təsdiq edilməsi barədə” (11 iyun 2001-ci il).

Lakin bütün bunlara baxmayaraq hələ də bələdiyyələr bu əmlaka sahib ola bilməmişlər. Əmlaka sahib olmaq üçün lazımı sənədləri hazırlasalar yəqin ki, onlar buna müvəffəq olurlar. [7]

Ən vacib məsələlərdən biri də yerli şəraitə uyğun olaraq bələdiyyənin inkişaf səviyyəsini nəzərə alaraq iqtisadi proqramların tərtibinə başlamazdan əvvəl, bələdiyyə mülkiyyətində olan müəssisə və təşkilatların siyahısının tərtibi vacibdir. Ümumiyyətlə, iqtisadi inkişaf proqramlarının tərtibində əvvəl regionun sosial iqtisadi inkişaf səviyyəsi təhlil edilməlidir. Bələdiyyələrin inkişafının əsas bazası, təbii iqlim şəraiti və sərvətlərinin əsasında perspektiv inkişaf proqramlarının tərtib edilməsi və aidiyyəti üzrə təşkilatlarla həmin məsələlərin birgə yerinə yetirilməsi tələblərinin işlənilməsi hazırlanmasıdır.

Bunlardan başqa təklif edərdik ki, bələdiyyələr ayrı-ayrılıqda deyil, region üzrə fəaliyyət göstərsələr, bir-birlərinə köməklik göstərə bilər və onların fəaliyyəti daha da



effektli olar. Bu zaman inkişaf etmiş bələdiyyələrə, daha çox inkişaf etmiş bələdiyyələr köməklik göstərərək onların inkişafını daha da sürətləndirə bilər. Eyni zamanda onlar arasında işbirliyi qurular və region üzrə inkişaf proqramları hazırlayaraq həmin ərazidə yaşayan əhalinin sosial-iqtisadi təlabatının ödənilməsinə tam müvəffəq olurlar. [8]

Yuxarıda göstərilən təkliflər nəzərə alınsa, bu bələdiyyələrin iqtisadi əsaslarının möhkəmlənməsinə müsbət təsir edər.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. İqtisadi nəzəriyyə. Bakı. 1999
2. Səlimzadə M. Yerli özünüidarəetmə orqanlarının maliyyə mənbələri, onlardan istifadə etmək səlahiyyəti və imkanları. “Qanunçuluq” jurnalı №2. 2002. səh .47.
3. Bələdiyyə bələdçisi. Bakı 2000
4. Bələdiyyələr yerli özünüidarəetmənin təşkilatı formasıdır. Bakı-1999
5. Nəbiyev E. Bələdiyyələrin regional inkişafının maliyyə mənbələri. “Azərbaycan” qəzeti 11 noyabr 2000 ci il. səh. 3.
6. Səlimzadə M. Bələdiyyə mülkiyyətinin müəyyənləşməsi” “Azərbaycan” qəzeti. 31 avqust 1999-cu il. səh 1-3.
8. Səlimzadə M., Nəbiyev E. Bələdiyyə idarəçiliyində mülkiyyət və maliyyə məsələləri. “Xalq” qəzeti. 20 aprel 2000-ci il. səh 3.
9. Əliyev A., Qasımov Ə., Zeynalov V., Cəfərov Z. Bələdiyyələrə elmi-metodik kömək Bakı 2002
10. Lətifov İ.M. Mülkiyyət və sahibkarlıq. Bakı-95.

### **ПУТИ УКРЕПЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОСНОВ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**А.М.Аллахвердиева**

[nallaherdiyev@bk.ru](mailto:nallaherdiyev@bk.ru)

**Ш.С.Ализаде**

[alizadeh.shakir@gmail.com](mailto:alizadeh.shakir@gmail.com)

**Т.Т.Аббасов**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Одним из важных условий организации и деятельности органов местного самоуправления является создание их экономической базы. Экономической основой муниципальных образований являются муниципальная собственность, имущество, находящееся в государственной собственности и предоставленное муниципальным образованиям для удовлетворения потребностей местного населения, и местные финансовые ресурсы. Большинство муниципалитетов почти никогда не создавали местные бюджеты. Ежегодно государство выделяет специальные ассигнования – субсидии муниципалитетам. Поскольку современные научные принципы такого распределения не предполагают, неравномерность развития муниципальных образований идет быстрее, чем ожидалось.

### **WAYS OF STRENGTHENING THE ECONOMIC FOUNDATIONS OF MUNICIPALITIES IN AZERBAIJAN REPUBLIC**

**A.M.Allahverdieva**

[nallaherdiyev@bk.ru](mailto:nallaherdiyev@bk.ru)

**Sh.S.Alizade**

[alizadeh.shakir@gmail.com](mailto:alizadeh.shakir@gmail.com)

**T.T.Abbasov**

**Azerbaijan Technological University**

One of the important conditions for the organization and operation of local self-government bodies is the creation of their economic basis. The economic foundations of

municipalities are municipal property, property owned by the state and provided to the municipalities to meet the needs of the local population, and local financial resources. Most municipalities have almost never created local budgets. Every year, the state allocates special allocations - subsidies to municipalities. Since the modern scientific principles of such allocations are not expected, the uneven development of municipalities is going faster than expected.



## **E-TİCARƏTDƏ BIG DATA TEXNOLOGİYASININ TƏTBİQİ**

**E.Y.Bədəlzadə**

[eminbadalzadeh@gmail.com](mailto:eminbadalzadeh@gmail.com)

**B.H.Əsgərova**

**Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti**

**Big data mənbələri.** Bu gün dünənə nəzərən daha çox məlumat mənbəyi vardır. Smartfonlar, planşet kompüterlər, sensorlar, tibbi avadanlıqlar, veb trafik qeydləri, sosial şəbəkələrdə qarşılıqlı əlaqə və əczaçılıq, meteorologiya, simulyasiya kimi sahələrdə həllər təmin edən elmi araşdırmalar kimi bir çox mənbə big datanı qidalandırır. Bununla belə, veb mühitinin artan struktur müxtəlifliyi müxtəlif mediada və mövzularda (məsələn, əyləncə, idman, texnologiya) veb səhifələrdə big data məzmununun təmin edilməsinə gətirib çıxarır.

**Strukturlaşdırılmış verilənlər.** Strukturlaşdırılmış verilənlər modelləşdirilməsi, daxil edilməsi, saxlanması, sorğulanması, manipulyasiyası və vizuallaşdırılması asan olan bütün növ verilən tiplərini ifadə edir. Ümumiyyətlə, o, müəyyən növ və ölçülərdə əvvəlcədən müəyyən edilmiş sahələrdə təqdim oluna və relyasiya verilənlər bazalarında və ya cədvəllərdə idarə oluna bilər.

**Yarı strukturlaşdırılmış verilənlər.** Yarımstrukturlaşdırılmış və ya özünü izah edən, özünü təsvir edən (self-describing) verilənlər strukturlaşdırılmış məlumat tipini əks etdirsələr də, öz mahiyyətinə görə yalnız sət modelini ehtiva etmirlər. Yarı strukturlaşdırılmış məlumatların ən məşhur nümunələri arasında XML (Extensible Markup Language) və JSON (JavaScript Object Notation) proqramlaşdırma dilləri var.

**Strukturlaşdırılmamış verilənlər.** Strukturlaşdırılmamış verilənlər müəyyən edilmiş formatdan başqa təqdim olunan və saxlanılan qeydlərin növləridir. O, adətən kitablar, məqalələr, sənədlər, e-poçtlar kimi pulsuz formatdakı mətn və şəkilərdən, audio və videolar kimi media fayllarından ibarətdir.

Big data aşağıdakı funksiyalar toplusundan ibarətdir:

- Həcm (Volume): Axındakı məlumatlar böyük həcmdə olmalıdır, çünki toplanmış məlumatların yalnız faydalı hissəsi konvertasiya oluna bilər.
- Müxtəliflik (Variety): Təhlil olunan məlumat növü nə qədər çox olarsa, nəticə bir o qədər səmərəli olar. Ona görə də mənbələr, informasiya strukturları və formatları müxtəlif olmalıdır.
- Dəyər (Value): Dəyər ən müəyyənədir xüsusiyyətdir. İnformasiyanın big data kimi qiymətləndirilməsi üçün o, emal edildikdən və çevrildikdən sonra müxtəlif şərtlərdə və əməliyyatlarda dəyərli olmalıdır.
- Sürət (Velocity): Məlumat axınının böyük sürətlə davam edəcəyi və təhlilin eyni sürətlə edilə biləcəyi gözlənilir. Çünki hər keçən gün daha çox məlumat rəqəmsal mediaya daha sürətlə ötürülür və big data bu sürətə yetişməsi lazım olan bir anlayışdır.
- Dəqiqlik (Veracity): Əldə edilən məlumatların hamısı düzgün hesab edilə bilməz. Qeyri-dəqiq məlumatlar nəzərə alınmamalıdır. Həqiqəti əks etdirməyən məlumatlar big data sayıla bilməz.

**Big Datanın Tətbiq Sahələri.** Big data tədqiqatçıların suallarına cavab tapmağı və fərdi davranışları və icma meyllərini proqnozlaşdırmağı asanlaşdırır. Bundan əlavə, big data iqtisadi və kommersiya fəaliyyətlərindən dövlət idarəçiliyinə, milli təhlükəsizlikdən elmi araşdırmalara qədər bir çox sahədə istifadə olunur. Big data tətbiqlərinin əsasını təşkil edən

mühüm məqsədlərdən bəziləri istehlakçı təcrübələrini yaxşılaşdırmaq, xərcləri azaltmaq, daha yaxşı marketing strategiyaları yaratmaq və mövcud proseslərin səmərəliliyini artırmaqdır. [3]

**Pərakəndə və Ticarətdə Big data Tətbiqləri.** Pərakəndə satışda big data axını beş ölçüdə vizuallaşdırıla bilər: müştərilər (hər bir müştəri haqqında ətraflı məlumat), məhsullar, vaxt, yer və kanallar. Pərakəndə satışda big datadan istifadənin əsas üstünlükləri arasında səhmlərin dəqiq göstərilməsi, vaxtında təhlil edilməsi, alış-veriş modellərindən əldə edilə bilən məlumatlardan istifadə etməklə işçi qüvvəsinin məşğulluğunun optimallaşdırılması və müştəri münasibətlərində davamlılığın təmin edilməsi daxildir.

E-ticarətin əsaslarını qoyan və günümüzün ən böyüklərindən biri hesab edilən Amazon big datadan fəal şəkildə istifadə edirsə və hər kəsin ondan istifadə etməsinə imkan verən Amazon Web Services (AWS) platformasını qurubsa, big data həqiqətən vacibdir. Big datanın əhəmiyyətini göstərən verilənlərin analizi və çevrilməsi nəticəsində görülə biləcək bəzi faydaları aşağıdakı kimi sıralamaq olar:

- Strateji qərarlar qəbul edərkən dəqiq müəyyən etmək bacarığı;
- Əməliyyat proseslərini ən səmərəli şəkildə təşkil etmək;
- Müştəriləri daha yaxşı və daha dəqiq başa düşmək;
- Xərcləri mümkün olan ən aşağı səviyyəyə endirmək.

Hər bir sahənin öz resursları olduğundan toplanacaq və təhlil ediləcək verilənlərin mövzusu və strukturu da müəyyən edilməlidir. Bu halda, e-ticarət saytlarının big data təhlili necə aparılır? [1] Beləliklə, e-ticarət saytlarında big data analizi apararkən müştəri davranışından başlamaq ideal ola bilər. Müştərilər öz alış-verişləri haqqında məlumatları təkcə e-ticarət saytında deyil, axtarış hissələrində, sosial mediada və mobil proqramlarda daxil edə bilərlər. Big datanın şəbəkə qarşılıqlı əlaqəsi olan bütün alətlərdən toplanma biləcəyini vurğulamışıdıq. Bu detala əsasən, müştərilərin fiziki mağaza təcrübələri də analiz edilə bilər. Çünki onlayn alıcılar mağazaya gələrək məhsulları fiziki olaraq görmək və təcrübədən keçirmək üçün rəy verə bilərlər. [2]

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Archenaa J., Mary Anita E.A.. A Survey of Big Data Analytics in Healthcare and Government. 2nd International Symposium on Big Data and Cloud Computing (ISBCC'15). Procedia Computer Science 50. 2015. 408 – 413
2. Asgarova B.H., Gurbanov H.R. A decision support system targeting the selection of cnc machine tools suitable for machining conditions and workpiece properties. International Asian Congress On Contemporary Sciences-VI , May 27-29, 2022 Van-Türkiye.
3. Chandra S., Ray S., Goswami R. T. Big Data Security: Survey on Frameworks and Algorithms. IEEE 7th International Advance Computing Conference (IACC), Hyderabad, India, (2017, 05-07 Ocak). 48-54.

## **ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

**Э.Ю.Бадалзаде**

[eminbadalzadeh@gmail.com](mailto:eminbadalzadeh@gmail.com)

**Б.Х.Аскерова**

**Азербайджанский Государственный Университет Нефти и  
Промышленности**

Большие данные - это новая концепция, описывающая данные различной структуры, в разных объемах, которые не могут быть обработаны традиционными методами системы управления базами данных и состоят из различного цифрового содержимого.

## **APPLICATION OF BIG DATA TECHNOLOGY IN E-COMMERCE**

**E.Y.Badalzadeh**

[eminbadalzadeh@gmail.com](mailto:eminbadalzadeh@gmail.com)

**B.H.Asgarova**

**Azerbaijan State Oil and Industry University**

Big Data is a new concept that describes data of different structures, in different volumes, which cannot be processed by traditional database management system methods and consists of various digital contents.



**YENİ NƏSİL TEXNOLOGİYALARIN HƏRƏKƏTVERİCİ QÜVVƏSİ**

**M.H.Urkayev**

[m.urkayev@uteca.edu.az](mailto:m.urkayev@uteca.edu.az)

**S.F.Babakışiyeva**

[s.babakishiyeva@uteca.edu.az](mailto:s.babakishiyeva@uteca.edu.az)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Yeni nəsil texnologiyalar yaxın onillikdə geniş yayılacaq, texnologiyalar beşinci nəsil marketing üçün əsas olacaqdır. Onlar şirkətləri keçmiş biznes məhdudiyyətlərindən azad edirlər. Uzaqdan fəaliyyət göstərən texnologiyalar şirkətlərə coğrafi maneələri dəf etməyə kömək edir. Blokçeyinin istifadəsi maliyyə xidmətləri sənayesi kimi məlumatlara həsas olan sənayelərdə təhlükəsizliyi artırır. Robot texnikasından və “əşyaların İnterneti”ndən istifadə yüksək riskli mühitlərdə insan resurslarına ehtiyacı azaldır. [1]

Texnologiyanın yüksəlişi həqiqətən altı hərəkətverici qüvvənin yetkinliyi sayəsində mümkün olmuşdur: hesablama gücü, açıq mənbə proqram təminatı, internet, bulud hesablamaları, mobil qurğular və böyük məlumatlar.

Yeni nəsil texnologiyalar getdikcə daha güclü və eyni zamanda qənaətcil avadanlıq tələb edir. Yarımkeçirici texnologiyasında irəliləyişlər və kiçilən prosessor ölçüləri daha çox güc və daha az enerji sərfiyyatı deməkdir. Onlar süni intellekt maşınlarının kiçik olmasına və özünü idarə edən avtomobillər və ya robotlar kimi real vaxt rejimində cavab tələb edən tətbiqlər üçün uyğun olmasına imkan verir. [4]

Güclü aparat eyni dərəcədə güclü proqram sistemləri tələb edir. Süni intellekt proqramının qurulması adətən illərlə inkişaf tələb edir. Burada açıq mənbə proqram təminatı bu prosesin sürətləndirilməsində mühüm rol oynayır. Birgə inkişafı təşviq edən Microsoft, Google, Facebook, Amazon və IBM kimi böyük müəssisələr süni intellekt tədqiqatları və alqoritmlərində açıq mənbəli proqram təminatından istifadə edirlər. [3] Bu, beynəlxalq tərtibatçı icmaları vasitəsilə sistemlərin daha sürətli təkmilləşməsinə gətirib çıxarır. Oxşar açıq mənbə modelləri robotatexnika, blokçeyn və “əşyaların İnterneti”ndə istifadə edilir.

Yeni texnologiyalar arasında ən çox oyunu dəyişdirən internetdir. “Simli şəbəkədən evə qədər” və 5 G simsiz texnologiyası arasında şəbəkə konvergensiyası (yaxınlaşması) İnternet sürətinə artan tələbatı ödəyir. İnternet, həmçinin “Əşyaların İnterneti” və ya blokçeyn kimi şəbəkə ilə əlaqəli texnologiyalar üçün əsasdır. [1] Artırılmış (əlavə edilmiş) reallıq (AR), virtual reallıq (VR) və səsle aktivləşdirilən sistemlər kimi interaktiv texnologiyalar da yüksək sürətli internetə çox etibar edir, çünki onların rəvan işləməsi üçün aşağı şəbəkə gecikməsi tələb olunur.

Bulud hesablama hərəkətverici qüvvəsi istifadəçilərə uzaqdan işləməyə imkan verən kompüter sistemlərinin, xüsusilə proqram təminatının və şəbəkə yaddaşının paylaşmasını təmin edir.

Paylanmış hesablama meyl mobil cihazların inkişafı ilə mümkün olmuşdur. Mobil hesablamanın inkişafı o qədər böyük olmuşdur ki, ən müasir smartfonlar artıq fərdi kompüterlər qədər güclüdür və onları əksər insanlar üçün işləmək və internetə çıxış üçün əsas qurğuya çevirir.

Böyük məlumatlar tamaşanın son çatışmayan hissəsi rolunu oynayır “süni intellekt” texnologiyaları maşın öyrənməsi və alqoritmin təkmilləşdirilməsi üçün böyük həcmdə və geniş çeşiddə məlumat tələb edir. [4] İnternet brauzerləri, e-poçt, sosial şəbəkələr və ani messencerlərdən, xüsusən də mobil cihazlarda gündəlik istifadə bunu təmin edir. İnternet məlumatların üstün cəhətli edir ki, ənənəvi bazar araşdırması məlumatlarından fərqli olaraq onlar onlayn, real vaxt rejimində və geniş miqyasda toplana bilər. Üstəlik, saxlama xərcləri azalır və imkanlar daha sürətlə böyüyür, bu da böyük həcmli məlumatların idarə olunmasını asanlaşdırır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Филип Котлер, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаван. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. / (перевод с англ. А.Горман). Москва: Бомбора. 2022. 272 с.
2. Alaatin Çakıl. Sosial medya ile dijital pazarlama. 2017
3. <http://www.virtual-kurs.com/2020/08/suni-intellekt-artificial-intelligence.html>

#### **ДВИЖУЩАЯ СИЛА ТЕХНОЛОГИЙ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ**

**М.Г.Уркаев**

[m.urkayev@uteca.edu.az](mailto:m.urkayev@uteca.edu.az)

**С.Ф.Бабакишиева**

[s.babakishiyeva@uteca.edu.az](mailto:s.babakishiyeva@uteca.edu.az)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Так же, как ранние формы искусственного интеллекта помогли союзникам выиграть Вторую мировую войну, технологии расширят возможности бизнеса и позволят компаниям делать вещи, которые ранее были невозможны, освобождая их от прошлых бизнес-ограничений, а технологии следующего поколения будут нацелены на более эффективный, человеческий маркетинг. подход.

#### **THE DRIVING FORCE OF NEXT GENERATION TECHNOLOGIES**

**M.H.Urkaev**

[m.urkayev@uteca.edu.az](mailto:m.urkayev@uteca.edu.az)

**S.F.Babakishiyeva**

[s.babakishiyeva@uteca.edu.az](mailto:s.babakishiyeva@uteca.edu.az)

**Azerbaijan Technological University**

Just as early forms of AI helped the Allies win World War II, technology will empower businesses and enable companies to do things that were previously impossible, freeing them from past business constraints, and next-generation technologies will aim for more effective, human marketing an approach.





## ЭЛЕКТРОННАЯ ЦИФРОВАЯ ПОДПИСЬ-КЛЮЧ К КОМФОРТНОЙ ЖИЗНИ

Н.А.Гаджиева

[n.haciyeva@uteca.edu.az](mailto:n.haciyeva@uteca.edu.az)

Х.Б.Мамедов

[x.mammadov@uteca.edu.az](mailto:x.mammadov@uteca.edu.az)

Н.М.Мамедова

[nargiz.m03@mail.ru](mailto:nargiz.m03@mail.ru)

### Азербайджанский Технологический Университет

“Внедрение в Азербайджане всех признаков ИКТ приведет к скачку в данной сфере, а также окажет положительное влияние на другие секторы”.

Ильхам Алиев – Президент Азербайджанской Республики.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что на сегодняшний день, когда повсеместно вводится электронный документооборот, крайне актуальным становится вопрос «Как обеспечить точное установление авторства документов и исключить возможность подделки?». Все документы, которые официально входят в нашу жизнь могут быть подписаны непривычным для нас пока способом – с помощью электронной подписи. И так в статье рассматривается сущность электронной подписи и его значение в повседневной жизни.

*Что же такое электронная подпись?* Электронная подпись – реквизит электронного документа, предназначенный для защиты от подделки. Электронную подпись можно определить как подписание документа не с помощью ручки, а с помощью ввода посредством компьютера набора цифр, символов, при этом подписывается не бумажный документ, а изложенный с помощью компьютерной техники. Электронная подпись – это инструмент подтверждения юридической значимости действий как частных лиц, так и организаций, ведь по сути она является полноценным аналогом подписи, удостоверяющий личность ее владельца.

Дело в том, что основная суть использования электронных документов заключается в удаленном присутствии лица и сторон, которые должны его подписать, т.е. к примеру, необходимо подписать договор о поставке товаров и обе стороны физически присутствуют рядом, то нет необходимости использовать компьютер и цифровые технологии – договор скрепляется собственноручно подписями, присутствующими сторонами. В то же время предлагается, что если стороны договора находятся в разных городах или странах, то здесь им на помощь должны прийти современные технологии. Электронная подпись – это не модное нововведение, а реальная повседневная необходимость.

*Из чего же состоит ЭП?* Все просто, ЭП может храниться на одном носителе, например на флэш-карте. Внутри она состоит из 3 частей: криптограммы, закрытого ключа и открытого ключа. [2]

*Криптограмма* – это программное обеспечение, которая нужна для работы с ЭП.

*Закрытый ключ* – это уникальная последовательность символов, которая известна только владельцу, она предназначена для создания подписи в электронных документах.

*Открытый ключ* однозначно соответствует закрытому ключу и предназначен для подтверждения подлинности ЭП. Выглядит он как сертификат, т.е. файл, содержащий сведения о пользователе.

Чтобы подписать документ владельцу ЭЦП достаточно установить в дисковод компьютера дискету, содержащую принадлежащий ему закрытый ключ.

Для работы с электронной подписью нужен криптопровайдер — программа, с помощью которой осуществляют криптографические операции. Одним из самых популярных криптопровайдеров является «КриптоПро CSP».

Каково же состояние проблемы электронной подписи в Азербайджане?

В соответствии с Национальной Стратегией по Информационным и Коммуникационным Технологичам во имя развития Азербайджанской Республики 9 марта 2004г. Президент И. Алиев подписал закон АР об электронной подписи и электронном документе. [3]

Использование ЭП позволяет осуществить: контроль целостности передаваемого документа; защиту изменений, подделки документа; невозможность отказа от авторства. [4]

На основании постановления президента АР от 3 июня 2005 г. Об обеспечении выполнения закона создание центра Сертификатных услуг поручено Министерству Связи и Информационных Технологич АР. Однако распоряжением президента АР от 11 октября 2021 года Министерство связи и высоких технологий было переименовано в Министерство цифрового развития и транспорта.

*Где же применяется ЭП?* Использование и внедрение ЭП возможно во всех средах социальной и экономической среды. ЭП будет внедрена в таких системах как: проведение опросов, выдача паспорта установление личности; выплата налогов, социальной карты и карты здоровья; электронные выборы, организации голосования, учебный процесс электронный экзамен; виртуальные покупки, интернет-банкинг.

И так рассмотрим сферы применения электронной подписи. В каких же сферах применяется электронная подпись? внутренний документооборот; подписание накладных и счет-фактур; участие в электронных торгах; обмен с контрагентами; удаленная регистрация ККТ (контрольно-кассовая техника); прием маркированных товаров; подача заявлений в ФНС и другие госорганы; заключение и расторжение трудовых договоров.

Почему всё-таки выгодно использование электронной подписи?

В заключении можно прийти к следующему выводу; использование электронной подписи предполагает:

- экономию времени, уходящего на операции делопроизводства;
- ведение официальной переписки в электронной форме и повышение надежности;
- быстрое рассмотрение обращений граждан в соответствующие органы;
- достижение развития электронной коммерции;
- прозрачность отношений между государством и государственными органами и предпринимателями.

Электронная подпись безусловно может считаться существенным шагом на пути к решению вопросов безопасности в республике.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Электронная подпись и шифрование // МО ПНИЭИ
2. Беззубцев О. Юридическая сила электронных документов.
3. Закон АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ 9 марта 2004 года №602-III
4. Шадура А.А., Гуцин Е.А.Электронная подпись. Просто о сложном. Челябинская обл.Ridero. 2019 г.58 с.

### **ELEKTRON RƏQƏMSAL İMZA - RAHAT HƏYATIN AÇARIDIR**

**N.A.Hacıyeva**

[n.haciyeva@uteca.edu.az](mailto:n.haciyeva@uteca.edu.az)

**X.B.Məmmədov**

[x.mammadov@uteca.edu.az](mailto:x.mammadov@uteca.edu.az)

**N.M.Məmmədova**

[nargiz.m03@mail.ru](mailto:nargiz.m03@mail.ru)

#### **Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Seçilmiş mövzunun aktuallığı ondan ibarətdir ki, elektron sənəd dövriyyəsinin hər yerdə tətbiq olunduğu bu gün “Sənədlərin müəllifliyinin dəqiq müəyyən edilməsini necə təmin etmək və saxtakarlıq ehtimalını necə istisna etmək olar?” sualı son dərəcə aktuallaşır. Rəsmi olaraq həyatımıza daxil olan bütün sənədlər bizim üçün hələ də qeyri-adi olan şəkildə - elektron imzanın köməyi ilə imzalana bilər. Beləliklə, məqalədə elektron imzanın mahiyyəti və gündəlik həyatda əhəmiyyəti müzakirə olunur.

### **ELECTRONIC DIGITAL SIGNATURE IS THE KEY TO A COMFORTABLE LIFE**

**N.A.Gadzhieva**

[n.haciyeva@uteca.edu.az](mailto:n.haciyeva@uteca.edu.az)

**X.B.Mammadov**

[x.mammadov@uteca.edu.az](mailto:x.mammadov@uteca.edu.az)

**N.M.Mammadova**

[nargiz.m03@mail.ru](mailto:nargiz.m03@mail.ru)

#### **Azerbaijan Technological University**

The relevance of the chosen topic lies in the fact that today, when electronic document management is introduced everywhere, the question “How to ensure the exact establishment of the authorship of documents and exclude the possibility of forgery?” becomes extremely relevant. All documents that officially enter our lives can be signed in a way that is still unusual for us - with the help of an electronic signature. And so the article discusses the essence of the electronic signature and its importance in everyday life.



## **TƏŞKİLATLARIN İNNOVATİV FƏALİYYƏTİNİN RİSK TƏHLİLİ**

**S.Ə.Hüseynova**

[sitarehuseynova998@gmail.com](mailto:sitarehuseynova998@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Innovasiya bugünkü rəqabətli biznes mühitində təşkilatlar üçün inkişafın əsas hərəkətverici amilidir. Innovasiya fəaliyyəti həmişə sabit sayda amilləri özündə birləşdirən bir risk ehtiva edir. Onların fəaliyyətin nəticələrinə təsirini əvvəlcədən dəqiq hesablamaq mümkün deyil. Müəyyən bir layihəni seçərkən onun effektivliyini, qeyri-müəyyənliyini və risk faktorlarını qiymətləndirmək lazımdır. Sahibkarın bazar şəraitində iqtisadi davranışı sahibkarın öz riski ilə öz imkanlarına uyğun olaraq seçdiyi fərdi proqrama əsaslanır.

Bazar iştirakçıları əvvəlcə uğurun qarantiyası olan əvvəllər məlum, birmənalı olaraq müəyyən edilmiş parametrlərdən məhrumdurlar: daha çox bazar payı, sabit qiymətlərlə məhsuldar resurslara çıxış, pul vahidlərinin dayanıqlı alıcılıq qabiliyyəti, sahibkarlıq və digər iqtisadi fəaliyyətin normalarına dəyişməz münasibət.

Innovasiya fəaliyyəti, sahibkarlıq fəaliyyətinin digər sahələri ilə müqayisə etsək, daha çox risk nəzərdə tutur. Bu belədir, çünki innovativ sahibkarlıqda uğurlu nəticəyə demək olar ki, tam təminat yoxdur. Böyük təşkilatlarda bu risk bir neçə dəfə azdır, çünki adi iqtisadi fəaliyyətin miqyası onu kompensasiya edir. Müəssisələrin innovasiya risklərinin idarə edilməsində bütün mümkün risk növlərini müəyyən etmək, onları müəyyən etməyi bacarmaq, risklərin idarə edilməsi şöbələrinin işini bacarıqla təşkil etmək lazımdır.

Innovativ fəaliyyətdə riskləri azaltmaq üçün təşkilatlar innovativ fəaliyyətlərinin risk təhlili aparmalıdırlar. Risk təhlili təşkilatlara innovativ fəaliyyətləri ilə bağlı potensial riskləri müəyyən etməyə, qiymətləndirməyə və prioritetləşdirməyə kömək edən bir prosesdir. Bu, risklərin müəyyən edilməsini, bu risklərin ehtimalının və təsirinin qiymətləndirilməsini və bu risklərin azaldılması və ya idarə edilməsi üçün strategiyaların işlənilməsinə hazırlanmasını əhatə edir.

Risk təhlilində ilk addım potensial riskləri müəyyən etməkdir. Bunu keçmiş innovasiya layihələrini nəzərdən keçirmək və yaranan risk növlərini araşdırmaq yolu ilə etmək olar. Potensial risklər müəyyən edildikdən sonra növbəti addım həmin risklərin ehtimalını və təsirini qiymətləndirməkdir. Bu, hər bir riskin baş vermə ehtimalını və onun təşkilata potensial təsirini qiymətləndirməyi əhatə edir. Məsələn, risk qeyri-adekvat maliyyələşdirmə və ya kifayət qədər bazar araşdırması səbəbindən innovativ layihənin uğursuzluğu ola bilər. Bu riskin təsiri təşkilat üçün əhəmiyyətli maliyyə itkiləri ola bilər.

Hər bir riskin ehtimalını və təsirini qiymətləndirdikdən sonra növbəti addım həmin riskləri idarə etmək və ya azaltmaq üçün strategiyaların hazırlanmasıdır. Bu, fəvqəladə

hallar planlarının işlənilib hazırlanması, risklərin azaldılması üçün resursların ayrılması və risklərin monitorinqi sistemlərinin yaradılması kimi risklərin idarə edilməsi təcrübələrinin həyata keçirilməsini əhatə edə bilər.

Qeyd etmək vacibdir ki, risk təhlili birdəfəlik proses olmamalıdır. İnnovativ layihələr irəlilədikcə yeni risklər yarana bilər və mövcud risklər inkişaf edə bilər. Buna görə də, risk təhlili müntəzəm olaraq nəzərdən keçirilən və yenilənən davamlı bir proses olmalıdır.

İnnovativ fəaliyyətlərin risk təhlili təşkilatlara bir sıra faydalar gətirə bilər. O, təşkilatlara potensial riskləri erkən müəyyən etməyə kömək edə bilər, onlara bu riskləri azaltmaq və ya idarə etmək üçün qabaqlayıcı tədbirlər görməyə imkan verə bilər. Bu, layihənin uğursuzluqları ehtimalını azalda bilər, nəticədə əhəmiyyətli xərclərə qənaət edilir. Bundan əlavə, o, təşkilatın nüfuzunu artırmağa bilər, çünki maraqlı tərəflər təşkilatı fəal və məsuliyyətli hesab edəcəklər.

Risk menecerləri müxtəlif risklərin idarə edilməsi tədbirlərinin effektivliyini qiymətləndirmək və onlardan istifadə üçün tövsiyələr vermək üçün məlum metodlardan istifadə etməli və ya müəssisənizin fərdi xüsusiyyətlərinə yönəlmiş öz metodologiyasını hazırlamalıdır.

Nəticə etibarilə, innovasiya təşkilatların rəqabətə davamlı qalması üçün vacibdir, lakin o, həm də özünəməxsus risklərlə gəlir. Buna görə də, təşkilatların potensial riskləri müəyyən etmək, onların ehtimalını və təsirini qiymətləndirmək və bu riskləri azaltmaq və ya idarə etmək üçün strategiyalar hazırlamaq üçün innovativ fəaliyyətlərinin risk təhlili aparması vacibdir. Bununla təşkilatlar uğur şanslarını artırmağa və əhəmiyyətli maliyyə itkilərinin qarşısını ala bilərlər.

## **АНАЛИЗ РИСКОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ**

**С.А.Гусейнова**

[sitarehuseynova998@gmail.com](mailto:sitarehuseynova998@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Иновационная деятельность всегда сопряжена с риском, включающим фиксированный набор факторов. Заранее точно рассчитать их влияние на результаты деятельности невозможно. При выборе конкретного проекта необходимо оценить его эффективность, неопределенность и факторы риска. Экономическое поведение предпринимателя в рыночных условиях основывается на индивидуальной программе, выбранной предпринимателем на свой страх и риск и в соответствии со своими возможностями.

## **RISK ANALYSIS OF THE INNOVATIVE ACTIVITY OF ORGANIZATIONS**

**S.A.Huseynova**

[sitarehuseynova998@gmail.com](mailto:sitarehuseynova998@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

Innovation activity always involves a risk that includes a fixed number of factors. It is impossible to accurately calculate their impact on the results of the activity in advance. When choosing a particular project, it is necessary to evaluate its effectiveness, uncertainty and risk factors. The economic behavior of the entrepreneur



in market conditions is based on the individual program chosen by the entrepreneur at his own risk and in accordance with his capabilities.



## **YERLİ ÖZÜNÜİDARƏETMƏNİN HÜQUQİ ƏSASLARI**

**A.M.Allahverdiyeva**

[nallaherdiyev@bk.ru](mailto:nallaherdiyev@bk.ru)

**T.T.Abbasov**

**F.E.Əliyeva**

**C.M.Sadıqzadə**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Məlumdur ki, yerli özünüidarəetmənin formalaşması uzun və mürəkkəb prosesdir. Həmçinin keçid dövrünün sosial-iqtisadi çətinlikləri də yerli özünüidarəetmənin formalaşmasında bir sıra problemlər yaratmışdır. Hesab olunur ki, real və effektiv yerli özünüidarəetmə hüquqi, təşkilati, ərazi, iqtisadi-maliyyə əsaslarının mövcudluğu ilə şərtlənir. Bu əsaslar yerli özünüidarəetmənin sərbəstliyinə və onların dövlət orqanlarına münasibətdə müstəqilliyinə zəmanət verir.

Hüquq elmində yerli özünüidarəetmənin əsaslarına dair yekdil fikir mövcud deyildir. Bugünə kimi yerli özünüidarəetmənin əsasları və prinsiplərinin nisbəti barədə mübahisələr də öz həllini tapmamışdır.

Respublikamız üçün yeni olan yerli özünüidarəetmənin formalaşması və səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün mükəmməl hüquqi bazanın yaradılması zəruridir.

Yerli özünüidarəetmənin Konstitusiyada möhkəmləndirilməsi mühüm hüquqi əhəmiyyət kəsb edir. Ayrı-ayrı dövlətlərin Konstitusiyalarının təhlili göstərir ki, yerli özünüidarəetmənin konstitusiya səviyyəsində reqlamentləşdirilməsi öz rəngarəngliyi ilə fərqlənir. Bəzi dövlətlərin Konstitusiyalarında yerli özünüidarəetməyə çox geniş yer verilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, federasiyalarda olduğu kimi, unitar dövlətlərdə də yerli özünüidarəetmənin hüquqi tənzimlənməsi müxtəlifdir. Bəzi ölkələrin əsas qanunlarında yerli özünüidarəetməyə ümumiyyətlə yer verilmir (Danimarka), Gürcüstanın Konstitusiyasının 2-ci maddəsində yerli özünüidarəetmə məsələlərinə çox qısa şəkildə toxunulmuşdur. Bəzi ölkələrin Konstitusiyasında isə yerli özünüidarəetməyə ayrıca fəsil həsr olunmuşdur. Belə dövlətlər sırasında Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasını da göstərmək olar. Bütövlükdə, yerli özünüidarəetmənin fəaliyyətini tənzimləyən normativ hüquqi aktları iki qrupa bölmək olar: milli (öz növbəsində dövlət və yerli) və beynəlxalq. Bələdiyyələrin fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik aktlarının sistemini aşağıdakı kimi müəyyən etmək olar:

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası;
2. Azərbaycan Respublikasının Qanunları;
3. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin aktları;
4. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin aktları;
5. Mərkəzi icra hakimiyyəti orqanlarının aktları;
6. Yerli icra hakimiyyəti orqanlarının aktları;
7. Bələdiyyə aktları.

Lakin yerli özünüidarəetmənin fəaliyyətini tənzimləyən normalar qeyd etdiyimiz kimi, Azərbaycan Respublikasının qanunları və digər qanunvericilik aktlarında da əks olunmuşdur. Hazırda Azərbaycan Respublikasında 30-a yaxın qanun bələdiyyələrin fəaliyyətini bilavasitə tənzimləyir, 100-dən artıq qanunda isə bələdiyyələrin fəaliyyətini tənzimləyən normalar təsbit olunmuşdur. Bələdiyyələrin fəaliyyətini tənzimləyən bu qanunlar 1995-ci il Konstitusiyasının müddəalarına əsasən qəbul edilmişdir.

“Bələdiyyələrin statusu haqqında” Azərbaycan Respublikasının 1999-cu il 2 iyul tarixli Qanunu 8 fəsil və 56 maddədən ibarətdir. Qanunda yerli özünüidarəetmə sahəsində tətbiq olunan terminlərin, o cümlədən yerli özünüidarəetmə və bələdiyyə terminlərinin tərfi verilmiş, yerli özünüidarəetmə orqanlarının sistemi, formalaşma qaydası və səlahiyyətləri, habelə onların fəaliyyətinə inzibati nəzarətin ümumi prinsipləri öz əksini tapmışdır. Bundan başqa adı gedən qanunda yerli özünüidarəetmənin hüquqi, iqtisadi-maliyyə, ərazi və təşkilatı əsasları müəyyən edilmişdir. Qanunda yerli özünüidarəetməyə verilmiş tərif onu göstərir ki, ölkəmiz bələdiyyə sisteminin formalaşmasında ictimai-təsərrüfat nəzəriyyəsinə üstünlük vermişdir. Belə ki, “Bələdiyyələrin statusu haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda müəyyən edilmişdir ki, bələdiyyələr dövlət orqanları sistemində daxil deyil, dövlət orqanlarının vəzifəli şəxslərinin bələdiyyələrin fəaliyyətinə hər hansı müdaxiləsi yolverilməzdir. Hesab olunur ki, yuxarıda qeyd olunan qanun bələdiyyələrin fəaliyyətini tənzimləyən status xarakterli qanundur və yerli özünüidarəetmə sahəsində qəbul edilmiş digər qanunlar bu qanunun müddəalarının daha ətraflı və geniş şəkildə nizama salınmasını nəzərdə tutur. Məsələn, “Bələdiyyələrin statusu haqqında” Qanunun 5-ci fəslə (32-46-cı maddələr) bələdiyyələrin iqtisadi əsaslarına dair normaları nəzərdə tutur. Bu fəsildə əks olunmuş məsələlər eyni zamanda Azərbaycan Respublikasının “Bələdiyyələrin maliyyəsinin əsasları haqqında 7 dekabr 1999-cu il tarixli, “Yerli (bələdiyyə) vergilər və ödənişlər haqqında” 27 dekabr 2001-ci il tarixli, “Bələdiyyələrin vergi xidməti orqanı haqqında əsasnamənin təsdiq edilməsi barədə” 17 iyul 2003-cü il tarixli və s. qanunlarda nizama Salınır. Əgər “Bələdiyyələrin statusu haqqında” Qanun yerli vergi və ödənişləri sadəcə olaraq bələdiyyə maliyyəsinin bir mənbəsi kimi ümumi qaydada göstərsə, adı gedən qanunlarda həmin vergi və ödənişlərin növü, yığılması qaydası, habelə vergi ödəyicilərinin məsuliyyəti məsələləri nizama salınır. Bu gün Azərbaycan bələdiyyələrinin qarşısında ölkənin sosial-iqtisadi həyatında köklü dəyişikliklər etmək vəzifəsini qoymaq və onlara ciddi problemləri həll etmək səlahiyyətləri vermək məqsədəuyğun deyil. Yerli özünüidarəetmə orqanlarının öyrənməyə, təkmilləşməyə ehtiyacı var.

Yüksək inkişafa nail olmaq, şəffaflığı təmin etmək və sosial rifahın yaxşılaşdırılması yolunda atılan hər bir addımın əsası hüquqdan keçər. Bu səbəbdən hüquqlarımızı bilməli və tətbiq etməyi bacarmalıyıq.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Qurbanov H.S., Balakışiyeva Y.N. Azərbaycanın bələdiyyə hüququ. Bakı. 2011 səh 90
2. Milli Mühasibat Uçotu Standartları əsasında Bələdiyyələrdə Mühasibat uçotunun təşkili. Metodiki vəsait. Sosial strateji tədqiqatlar və analitik araşdırmalar ictimai birliyi. Bakı. 2012

#### **ПРАВОВАЯ ОСНОВА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

**А.М.Аллахвердиева**

[nallaherdiyev@bk.ru](mailto:nallaherdiyev@bk.ru)

**Т.Т.Аббасов, Ф.Э.Алиева, Дж.М.Садыгзаде**

**Азербайджанский технологический университет**

В данной статье собраны сведения и различные мнения о правовых основах местного самоуправления. Приводится информация о Конституции Азербайджанской Республики и других законодательных актах, связанных с обеспечением правового статуса муниципалитетов, установлением прав и их использованием для решения вопросов местного значения.

#### **THE RIGHT BASE OF LOCAL SELF-REGULATION**

**A.M.Allakhverdiyeva**

[nallaherdiyev@bk.ru](mailto:nallaherdiyev@bk.ru)

**T.T.Abbasov**

**F.E.Aliyeva**

**C.M.Sadiqzade**

**Azerbaijan Technological University**

In this article compiled the data and different opinion about base rights of local self-regulations. Here are stated information about Constitution of Azerbaijan Republic and other legal acts, that connected with provision of municipalities' legal status, regulation of rights and its working out as for decision of local means' issues.



## **YERLİ ÖZÜNÜİDARƏETMƏDƏ BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏ**

**A.T.Əsgərov**

[arzu.asqarov96@gmail.com](mailto:arzu.asqarov96@gmail.com)

**A.İ.Qurbanova**

**A.İ.Məmədzadə**

**F.O.Qənbərova**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Sivil vətəndaş cəmiyyətin atributlarından biri yerli özünüidarəetmə orqanlarının mövcudluğudur. Uzun illərdir ki, Azərbaycanda yerli özünüidarəetmə orqanları fəaliyyət göstərir. Xarici dövlətlərin təcrübəsi göstərir ki, bələdiyyələrin formalaşması çox uzunmüddətli və elə də asan proses deyil. Təbii ki, bələdiyyələrin az müddətli fəaliyyətində hər bir sahəsində müxtəlif problemlər mövcuddur.

*Bələdiyyələrin hüquqi- normativ bazasının zəif olması problemi.* Praktika göstərir ki, mövcud qanunların icra mexanizminin olmaması bələdiyyələrin işini çox zəiflədir. Yerli rayon icra hakimiyyəti orqanlarının bələdiyyələtin fəaliyyətinə müdaxilə etməsi, bələdiyyələrin səlahiyyətlərinin yerinə yetirilməsində maneəçilik törətməsi, qanunların icra olunmaması bütün bunlar yerli özünüidarəetmə orqanlarının müstəqil fəaliyyətinə zərbə vurur.

*İqtisadi problemlər.* Əhalidən vergilərin toplanması mexanizminin zəif olması, yerli özünüidarəetmə orqanlarının ərazilərində sahibkarlığın zəif inkişafı müxtəlif iqtisadi problemlərin yaranmasına gətirib çıxarır.

*Mülkiyyət problemi.* Demək olar ki, indiyə qədər bələdiyyələrin mülkiyyəti onlara tam olaraq istifadəyə verilməyib. Məsələn, Yasamal rayon Yasamal bələdiyyəsinin ofisi şəhər icra hakimiyyəti tərəfindən icarəyə verilib. Qanunla bələdiyyənin mülkiyyəti müəyyən olursa da bu problem hələ ki, aktualdır.

*İxtisaslı peşəkar kadrların kifayət qədər bələdiyyələrdə təmsil olunmaması* bələdiyyələrin gündəlik işində müxtəlif çətinliklər yaradır. Bu problemin bir neçə il ərzində həlli müsbət olsa da hələ ki, yerli özünüidarəetmə orqanlarında peşəkar qulluqçulara ehtiyac duyulur.

Amerika Birləşmiş Ştatlarının ixtisasartırma kursun əsas istiqaməti amerika bələdiyyə və dövlət idarəetməsi təcrübəsinin öyrənilməsi idi. Müvafiq layihə Amerikanın çox nüfuzlu Central Asian Productivity Research Center (CARC)Mərkəzi tərəfindən hazırlanmışdır.

ABŞ-in Western Springs bələdiyyəsi Amerikada idarəetmə üsulu ilə yaxında tanış olmağa imkan yaratdı. Western Springs bələdiyyəsi Polis departamenti, Tikinti üzrə departament, Yanğın Söndürənlər departamenti (Fire), İctimai işlər üzrə (Public works )nvə bələdiyyələrin Əyləncə Mərkəzi (Recreation Center )şöbələri ilə təmsil olunub. Yuxarıda sadalanan departamentlərdə çox təcrübəli və professional insanlar çalışırlar.

Bütün departamentlərdə qulluqçuların intizamla işləməsi, məsuliyyətlərinin dəqiq bölünməsi, kollektivdə çox isti münasibətlər, xüsusi ilə bələdiyyələrin işində çox vacib sayılan əhali ilə çox sıx əlaqələr, işçilərin professionallıq səviyyəsi olduqca təsirlidir. Hansı modelin tətbiqindən asılı olmayaraq professional insanların işə cəlb olunması çox mühüm faktordur. Kollektivdə savadlı professional kadrların olması sağlam iş mühitinin yaranmasına imkan yaradır. Yuxarıda qeyd olunduğu kimi, Azərbaycanda yerli özünüidarəetmə orqanlarında hələ ki, professional işçilərə ehtiyac vardır və bu məsələnin həllində ciddi addımlar atılmalıdır.

Polis və Yanğın söndürənlər departamentlərində maraqlı bir təcrübə ilə qarşılaşdıq. Belə ki, bu departamentlərdə həftədə 2 dəfə mütəmadi olaraq orta məktəblərdə və uşaq bağçalarında bələdiyyə işçiləri tərəfindən dərslər keçirilir. Uşaqlara polislə necə rəftar etməyi, bir hadisə baş verdikdə nə etmək lazım gəldiyi, yanğın zamanı nə kimi tədbirlərin görülməsi öyrədilir. Bu dərslər uşaqlar tərəfindən çox sevilir, bu da öz növbəsində həmçinin bələdiyyələrin işini çox zənginləşdirir.

Western Springs şəhəri 2 əsrdən çoxdur ki, mövcuddur. İctimai işlər şöbəsi şəhərdə olan parklara, yollara su borularına, kanalizasiya sisteminə, ətrafdakı ağaclara, əhalinin içməli su ilə təmin olunmasına, ərazidə yerləşən evlərə nəzarət edir. Bu işlərə bələdiyyə büdcəsindən illik olaraq 2 milyon dollardan çox vəsait ayrılır. Xüsusilə, Western Springs şəhəri təmiz yollarla, geniş parkları ilə, rəngbərəng gözəl ağaclarla, çox gözəl evlərlə məşhurdur. Bu da təbii ki, bələdiyyə sisteminin stabil və səmərəli fəaliyyətindən irəli gəlir. İşlərində müsbət cəhətlərin üstünlük olmasına baxmayaraq mənfə hallarla qarşılaşdıq. Belə ki, orada olduğum zaman İctimai işlər departamentində büdcə məsələlərinə baxılırdı. Büdcə çox geniş müzakirə olunur və qərara bələdiyyənin meneceri tərəfindən müsbət rəy verildəndən sonra, geniş kütlənin müzakirəsinə çıxarılır.

#### **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

**А.Т.Аскеров**

[arzu.asgarov96@gmail.com](mailto:arzu.asgarov96@gmail.com)

**А.И.Гурбанова**

**А.И.Мамедзаде**

**Ф.О.Ганбарова**

#### **Азербайджанский Технологический Университе**

Экономические проблемы, собираемость налогов с населения, слабый механизм, имущественные проблемы, недостаточное представительство в муниципалитете квалифицированных профессиональных кадров создают трудности в повседневной работе муниципалитетов. Для преодоления этих проблем органам местного самоуправления нужны профессиональные служащие.

#### **INTERNATIONAL EXPERIENCE IN LOCAL SELF-GOVERNMENT**

**A.T.Askarov**

[arzu.asgarov96@gmail.com](mailto:arzu.asgarov96@gmail.com)

**A.I.Gurbanova**

**A.I.Mammadzade**

**F.O.Qanbarova**

**Azerbaijan Technological University**

Economic problems, tax collection from the population, weak mechanism, property problems, insufficient representation of qualified professional personnel in the municipality create difficulties in the daily work of the municipalities. To overcome these problems, local self-governing bodies need professional servants.



## **SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNİN RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN ARTIRILMASINDA İNNOVASIYA SİYASƏTİNİN ROLU**

**C.S.Zeynalov**

[c.zeynalov@uteca.edu.az](mailto:c.zeynalov@uteca.edu.az)

**A.Z.Həsənzadə**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Məlum olduğu kimi innovasiya yeni və təkmilləşdirilmiş elmi-təcrübi nailiyyətlərin istehsal proseslərinə və ictimai həyata praktiki tətbiq edilməsidir. Yəni, innovasiya prosesləri kəşf və ixtiranın, elmi-texniki və intellektual tədqiqatlar sayəsində əldə olunmuş nailiyyətlərin kommersiyalaşdırılmasıdır. İnnovasiyaların tətbiqindən səmərəli nəticələrə nail olunması üçün innovasiya proseslərinin tədqiqi və idarə edilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

İnnovasiyaların iqtisadiyyatda geniş tətbiqi sayəsində həm mikro, həm də makro səviyyədə məhsuldarlığın yüksəldilməsinə, əmək proseslərinin səmərəliliyinin artırılmasına gəlirin çoxaldılmasına və s. nəticələrə müsbət nail olmaq mümkündür. [3]

Dövlətin sənaye siyasətində innovasiya infrastrukturunu əsasında hazırlanan innovasiya siyasəti getdikcə mühüm rol oynamaqla iqtisadiyyatın real sektorunun əsasını təşkil edən sənaye sahələrinin inkişafında həyati əhəmiyyət daşıyır.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, sənaye sahələrinin rəqabət qabiliyyətliliyinin davamlığına nail olunması üçün innovasiya sistemlərinin təşkilinin stimullaşdırılmasını, sənaye parkları və sənaye məhəllələrinin perspektiv inkişafını təmin etmək lazımdır. [2]

Ölkəmizin iqtisadiyyatının aparıcı sahəsi olan sənayedə fəal innovasiya və rəqabət siyasəti sayəsində səmərəli bazar mexanizmlərinin işə salınması və uyğun iqtisadi tərəfdaşlıq münasibətlərinin formalaşdırılması zəruridir. [1]

İnkişaf etmiş ölkələrdə innovasiya proseslərinin təşkili və onların tənzimlənməsində dövlətin rolunun getdikcə artması elmi-texniki və innovasiya siyasətinin işlənilməsi və ardıcıl həyata keçirilməsinə səbəb olmuşdur.

Dövlətin innovasiya siyasəti yerli məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması, dayanıqlı iqtisadi artımın təmin olunması, cəmiyyət üzvlərinin həyat səviyyəsinin və keyfiyyətinin yüksəldilməsi, ölkənin müdafiəsinin, texnoloji və ekoloji təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün innovasiya fəaliyyətinin prioritetliyinin qəbul olunması əsasında formalaşır və həyata keçirilir. [2, 3]

Dövlətin innovasiya siyasətinin əsas məqsədi ölkədə istehsal olunan məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması, elmi-texniki nailiyyətlərin səmərəli istifadəsini və sosial-iqtisadi inkişafı təmin edən innovasiya fəaliyyəti üçün əlverişli iqtisadi, hüquqi və təşkilati mühitin yaradılmasından ibarətdir.

Dövlətin innovasiya siyasəti innovasiya proseslərinin proqnozları əsasında işlənilməsi və dövlət innovasiya siyasəti konsepsiyasında və digər normativ sənədlərdə öz ifadəsini tapır. İnnovasiya siyasəti ümumi sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasının tərkib hissəsi olmaqla dövlətin iqtisadi, elmi-texniki, sənaye, maliyyə və s. sahələrdəki siyasəti ilə qarşılıqlı əlaqədə formalaşdırılır.

Ölkəmizin inkişafının indiki mərhələsində dövlətin innovasiya siyasətinin əsas istiqamətləri aşağıdakılardır: [3]



- 1) innovasiya fəaliyyəti və onun stimullaşdırılması mexanizmləri, innovasiya sahəsində intellektual mülkiyyətin qorunması;
- 2) innovasiya fəaliyyətinin, istehsalın inkişafının, elmtutumlu məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi və onların ixracının artırılmasının stimullaşdırılması sisteminin yaradılması;
- 3) innovasiya prosesinin infrastrukturunun inkişafı: informasiya təminatı sistemi, ekspertiza sistemi, istehsal-texnoloji yardım, maliyyə-iqtisadi sistem, sertifikatlaşdırma sistemi, kadrların hazırlanması və yenidən hazırlanması sistemi və s.;
- 4) əlverişli şərtlərlə kiçik innovasiya sahibkarlığının inkişaf etdirilməsi;
- 5) iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində, ilk növbədə sənayedə əsaslı dəyişikliklərə imkan yaradacaq mühüm texnologiyaların tətbiqi;
- 6) innovasiya layihələri və proqramlarının seçilməsinin müsabiqə sisteminin işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsi.

Qeyd olunan istiqamətlər ölkəmizdə milli innovasiya sisteminin formalaşdırılmasının əsasını təşkil etməklə gələcək geniş miqyaslı innovasiya prosesləri üçün zəmin hazırlayır. İnnovasiyalı inkişafı qarşısına məqsəd qoyan hər bir ölkə, ilk növbədə təhsilin səviyyəsinin yüksəldilməsinə, informasiyaların toplanması və onların səmərəli emal edilməsi sisteminin yaradılmasının xüsusi diqqət yetirməlidir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. “Haqsız rəqabət haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1993
2. Əliyev İ.H., Hüseyinov S.Y., Əsədov A.M. Milli iqtisadiyyat: modernləşmə və davamlı inkişaf. Bakı. 2012. 475 s.
3. Философова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. Москва. 2015. 296 с.

#### **РОЛЬ ИННОВАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Д.С.Зейналов**

[c.zeynalov@uteca.edu.az](mailto:c.zeynalov@uteca.edu.az)

**А.З.Гасанзаде**

**Азербайджанский Технологический Университет**

В работе раскрывается сущность инновации, показываются принципы применения и управления инновационных процессов в развитых странах, указываются основные направления инновационной политики государства для повышения конкурентоспособности отечественных промышленных товаров на мировом рынке на современном этапе развития Азербайджана.

#### **THE ROLE OF INNOVATION IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES**

**D.S.Zeynalov**

[c.zeynalov@uteca.edu.az](mailto:c.zeynalov@uteca.edu.az)

**A.Z.Hasanzade**

**Azerbaijan Technological University**

The paper reveals the essence of innovation, shows the principles of application and management of innovation processes in developed countries, and indicates the main directions of the state's innovation policy to increase the competitiveness of domestic industrial goods in the world market at the present stage of Azerbaijan's development.



**YERLİ ÖZÜNÜDARƏETMƏ ORQANLARI İŞÇİLƏRİNİN ƏMƏYİNİN  
STİMULLAŞDIRILMASI**

**X.F.Məmmədova**

[xedicemammedova1986@gmail.com](mailto:xedicemammedova1986@gmail.com)

**C.M.Sadıqzadə**

**Ə.Q.Məmmədov**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Ölkəmizdə yerli özünüdarəetməyə diqqət böyükdür və onun gündən-günə inkişaf etdirilməsi sahəsində görülən işlərin miqyası hər ötən ildə daha da böyüdüür.

Qeyd etmək lazımdır ki, bələdiyyə qulluğunun hüquqi tənzimlənməsi, bələdiyyə qulluqçularının statusu, bələdiyyə qulluğunun həyata keçirilməsi şərtləri və qaydası Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, “Bələdiyyə qulluğu haqqında” qanun, Azərbaycan Respublikasının digər qanunvericilik aktları və bələdiyyənin nizamnaməsi ilə tənzimlənir. “Bələdiyyə qulluğu haqqında” qanunun 10-cu maddəsində Bələdiyyə qulluqçularının sosial təminatları haqqında göstərilir ki, bələdiyyə qulluqçularının iş vaxtı, məzuniyyəti, pensiyaları və başqa müavinətlərin təyin edilməsi və verilməsi qaydası və digər sosial təminatları Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə tənzimlənir. “Bələdiyyələrin maliyyə imkanları daxilində əlavə olaraq digər kompensasiyalar və ödənişlər, başqa müavinətlər verilə bilər. Bələdiyyələrin nizamnaməsi ilə, bələdiyyə qulluqçularına digər imtiyaz və zəmanətlərin verilməsi nəzərdə tutulur”.

Bələdiyyə qulluqçularının statuslarının müəyyənləşdirilməsi “Bələdiyyələrin statusu haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununun 25-ci maddəsi ilə nizama salınır. Bundan başqa, 1999-cu ildə qəbul edilmiş “Bələdiyyə qulluğu haqqında” Qanunu bələdiyyə qulluqçusunun statusu və bələdiyyə qulluğu keçmə ilə əlaqədar bütün məsələləri daha ətraflı və dəqiqliklə nizama salır.

“Bələdiyyələrin statusu haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa görə nümayəndəli orqan birbaşa, bərabər, ümumi seçki prinsiplərinə əsasən seçilmiş və bələdiyyə ərazisində yaşayan əhalini təmsil edən və səlahiyyət müddəti 5 il olan bələdiyyə üzvlərindən ibarətdir. Bələdiyyə üzvlərinin sayı əhalinin sayından asılı olaraq müəyyən edilir. Azərbaycan şəraitində əhalinin sayından asılı olaraq bələdiyyə üzvlərinin sayı 5 nəfərdən 19 nəfərədək ola bilər. [1]

Bələdiyyənin İcra aparatında bələdiyyə qulluğu vəzifələrində işləyən və bələdiyyə büdcəsindən məvacib alan şəxslər bələdiyyə qulluqçularıdır.

Bələdiyyə qulluqçusu, yerli özünüdarə orqanlarında təyin olunmaqla vəzifə tutan və ödənişli əsaslarla xidmət göstərən şəxs hesab edilir. Bələdiyyələrin maliyyə imkanları daxilində əlavə olaraq digər kompensasiyalar və ödənişlər, habelə müavinətlər verilə bilər. Bələdiyyələrin nizamnaməsi ilə, qulluqçularına digər imtiyaz və zəmanətlərin verilməsi nəzərdə tutula bilər. Bələdiyyə qulluqçularının əmək haqqı bələdiyyələrin büdcəsi hesabına, onun maliyyə imkanlarına uyğun olaraq bələdiyyə tərəfindən təsdiq

edilmiş ştat cədvəli əsasında müəyyən edilir. Yerli özünüidarəetmənin səlahiyyətlərinə aid yerli əhəmiyyətli məsələlərin praktikada həyata keçirilməsi onların üzərinə düşür. Onların peşəkarlıq səviyyəsindən və işə münasibətindən bələdiyyə hakimiyyətinin işləməsi asılıdır. Lakin bələdiyyə hakimiyyəti də öz növbəsində bələdiyyə qulluqçusunun qayğısına qalmalı, onun səmərəli işləməsi üçün zəruri şəraiti yaratmalıdır.

“Bələdiyyə qulluğu haqqında” qanunla hər bir bələdiyyə qulluqçusunun əmək hüquqları qorunur. Hətta qanunda göstərilib ki, bələdiyyə qulluqçularının səhhətində problem yarandıqda onlara əlavə vəsait də ödənilə bilər. Hansı bələdiyyə bunu etmirsə, düzgün etmir. Digər tərəfdən, bələdiyyə aparatında işləyənlərin əməkhaqqı yerli özünü qurumlarının öz qərarları ilə müəyyənləşdirilir. Onların bəzilərinə az, bəzilərinə çox əməkhaqqının verilməsi işlədikləri bələdiyyənin maliyyə imkanlarından asılıdır. Elə bələdiyyələr var ki, imkanları məhduddur, ona görə az əməkhaqqı verir”.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Bələdiyyələrdə subvensiya layihələrin hazırlanması üzrə bələdçi (praktik nümunələr əsasında ) B. 2015 154 s.

#### **СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА РАБОТНИКОВ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

**Х.Ф.Мамедова**

[xedicemmedova1986@gmail.com](mailto:xedicemmedova1986@gmail.com)

**Ч.М.Садыкзаде**

**А.Г.Мамедов**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Муниципальным служащим считается лицо, занимающее должность по назначению в органах местного самоуправления и оказывающее услуги на возмездной основе. Дополнительные компенсации и выплаты, а также пособия могут предоставляться в пределах финансовых возможностей муниципалитетов. Уставом муниципальных образований их работникам могут быть предоставлены иные льготы и гарантии.

#### **STIMULATING THE WORK OF EMPLOYEES OF LOCAL GOVERNMENTS**

**H.F.Mamedova**

[xedicemmedova1986@gmail.com](mailto:xedicemmedova1986@gmail.com)

**Ch.M.Sadykzade**

**A.G.Mamedov**

**Azerbaijan Technological University**

A municipal employee is a person who holds a position by appointment in local governments and provides services on a reimbursable basis. Additional compensations and payments, as well as allowances, may be provided within the financial capacity of the municipalities. The charter of municipal formations may provide their employees with other benefits and guarantees.



**ASSESSMENT OF THE REAL SITUATION OF THE INSURANCE SECTOR IN  
AZERBAIJAN**

**T.B.Muradova**

[muradlitehran@gmail.com](mailto:muradlitehran@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

**A.S.Hüseyn**

[azerhuseyn.texno@gmail.com](mailto:azerhuseyn.texno@gmail.com)

**Odlar Yurdu University**

The modern insurance system of the Republic of Azerbaijan is one of the most important links of the financial system. It has an important importance in preventing the decrease of production level and ensuring its sustainable development. For the first time in the Republic of Azerbaijan, on June 25, 1999, with the decision adopted by the Milli Məclis, the Law "On Insurance" was adopted in the Republic of Azerbaijan and some insurance companies were established.

Currently, 28 insurance companies operate in Azerbaijan. Examples of these are Paşa insurance, Həyat insurance, Azal insurance, Qala həyat insurance. Insurance companies in the country are mainly local companies. Because the existing legislation sets restrictions on attracting foreign capital during the creation of an insurance company.

In many developed as well as developing countries, the activity related to the organization of complex insurance business and creation of trust in it is experiencing its own development stage in the Republic of Azerbaijan. In general, while the insurance agencies formed in the world economy have further improved their activities, unfortunately, there are still some insurance companies working for their own interests and interests in our country. For this reason, trust in insurance companies has decreased, and the majority of the population wants to make the insurance premiums they pay to more reliable, more reliable and trusted insurance companies. That is, people hesitate to insure their lives, real and movable property to insurance companies they do not trust.

Based on the statistics, we can note that the population's lack of trust in insurance has started to decrease recently. Compared to previous years, there has been an increase in the number of applicants to insurance companies in the last 2 years. The increase in competition between insurance companies makes it possible for everyone to sign insurance on more favorable terms. However, not every citizen has enough information about insurance. One of the first steps that insurance companies will take should be to inform citizens about this. Of course, regulatory bodies and public associations have a special role in creating this trust.

The stability of the insurance companies that carry out the insurance, their ability to pay is a subject of special consideration by the state. Because the bankruptcy of the

insurer means not only the termination of the insurance contract, but also the loss of all funds in his hands. All this shows that insurance plays a very important role in the socio-economic life of the country and the population, and the main task ahead is its further development.

It should be noted with regret that the majority of the population in Azerbaijan still consider insurance activity not as a risk prevention mechanism, but rather as an obligatory and unnecessary expense. The lack of insurance culture in Azerbaijan is manifested by the lack of insurance knowledge of the people living in the country and the lack of information about insurance.

The weakening of the competitive environment in the country and the oligopoly of the market is one of the potential threats that will hinder the development of the sector. In this case, the concentration of the main share of the market, and therefore the price policy, in the hands of two or three companies, which are few in number, prevents the development of the sector in free economic conditions. Scarcity of statistical data, small share of foreign investment in the domestic market, socio-economic situation in the region, etc. are other factors that hinder the development of the sector.

But we can note that the insurance sector is currently a developing sector.

#### **AZƏRBAYCANDA SİĞORTANIN VƏZİYYƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ**

**T.B.Muradova**

[muradlitehran@gmail.com](mailto:muradlitehran@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**A.S.Hüseyn**

[azerhuseyn.texno@gmail.com](mailto:azerhuseyn.texno@gmail.com)

**Odlar Yurdu Universiteti**

Tədqiqatın nəticəsi göstərirki, ölkəmizdə sığorta bazarı tam formalaşmayıb. Bu sahənin inkişafı təkcə sığorta şirkətlərinin deyil, həm də dövlətin diqqət mərkəzində olmalıdır. İlk öncə insanlarda sığorta şirkətlərinə inam aşılanmalı, onlara sığorta məhsulları haqqında geniş məlumat verilməlidir. Sığorta müqaviləsinin hər iki tərəfi qane edəcək şəkildə bağlanması və şərtlərin yerinə yetirilməsi sığortaya olan inamın artmasına səbəb olacaq amillərdəndir. Lakin, bütün bunlara baxmayaraq sığorta sahəsi inkişaf etməkdə olan sahələrdən hesab olunur.

#### **ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ СТРАХОВАНИЯ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**Т.Б.Мурадова**

[muradlitehran@gmail.com](mailto:muradlitehran@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**А.С.Гусейн**

[azerhuseyn.texno@gmail.com](mailto:azerhuseyn.texno@gmail.com)

**Университет Оdlar Юрду**

Результат исследования показывает, что страховой рынок в нашей стране еще не полностью сформирован. Развитие этой сферы должно быть в центре внимания не только страховых компаний, но и государства. В первую очередь следует прививать людям доверие к страховым компаниям, давать им обширную информацию о страховых продуктах. Заключение договора страхования к удовлетворению обеих сторон и выполнение условий являются факторами, повышающими доверие к страхованию. Однако, несмотря на все это, страховая сфера считается одной из развивающихся.





**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ  
MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MALİYYƏNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ MEXANİZMLƏRİ**

**S.E.Məhərrəmov**

[sekine\\_1989@mail.ru](mailto:sekine_1989@mail.ru)

**X.M.Ağayeva**

[xalidaaqayeva585@mail.ru](mailto:xalidaaqayeva585@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

31 iyul 2018-ci il tarixində ölkə prezidenti cənab İlham Əliyev “Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın inkişafına dövlət dəstəyi mexanizminin təkmilləşdirilməsi haqqında” fərman imzalamışdır. Fərmanda əsasən sahibkarlığın inkişaf mexanizminin təkmilləşdirilməsi, qeyri-neft sektorunda yeni texnologiyalara yönəlik innovativ istehsal, emal və infrastruktur mərkəzlərinin yaradılması, ixrac əməliyyatlarının genişləndirilməsi, özəl sektora investisiyaların cəlbediciliyinin sürətləndirilməsi və biznes subyektlərinin maliyyə resurslarına əlçatanlığının genişləndirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. [1] Aydındır ki, kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsində bəzən müəyyən çətinliklər yarana bilər. Bəs onda bu çətinliklər nədən ibarətdir? Qeyd etdiyimiz kimi kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin ən başlıca maliyyə mənbəyi məhz elə dövlət büdcəsi hesab edilir. Ancaq bir məsələ var ki, Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi müvafiq sərəncamı verməyəne kimi, dövlət büdcəsindən kiçik və orta sahibkarlıq üçün nəzərdə tutulmuş maliyyə vəsaitinin onlara çatması qeyri mümkündür. [2] Əlbəttə nəzərə alsaq ki, ölkədə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı həyat rifahının yaxşılaşdırılması, işsizliyin qismən də olsa azaldılması, eyni zamanda iqtisadi və siyasi baxımdan əhəmiyyətli olduğu üçün həmin bu sahənin inkişafı daim diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır. Bir nüansı qeyd etmək istərdim ki, dövlət büdcəsinin vəsaiti bölüşdürülərkən sahibkarlıq müəssisələri üçün ayrılan maliyyə vəsaiti arxa plana atılmamalıdır. Dünya ölkələrində olduğu kimi ölkəmizdə də kiçik və orta sahibkarlığın inkişafını, o cümlədən maliyyələşməsinin təminatı edən müəyyən təsisatlar mövcuddur. [3] Və bunlar aşağıdakılardır:

- *Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu*
- *Kənd Təsərrüfatı Kreditləri üzrə Dövlət Agentliyi*
- *İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı Dövlət Fondu*
- *Azərbaycan Investisiya Şirkəti.*

Qeyd etmək istərdim ki, yuxarıda adı çəkilən fondların verdikləri kreditlər dövlət büdcəsindən ayrılan pul vəsaitləri vasitəsi ilə təmin edilir.

Kiçik və orta biznesə xas olan ən mühüm əlamətlərdən birincisi maliyyə resurslarına çıxışlarının olması və onlardan uğurla bəhrələnmələridir. [4] Kiçik və orta biznes tərəfindən maliyyə resurslarından uğurla istifadə olunması yeni iş yerlərinin fəaliyyətə başlaması, sahibkarların müəyyən innovativ yeniliklər etməsi, daha da sürətlə

inkişaf etməsi deməkdir. Onu da vurğulamaq yerinə düşər ki, həmin bu sahibkarlıq fəaliyyəti üçün maliyyə çıxışını asanlaşdırmaqdan ötrü bankların kreditləri daha güzəştli şərtlərlə verməsi, dövlətin bir sıra proqramları hazırlaması və onun icratını həyata keçirilməsini misal göstərmək olar.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 28 dekabr 2017-ci il tarixli “Kiçik və orta sahibkarlıq sahəsində idarəetmənin daha da təkmilləşdirilməsi haqqında” Fərmanı. Bakı-2017.
2. Abdullayev Ş.Ə. Bankların resursları və onların idarə olunması. Çapaşoğlu, Bakı: 2009, 472 s.
3. Kəlbəyev Y.A. Fiskal siyasət və milli iqtisadiyyatın dərinləşməsi problemləri. Monoqrafiya / Y.A.Kəlbəyev. Bakı. Elm. 2005. 486 s.
4. Abdullayev Ş.Ə., Əsgərova R.V. Bank işi. Ali məktəblər üçün dərslik. Bakı: Çapaşoğlu, 2008, 188s.

### **МЕХАНИЗМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**С.Э.Магеррамова**

[sekine\\_1989@mail.ru](mailto:sekine_1989@mail.ru)

**Х.М.Агаева**

[halidaaqayeva585@mail.ru](mailto:halidaaqayeva585@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Основной целью тезиса является направление совершенствования финансирования малых и средних предприятий в стране, их основные источники финансирования, средства, выделяемые из государственного бюджета на развитие предпринимательства.

### **MECHANISMS FOR IMPROVING FINANCE IN SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURIAL INSTITUTIONS IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

**S.E.Maharramova**

[sekine\\_1989@mail.ru](mailto:sekine_1989@mail.ru)

**X.M.Agayeva**

[halidaaqayeva585@mail.ru](mailto:halidaaqayeva585@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

The main purpose of the thesis is the direction of improving the financing of small and medium-sized enterprises in the country, their main sources of financing, funds allocated from the state budget for the development of entrepreneurship.



**ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА  
ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Б.Д.Даулетбаков**

[dauletbakov@mail.ru](mailto:dauletbakov@mail.ru)

**А.Т.Бигашиева**

**Н.М.Накышева**

**С.О.Тұрымбет**

**АО Алматинский Технологический Университет**

На сегодняшний день на долю пищевой промышленности Казахстана приходится более половины продовольственного товарооборота страны, так как основная задача заключается не только в насыщении рынка продовольственных товаров, но и обеспечить занятость населения.

Пищевая промышленность - пример того, на что способна Казахстанская экономика при благоприятном инвестиционном климате. Срок окупаемости вложений в организации отрасли намного короче, чем при инвестициях в базовые отрасли промышленности. Отдачу от инвестиций можно почувствовать уже через год - два. Такие сроки вполне приемлемы для большинства инвесторов. Есть основания предполагать, что рынок будет увеличиваться и в будущем, пережив кризис.

По данным Комитета по статистике Республики Казахстан по состоянию на 01 января 2020 года в Республике Казахстан количество предприятий по производству продуктов питания составило 2564 предприятия, на 881 предприятие больше, чем в аналогичном периоде 2015 года. Из них в малом бизнесе - функционируют 2400 предприятия, в среднем бизнесе - 115 предприятий, в крупном бизнесе - 49 предприятий. [1,2]

Количество предприятий по производству - напитков по сравнению с январем 2015 года увеличилось на 69 предприятий и по состоянию на 01 января 2020 года составило 374 предприятия, из них 341 предприятие - приходится на предприятия малого бизнеса, 19 - на предприятия среднего бизнеса и 14 - на предприятия крупного бизнеса.

Необходимо отметить, что с точки зрения географического распределения производство продуктов питания носит неравномерный характер и основным производителем продуктов питания по состоянию на 01 января 2020 года являются предприятия Алматинской области (14,0% от общего объема производства продуктов питания), г. Алматы - 13,4% и Костанайской области - 11,9%.

Развитыми регионами Республики Казахстан по производству напитков на аналогичную дату являются предприятия Алматинской области (51,7% от общего объема производства напитков) и г. Алматы - 14,5%.

По производству табачных изделий самым развитым регионом по состоянию на 01 января 2020 года, также является Алматинская область (99,9% от общего объема производства табачных изделий).

В настоящее время одной из основных задач Правительства Республики Казахстан является повышение конкурентоспособности агропромышленного комплекса, как одного из ключевых драйверов национальной экономики. Для достижения индикаторов по полному самообеспечению основными продовольственными товарами в текущем году были приняты План обеспечения продовольственной безопасности страны до 2024 года и Комплексный план по развитию сахарной отрасли на пятилетний период. В результате производство

**Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

продуктов питания в республике выросло на 4,2%, в том числе растительного масла на 51%, сахара на 46%, крупы на 18%, рыбы (свежей, охлажденной и мороженой) на 18%, муки на 11%, переработанного риса на 5,5%, колбасных изделий на 5,4%, макарон на 4,5%. [3]

Проблема использования инновационных технологий на предприятиях пищевой промышленности является более подробная характеристика ее имущественного и финансового положения, ликвидности, платежеспособности. Экономический потенциал организации характеризуется с двух сторон: с позиции имущественного положения и с позиции финансового положения. Эти стороны финансово-хозяйственной деятельности взаимосвязаны - нерациональная структура имущества, его несбалансированный состав могут привести к ухудшению финансового положения.

Предприятия малого и среднего бизнеса, которые производят продукты питания, как правило, занимают свою нишу в маленьком населенном пункте, городе или регионе. Поддержка малого среднего бизнеса является одной из задач государства, так как предприятия МСБ более мобильны и могут быстрее перепрофилироваться при изменении конъюнктуры рынка.

В этой связи в ходе исследования была разработана авторская модель методики анализа финансовой устойчивости организации. [4]

Базой данных для проведения такого анализа послужила прогнозная финансовая отчетность ТОО «ТК Пищевик» на планируемый 2022 г.:

Абсолютными показателями финансовой устойчивости являются показатели, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования (таблица 1).

Таблица 1 - Оценка абсолютных показателей финансовой устойчивости, тыс. тенге

Наименование показателя	01.01.2021	01.01.2022	изменение
	базис	отчет	
1. Источники формирования собственных оборотных средств	16572	7142	-9430
2. Внеоборотные активы	46	1683	1637
3. Наличие собственных оборотных средств	16526	5459	-11067
4. Долгосрочные пассивы	0	0	0
5. Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования средств	16526	5459	-11067
6. Краткосрочные заемные средства	38474	63484	25010
7. Общая величина основных источников формирования запасов и затрат	55000	68943	13943
8. Общая величина запасов	25913	29060	3147
9. Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств	-9387	-23601	-14214
10. Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов	-9387	-23601	-14214
11. Излишек (+), недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов и затрат	29087	39883	10796

По состоянию на 01.01.2021 г. организация имеет неустойчивое финансовое состояние, сопряженное с нарушением платежеспособности. Но при этом

сохраняется возможность восстановления равновесия путем пополнения источников собственных средств и дополнительного привлечения заемных средств. Данное финансовое состояние характеризуется наличием нарушений финансовой дисциплины, перебоями в поступлении денежных средств на расчетный счет, снижением доходности деятельности организации.

По состоянию на 01.01.2022 г. в организации сохраняется неустойчивое финансовое положение.

Устойчивость финансового состояния может быть восстановлена:

- ускорением оборачиваемости капитала в текущих активах, в результате чего произойдет относительное его сокращение на тенге выручки;
- обоснованным уменьшением запасов (до норматива);
- пополнением собственного оборотного капитала из внутренних и внешних источников.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Официальный информационный ресурс Премьер-Министра Республики Казахстан. <https://primeminister.kz/ru/news/reviews/itogi-2022-goda-v-kazahstane-realnyy-sektor-ekonomiki-28112047>
2. <https://investastana.kz/priority-sectors/industries/food-industry/>
3. [http://kase.kz/files/presentations/ru/kase\\_food\\_industry\\_april\\_2020.pdf](http://kase.kz/files/presentations/ru/kase_food_industry_april_2020.pdf)
4. Даулетбаков Б.Д., Кулиманова М. Р., Бигазијева А. Т. Оценка финансовой устойчивости предприятия на основании бухгалтерской (финансовой) отчетности. Социально-политические и экономические аспекты развития современного общества: научные теории, российский и международный опыт: сборник научных статей по итогам международной научно-практической конференции. 11-12 марта 2022 года. Санкт-Петербург. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2022. – 169 с. стр. 121-124.

#### **QIDA SƏNAYƏSİ MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İNNOVATİV TEXNOLOGİYALARDAN İSTİFADƏ PROBLEMI**

**B.D.Dauletbakov**

[dauletbakov@mail.ru](mailto:dauletbakov@mail.ru)

**A.T.Bigaziyeva**

**N.M.Nakışeva**

**C.O.Turymbet**

**ASC Almata Texnologiya Universiteti**

Tezis Qazaxıstanda qida sənayesi müəssisələrində innovativ texnologiyaların tətbiqi problemlərinə həsr edilmişdir. Bu gün Qazaxıstanda qida sənayesi ölkənin ərzaq dövryyəsinin yarından çoxunu təşkil edir, çünki əsas vəzifə təkəcə qida ilə doyurmaq deyil, həm də əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsidir.

#### **THE PROBLEM OF USE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN FOOD INDUSTRY INSTITUTIONS**

**B.D.Dauletbakov**

[dauletbakov@mail.ru](mailto:dauletbakov@mail.ru)

**A.T.Bigaziyeva**

**N.M.Nakysheva**

**C.O.Turymbet**

**JSC Almaty Technological University**

The thesis is devoted to the problems of application of innovative technologies in food industry enterprises in Kazakhstan. Today, the food industry in Kazakhstan



accounts for more than half of the country's food turnover, because the main task is not only to feed, but also to provide employment to the population.



## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА УСТОЙЧИВОСТЬ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА КОМПАНИЙ**

**Г.Г.Султанова**

[gunel.bayramova.91@list.ru](mailto:gunel.bayramova.91@list.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

За последние годы в условиях жесткой конкуренции информационно-коммуникационные технологии дают огромную возможность экономическим субъектам успешно функционировать. При переходе к цифровой экономике решающую роль приобретает конкурентоспособность компаний. Современные информационно-коммуникационные технологии позволяют выйти на новый качественный уровень предоставления услуг, уменьшают издержки, что, существенным образом, повлияет на себестоимость, и соответственно цену. В данной статье рассматривается влияние цифровизации на устойчивость конкурентного преимущества компаний.

Начало 21 века представляет собой этап развития цифровых технологий на основе информационной революции и процессов глобализации. Стремительное развитие цифровых технологий охватывает все сферы социально-экономической деятельности. На основе цифровых технологий создаются цифровые бизнес-модели, формируя принципиально новые виды бизнеса, а цифровой капитал становится фактором конкурентоспособности. Для улучшения бизнес-модели компании используют большие данные, в результате чего количество полезностей этого продукта или услуги оказывает непосредственное влияние на спрос на продукт или услугу.[2]

Понятие «цифровой экономики» представляет собой экономическую активность, созданную цифровыми технологиями, такими как, современное компьютерное оборудование и сети, смартфоны и искусственный интеллект. Наличие таких услуг, как доставка еды на дом, заказ такси через приложение, перевод денег с карты на карту, покупка одежды на сайте, просмотр фильма в онлайн-кинотеатре являются неотъемлемой частью современной экономической жизни. Формирование цифровой экономики обуславливает необходимость цифровизации предпринимательских структур. Повышение конкурентоспособности предпринимательских структур в современных условиях неразрывно связано с переходом на инновационную модель экономического развития, предполагающую высокую концентрацию наукоемкого производства, знаний, компетенций, технологий.[1]

Особое внимание также следует уделять на прямые и косвенные сетевые эффекты. Прямые сетевые эффекты могут возникать, например, от платформ социальных сетей, таких как Twitter, WhatsApp. Примером компаний, обладающих косвенным сетевым эффектом, являются многосторонние платформы, такие как Airbnb. Чем больше гостей на платформе Airbnb, тем ценнее будет платформа

для владельцев недвижимости, и наоборот, чем больше объектов на платформе, тем ценнее она будет для потенциальных гостей.[3].

Таким образом, полагаясь на сетевой эффект и большие данные, путем трансформации своих бизнес-моделей, компании могут использовать цифровизацию в целях повышения устойчивости конкурентных преимуществ.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Багаутдинова Н.Г. Новые конкурентные преимущества в условиях цифровизации / Н.Г. Багаутдинова, Р.А. Никулин // Инновации. 2018. №8 (238).
2. Философова Т.Г. Особенности конкурентного поведения успешных компаний в цифровой экономике / Т.Г. Философова, Ю.А. Суркова // Экономика промышленности. – 2020. – 13(2). – С. 182.
3. Коваленко А.И. Сетевой эффект как признак доминирующего положения цифровых платформ / А.И. Коваленко // Современная конкуренция. 2020. №1 (77).

#### **RƏQƏMSALLAŞMANIN ŞİRKƏTLƏRİN RƏQBƏT ÜSTÜNLÜYÜNÜN DAYANIQLILIĞINA TƏSİRİ**

**G.G.Sultanova**

[gunel.bayramova.91@list.ru](mailto:gunel.bayramova.91@list.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Son illərdə güclü rəqabət şəraitində müasir informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından istifadə iqtisadi subyektlərin uğurla fəaliyyət göstərməsi üçün geniş imkanlar yaradır. Rəqəmsal iqtisadiyyata keçid zamanı şirkətlərin rəqabət qabiliyyətliliyinin rolu daha da aktuallaşır. Müasir informasiya-kommunikasiya texnologiyaları göstərilən xidmətlərin daha keyfiyyətli səviyyəsinə nail olmağa, xərclərin azalmasına, maya dəyərində, və müvafiq olaraq, qiymətə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bu məqalədə rəqəmsallaşmanın şirkətlərin rəqabət üstünlüyünün dayanıqlılığına təsirinə baxılır.

#### **THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE SUSTAINABILITY OF THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF COMPANIES**

**G.G.Sultanova**

[gunel.bayramova.91@list.ru](mailto:gunel.bayramova.91@list.ru)

**Azerbaijan Technological University**

In recent years, in the conditions of fierce competition, information and communication technologies provide a huge opportunity for economic entities to function successfully. In the transition to a digital economy, the competitiveness of companies acquires a decisive role. Modern information and communication technologies make it possible to reach a new qualitative level of service provision, reduce costs, which will significantly affect the cost and accordingly, the price. The article discusses the impact of digitalization on the sustainability of the competitive advantage of companies.



## **TURİZMDƏ İNFLYUENSER MARKETİNG**

**Ş.N.Qarayeva**

[sehlaqarayeva@yandex.ru](mailto:sehlaqarayeva@yandex.ru)

**K.D.Alməmmədova**

[konul.almemmedova1998@gmail.com](mailto:konul.almemmedova1998@gmail.com)

**S.A.Məmmədova**

[sabuha.1995m@gmail.com](mailto:sabuha.1995m@gmail.com)

**E.Ə.Məmmədov**

[elburus593@gmail.com](mailto:elburus593@gmail.com)

### **Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Turizm sənayesi dünyanın ən böyük sahələrindən olduğu üçün son dərəcə rəqabətli. Bu o deməkdir ki, müəssisələr rəqiblərdən kənar durmağın yollarını tapmalı, özlərini turistlərə ən yaxşı seçim kimi tanıtdıracaq üstünlükləri vurğulamalıdır. Marketing bu məqsədə çatmaq üçün vacibdir. Ən yaxşı turizm marketingi məsləhətlərinin çoxu müəssisələrə bənzərsiz bir satış nöqtəsi tapmağa və tanıtmaya kömək etməyə yönəlməlidir. Əlbəttə ki, marketoloqların ən son tendensiyaları saxlamaları da çox vacibdir ki, müxtəlif marketing üsullarının qarışığından istifadə etmələri daha yaxşı seçimdir. Bunun üçün turizm marketinginin effektiv üsullarından biri olan Influencer marketingindən istifadə etmək daha məqsədəuyğun hesab olunur.

Rəqiblərdən fərqlənmək, turizm sahəsində biznesin gəlirlərini artırmaq və trendlərə ayaqlaşmış biznesi daha da irəli aparmaq istəyirsə, bunu nəzərə alaraq, müştərilərin cəlb edilməsi, marka məlumatlılığının artırılması və iş nəticələrinin yaxşılaşdırılması üçün turizm marketingin effektiv üsullarından olan Influencer marketingindən istifadə daha səmərəli hesab olunur.

Hərbi tərcüməsi “təsir marketingi” olan inflyuenser marketingi, Instagram, Feysbuk, Twitter, Periskop və s. sosial şəbəkələrdə müəyyən izləyici kütləsi olan insanlarla markaların ortaq layihəsidir. Burada əsas məsələ həmin şəxslərin hər hansı məhsul və ya xidmət haqqında etdikləri paylaşımın reklam olmasının hiss olunmamasıdır. Araşdırmalarımıza görə məzmunu tam olaraq reklam olduğu bilinəndə 68% insan ona məhəl qoymur.

İnflyuenser marketing xidmətlərimizi və məhsullarımızı kütlə tərəfindən tanıtılmasına şərait yaradan marketing növüdür. İnflyuenser marketingi brendin məhsul və ya xidmətlərini tanımaq üçün sosial media platformalarında əhəmiyyətli izləyicisi və təsiri olan şəxslərlə əməkdaşlığı nəzərdə tutan marketing formasıdır. Bu marketing strategiyası son illərdə sosial mediadan istifadə artdıqca və fərdlər onlayn olaraq əhəmiyyətli izləyicilər qazandıqca getdikcə populyarlaşır.

İnflyuenser marketingi sponsorlu yazılar, məhsul rəyləri və sosial medianın ələ keçirilməsi də daxil olmaqla bir çox formada ola bilər. İnfluenserlər adətən brendin məhsul və ya xidmətlərini əks etdirən məzmun yaradır və onu izləyiciləri ilə paylaşır. Bu, bizneslərə daha geniş auditoriyaya çatmağa və məhsul və ya xidmətləri ətrafında səs-küy yaratmağa kömək edə bilər. İnflyuenser marketingi müştərilərlə əlaqə saxlamaq və brend şüurunu artırmaq istəyən müəssisələr üçün effektiv strategiya olduğunu sübut etdi. Bu, sosial medianın səyahət edənlər üçün istiqamətləri araşdırmaq və səyahətlərini planlaşdırmaq üçün mühüm alətə çevrildi. Turizm sənayesindəki bizneslər üçün xüsusilə doğrudur.

İnflyuenser marketing, ödənişli reklamlardan və birbaşa reklamlardansa, daha çox markanız və potensial onlayn müştəriniz arasında dürüst münasibətlər qurmaqdan ibarətdir. Influencer marketing edə biləcəyiniz transaksional sayından deyil, qurduğunuz münasibətlərdən ibarətdir.

İstehlakçılar, öz onlayn toplumlarında etibarlı bir səs axtarır və inflyuensərlə çalışan marketoloqlar, inflyuenser auditoriyasının, onların markaları ilə əlaqədar qurması üstünlüyünə malikdir.

İnflyuenser marketing bütövlükdə hədəf bazarına deyil, nüfuzlu insanlara fokuslanan bir marketing formasıdır potensial alıcılara təsir göstərən şəxsləri müəyyənləşdirir və bu inflyuensərlərin ətrafında marketing fəaliyyətlərini həyata keçirir.

Turizm sənayesi səyahətçilərə çatmaq və istiqamətləri, mehmanxanaları və digər turizmle əlaqəli məhsul və xidmətləri tanıtmaq üçün təsir edən marketinqi qəbul etmişdir. Böyük izləyiciləri və güclü sosial media varlığı olan səyahət bloqçuları, instaqrammerlər və “YouTuber”-lər tez-tez məhsul və xidmətlərini tanıtmağa kömək etmək üçün turizm şirkətləri tərəfindən axtarılır. Turizm sənayesində təsirli marketinqin üstünlüklərindən biri odur ki, o, bizneslərə daha geniş auditoriyaya çatmağa və təyinat və ya məhsula maraq yaratmağa kömək edə bilər. İnflyuenserlər öz foto və videoları vasitəsilə təyinat və ya oteli nümayiş etdirə və təcrübələrinə əsaslanaraq şəxsi tövsiyələr verə bilərlər. Bu, səyahətçilərə öz qərarlarında özlərini daha inamlı hiss etməyə kömək edə bilər və onların səfər bron etmək və ya konkret otel və ya fəaliyyət seçmək ehtimalını artırır. Bundan əlavə, təsir edən marketinq də turizm bizneslərinə hədəf auditoriyası arasında etibarlılıq və inam yaratmağa kömək edə bilər. Səyahətçilər tez-tez orijinal təcrübə və tövsiyələr axtarırlar və inflyuenserlər bunu şəxsi təcrübələri və rəyləri ilə təmin edə bilərlər. [1]

İnflyuenser marketinqini turizm marketinq strategiyınıza daxil etmək üçün əvvəlcə brend dəyərlərinizə və hədəf auditoriyaya uyğun gələn düzgün təsir edənləri müəyyən etməlisiniz. Brendinizlə rezonans doğuran məzmunu paylaşan böyük və məşğul izləyiciləri olan təsir edənləri axtarın. Düzgün təsir edənləri müəyyən etdikdən sonra, təyinat yerinizi və ya məhsulunuzu nümayiş etdirən cəlbedici və orijinal məzmun yaratmaq üçün onlarla işləyə bilərsiniz. Buraya sponsorlu bloq yazıları, sosial media yazıları, videolar və s. daxil ola bilər.

Təsir edənlər tərəfindən yaradılan məzmunun orijinal olmasını və brend dəyərlərinizə uyğun olmasını təmin etmək vacibdir. Bu, auditoriyanız arasında inam yaratmağa kömək edəcək və təsir edənin izləyicilərinin təyinat yerinizə getmə və ya məhsulunuzu satın alma ehtimalının daha yüksək olmasını təmin edəcək. Beləliklə, inflyuenser marketinq turizm istiqamətlərini və məhsulları geniş və cəlbedici auditoriyaya tanıtmaq üçün təsirli bir yoldur. Brend dəyərlərinizə uyğun gələn təsir edənlərlə işləyərək, siz auditoriyanız arasında inam yaratmağa, sifariş və satışları artırmağa kömək edən orijinal və cəlbedici məzmun yarada bilərsiniz.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. <https://markzone.az/turizm-marketinqi>

#### **INFLUENCE MARKETING IN TOURISM**

**Sh.N.Qarayeva**

[sehlaqarayeva@yandex.ru](mailto:sehlaqarayeva@yandex.ru)

**K.D.Almammadova**

[konul.almammadova1998@gmail.com](mailto:konul.almammadova1998@gmail.com)

**S.A.Mammadova**

[sabuha.1995m@gmail.com](mailto:sabuha.1995m@gmail.com)

**E.A.Mammadov**

[elburus593@gmail.com](mailto:elburus593@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

Influencer marketing is an effective way to promote tourism destinations and products to a wide and attractive audience. By working with influencers who align with your brand values, you can create original and engaging content that helps build trust with your audience and increase orders and sales.

#### **МАРКЕТИНГ ВЛИЯНИЯ В ТУРИЗМЕ**

**Ш.Н.Гараева**

[sehlaqarayeva@yandex.ru](mailto:sehlaqarayeva@yandex.ru)

**К.Д.Алмамедова**

[konul.almammadova1998@gmail.com](mailto:konul.almammadova1998@gmail.com)

**С.А.Мамедова**

[sabuha.1995m@gmail.com](mailto:sabuha.1995m@gmail.com)

**Э.А.Мамедов**

[elburus593@gmail.com](mailto:elburus593@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Маркетинг влияния — это эффективный способ продвижения туристических направлений и продуктов среди широкой и привлекательной аудитории. Работая с влиятельными лицами, которые соответствуют ценностям вашего бренда, вы можете создавать оригинальный и

привлекательный контент, который поможет завоевать доверие вашей аудитории и увеличить количество заказов и продаж.



**MENECMENT SİSTEMİNİN SOSIAL EFFEKTİVLİYİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ  
İSTİQAMƏTLƏRİ**

**İ.H.İsayev**

**F.O.Qənbərova**

**M.S.Əliyeva**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Ölkə iqtisadiyyatının real inkişaf səviyyəsi, bir tərəfdən bilik və elmi tədqiqatların keyfiyyəti, digər tərəfdən, əldə edilmiş biliklərdən istifadənin intensivliyi ilə istifadə edilir. Postindustrial gedişində xidmət iqtisadiyyatı inkişaf edir. İqtisadiyyat xidmət sektoru intensiv şəkildə formalaşdırılır, insanın getdikcə artan ehtiyaclarını ödəməyə, o birləşmənin xidmətində olan avadanlıq və alətlərə xidmət göstərməyə yönəldilmişdir. Bilik iqtisadiyyatında istehsalın əsas resursu maddə və enerji deyil, əmək və idarəetmə deyil, informasiya və bilikdir. Bu baxımdan, praktiki olaraq heç bir təbii sərvətləri olmayan, yalnız biliklər inkişaf etmiş milli iqtisadiyyatlar formalaşır.

Bütün qeyd olunanlarla yanaşı demək olar ki, müasir sosial təminat və əhəlinin sosial müdafiəsi dərəcəsi iqtisadi sistemlərin inkişafı və əhaliyə dövlət dəstəyi sisteminin fəaliyyətinin səmərəliliyindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Bu baxımdan mövcud dövlət və təsərrüfat mexanizmi, sosial inkişaf üçün şərait yaratmaq baxımından inkişaf etməyə başladı. Çətin transformasiya dövründən keçən şirkətlər sosial layihələr üçün xərclərini minimuma endirməyə çalışırdılar. Buna baxmayaraq, bazar prosesləri inkişaf etdikcə ayrı-ayrı ərazilərin və bütövlükdə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı üçün dövlətin səylərinin inteqrasiyası üçün yeni mexanizmlərin yaradılması zərurəti anlayışı yaranmağa başlayır. Bu problemin həlli yollarından biri ictimai diqqətin sosial məsuliyyət və ya korporativ sosial məsuliyyət konsepsiyasına artmasıdır. Yerli təcrübədə dövlətin müəssisələrin sosial proqramlarına tam nəzarət etmək istəyindən və bələdiyyə sosial proqramlarının maliyyələşdirilməsi baxımından onlara birbaşa təzyiq göstərməkdən tutmuş bütün sosial problemlərin azaldılmasına qədər korporativ sosial məsuliyyətin tam əhatə dairəsi mövcuddur. Korporativ sosial məsuliyyət beynəlxalq təcrübənin ən səmərəli nümunələrini birləşdirərək, öz sosial əsaslarını tədricən inkişaf etdirir.

Menecment sistemində sosial texnologiyaların tətbiqi xarakteri milli səviyyədə daha açıq və əlaqələndirilmiş şəkildə dəyişir. İqtisadiyyatla cəmiyyət arasında yeni tipli münasibətlərin yaranması əsasən müxtəlif ölkələrdə yaranmış ciddi iqtisadi problemlər, işsizliyin artması və hətta sosial iğtişaşların nəticəsidir. Sosial məsuliyyət anlayışlarının müasir formada meydana çıxması cəmiyyət qarşısında məsuliyyət və öhdəliklərini geniş mənada müəyyən edilməsinə səbəb olur.

Sosial məsuliyyət anlayışlarının inkişafı sosial öhdəliklərin ümumən nə qədər genişlənməsi barədə geniş müzakirələrə səbəb olmuşdur. Bununla belə, əks nöqtəyi-nəzərin tərəfdarları iddia edirlər ki, müvafiq iqtisadi fəaliyyətin təşkilinin məhdud məsuliyyəti nəzərdə tutan müasir, korporativ forması cəmiyyətin sosial cəhətdən ən həssas təbəqələrin maraqları hesabına dominant qrupların maraqları ətrafında təşkilinin nəticəsidir. Müasir yanaşma tərəfdarlarının nöqtəyi-nəzərindən fəaliyyətin səmərəliliyi və sosial məsuliyyət anlayışları bir-biri ilə ziddiyyət təşkil etmir. Araşdırmalar göstərir ki, üç şüur dalğası ictimaiyyətin təzyiqi altında olan korporasiyalar tərəfindən ekoloji problemləri həll etməyə yönəlir.

Birinci dalğa təbii sərvətlərin məhdud təbiəti haqqında məlumatlılıq və şirkətlər tərəfindən onların istehlakını məhdudlaşdırmaq tələbi ilə xarakterizə olunur.



İkinci dalğa davamlı inkişaf konsepsiyasının yayılmasını əhatə edir. Müəssisələr davamlı inkişafın tələblərinə cavab verən yeni prinsiplərin, texnologiyaların və məhsulların yayılmasında aparıcı rol oynaya biləcəklərini dərk etməyə başlayırlar.

Üçüncü dalğa davam edən qloballaşma prosesinin dərk edilməsi, dayanıqlı inkişafın tələblərinə və qloballaşma şərtlərinə cavab vermək üçün korporativ idarəetmənin strukturunu və praktikasını dəyişdirmək, dövlət və mülki dövlət qurumları ilə əlaqələrin qurulmasının zəruri olduğunu başa düşməklə ölçülür.

Sosial sahədə məsuliyyətli şirkət sosial resursların həddən artıq istismarından qaçmaqdan əlavə, məsuliyyətli şirkət, məsələn, səhiyyə və ya təhsil proqramları vasitəsilə onların inkişafına kömək etməyə çalışır. Sosial resurslara dəstəyin digər forması son məhsulun satışı nəticəsində əldə edilən mənfəətin daha ədalətli bölüşdürülməsidir. Həmçinin onun bir hissəsi istehsal zənciri boyunca, xammal tədarükçülərinə qədər geri göndərilir. Ekoloji sahədə məsuliyyətli şirkət fəaliyyətinin ətraf mühitə təsirini mümkün qədər azaltmağa çalışmalıdır. Bu, xüsusilə enerji istehlakının və bərpa olunmayan resursların istehlakının azaldılması, tullantıların ekoloji təhlükəsinin həcmnin və dərəcəsinin azaldılması kimi tədbirlərlə təmin edilir. Məsuliyyətli davranış həm də məhsulun bütün həyat dövrünə ətraf mühitə nəzarəti nəzərdə tutur.

Bu gün korporativ sosial məsuliyyət konsepsiyası sosial problemlərin təhlilində mərkəzi anlayışlardan birinə çevrilmişdir. Bununla belə, korporativ sosial məsuliyyət idarəetmənin sosial problemlərin həlli vasitəsi kimi istifadəsi bir sıra çətinliklərlə üzləşir. Əvvəla, bunlar ekoloji xərclərin və üstəlik, satınalmaların təcrid edilməsi və kəmiyyətinin müəyyən edilməsinin çətin olması ilə əlaqədardır. Bundan əlavə, real məsrəflər aşkarlanana qədər, məsələn, zəhərli tullantıların atılması ilə bağlı xərclərin dəqiq hesablanması və s. bu məsrəflərdən yayınma xərcləri rəhbərlik tərəfindən mənfə qarşılığa bilər. Tamamilə standartlaşdırılan və çox vaxt şirkət tərəfindən kənardan sət kodlaşdırılan maliyyə auditi qaydalarından fərqli olaraq, sosial məsuliyyətin uçotu üçün vahid standartlar yoxdur. Vahid standartlar olmadıqda, bir çox daha dar standartlar ümumdür və onlardan yalnız bir neçəsi məsuliyyətin sosial və ekoloji aspektlərini az və ya çox uğurla birləşdirir, əksəriyyəti ətraf mühit məsələlərinə diqqət yetirir. Qeyd edilənlərlə əlaqədar son illər korporativ məsuliyyətdə əhəmiyyətli dəyişikliklər baş vermişdir. Onlardan xüsusi əhəmiyyət kəsb edən aşağıdakı məsələləri göstərmək olar:

1. BMT-nin sosial məsuliyyətli investisiya prinsiplərinə dair sənədinin qəbul edilməsi və yüzlərlə iri institusional investorlar tərəfindən sənədin imzalanması. Sənəd fəaliyyətə dair tələbləri və ya onun qiymətləndirilməsi meyarlarını deyil, prosese qoşulmuş investorlar tərəfindən ictimaiyyətə açıqlanan ümumi prinsipləri müəyyən edir. Bu hadisə korporativ sosial məsuliyyət məsələlərinin əvvəlki statusundan çıxmasını və maliyyə təhlilində nəzərə alınan bir sıra məsələlərə daxil edilməsini simvollaşdırır.

2. Sosial məsuliyyət standartları sahəsində mərkəzi beynəlxalq təşkilatlardan biri olan Qlobal Hesabat Təşəbbüsü tərəfindən nəşr edilən Dayanıqlı İnkişaf üzrə Hesabat Təlimatının üçüncü versiyasının buraxılışı. Təlimatın üçüncü versiyasında hesabat meyarlarının sayı azaldılmış, yalnız əhəmiyyətli parametrlər (şirkət üçün əhəmiyyətli olan) və şirkətin yeni standartlara uyğun olaraq hesabatlılığa tədricən keçid yoluna diqqət yetirilmişdir.

3. Böyük Britaniyanın korporativ qanunvericiliyinə əhəmiyyətli dəyişikliklər edən Şirkətlər Aktının qəbul edilməsi. Xüsusilə, indi şirkət rəhbərliyindən işçilərin, yerli icmaların və ətraf mühitin maraqlarını nəzərə almaq və şirkətin fəaliyyətinin onların maraqlarına təsirini nəzərə almaq tələb olunur.

Beləliklə, yaxın gələcək üçün menecment sistemində sosial məsuliyyət təcrübəsinin inkişafının əsas tendensiyaları kimi aşağıdakı istiqamətləri qeyd etmək olar:

- hesabatda əhəmiyyətlik anlayışının dəyişdirilməsi - əhəmiyyətli meyarlar siyahısına indi təkcə maliyyə deyil, həm də şirkətin sosial və ekoloji fəaliyyəti daxildir. Əhəmiyyətliliyin müəyyən edildiyi kontekst dəyişir: əgər əvvəllər başlanğıc nöqtəsi yalnız mülkiyyətçinin maraqları idisə, indi tendensiya bütün cəlb olunmuş qrupların (maraqlı tərəflərin) maddi maraqlar kimi nəzərə alınmasıdır.

- şirkətin fəaliyyəti ilə bağlı onların maraq və istəklərini nəzərə almaq üçün rəhbərliyin məsuliyyəti vasitəsilə maraqlı tərəflərin qərarların qəbuluna cəlb edilməsi.

- həm fəaliyyətdə, həm də şirkətin hesabatında maliyyə və qeyri-maliyyə aspektləri arasında sıx inteqrasiya, onların vahid kompleksdə birləşdirilməsi.

## **НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

**И.Г.Исаев**

**Ф. О.Ганбарова**

**Н.С.Алиева**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Современное социальное обеспечение и социальная защита населения зависят от развития экономических систем и социальной эффективности. В связи с этим корпоративная социальная ответственность развивает свою социальную основу, объединяя наиболее эффективные примеры международной практики. Корпоративная социальная ответственность важна как средство решения социальных задач управления.

## **DIRECTIONS FOR IMPROVING THE SOCIAL EFFICIENCY OF THE MANAGEMENT SYSTEM**

**I.Q.Isayev**

**F.O.Ganbarova**

**N.S.Aliyeva**

**Azerbaijan Technology University**

Modern social security and social protection of the population depend on the development of economic systems and social efficiency. In this regard, corporate social responsibility is developing its social basis by bringing together international best practices. Corporate social responsibility is important as a means of solving social management problems.



## **RESURS POTENSIALINDAN İSTİFADƏNİN SƏMƏRƏLİLİYİ**

**F.İ.İsmayılov**

[t.x.gdptm@mail.ru](mailto:t.x.gdptm@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

İqtisadi artımın dinamikasını proqnozlaşdırarkən bütövlükdə istehsalın, o cümlədən resurs potensialından istifadənin səmərəliliyinin yüksəldilməsi imkanlarının araşdırılması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu zaman prosesin ana xəttinin iqtisadi inkişafın resurslara qənaət etməyə imkan verən tipinə (material və əmək tutumunun azaldılması və i.a.) keçilməsindən ibarət olmasına əsaslanmaq lazımdır. Digər tərəfdən, resurslara qənaət olunmasını zəruri edən şərtlərdən danışarkən ekstensiv inkişaf amillərinin tükənmək üzrə olduğu, yaxud da tükəndiyi fikri gündəmə gəlir.

Bu və ya digər resurslardan istifadənin səmərəliliyini qiymətləndirərkən onun həddlərinin proqnozlaşdırılması da olduqca vacibdir. [2] Əməyə, xammal və materiallara, yanacağa, kapital qoyuluşuna qənaət olunması vəzifəsini qarşıya qoymaqla, eyni vaxtda həm də başqa bir vəzifə – resurslara qənaət edilməsi siyasətinin reallaşdırılması mümkün deyildir. Bu, ekstensiv və intensiv iqtisadi artım mənbələrinin balanslaşması, yəni «hər hansı bir resurs növünə qənaət edilməsi digər bir resurs növündən əlavə sərf olunması hesabına ola bilər» tezisi ilə əlaqədardır. Bunu ondan görmək olar ki, məsələn, əmək məhsuldarlığının yüksəlməsi - canlı əmək məsrəflərinə qənaət edilməsi – investisiya əmtəələrində (istehsal vasitələrində) maddiləşmiş keçmiş əmək məsrəflərinin artması ilə müşayiət olunur. Investisiya əmtəələrinin təkmilləşdirilməsi isə məhsulun hər vahidinə sərf olunan keçmiş əmək məsrəflərini azaldır, yeni elmi ideyaların meydana çıxdığı, layihələndirildiyi və mükəmməl texnikanın yaradıldığı sfera və sahələrdə xərclərin artmasına səbəb olur. Lakin bu o demək deyildir ki, ekstensiv və intensiv inkişaf amilləri bir-birini inkar edir. Əlbəttə yox, əksinə onlar bir-birini tamamlayır.

Əmək ehtiyatlarından istifadənin və istehsalın səmərəliliyinin əsas göstəricisi əmək məhsuldarlığıdır.

İstehsalda əmək ehtiyatlarından istifadənin səmərəliliyi iqtisadi və sosial meyarlarla səciyyələnir. Əmək ehtiyatlarından istifadənin iqtisadi səmərəlilik səviyyəsi və dinamikasına qiymət vermək üçün əsas meyar isə yenə də əmək məhsuldarlığıdır.

Əmək məhsuldarlığı dinamikasının əsas amillərinə aşağıdakılar aiddir:

- 1) elmi-texniki tərəqqi;
- 2) iqtisadiyyatın strukturunun yenidən qurulması;
- 3) işçi qüvvəsinin keyfiyyət tərkibi;
- 4) təşkilati-idarəetmə amilləri;
- 5) sosial və psixoloji amillər.

Təbii resurslardan (xammal, enerji, yanacaq və i.a.) istifadənin səmərəliliyi material tutumu (ÜDM-in bir manatına düşən maddi xərclər), həmçinin natura ifadəsində ÜDM-in bir manatına düşən maddi resurs sərfi (enerjitutumu, metaltutumu və i.a.) ilə səciyyələnir.

Təbii resursların fiziki ehtiyatları proqnozlaşdırılması mümkün olan perspektivdə əslində iqtisadi artıma əhəmiyyətli məhdudiyyətlər qoymur. Lakin bir çox resurs növlərinin məhdudluğu və bərpa oluna bilməməsi təbii-xammalların bahalaşmasına, onun daşınması xərclərinin artmasına səbəb olur. Həm də son dövrlərdə iri xammal və ilkin enerji resursları istehsalçıları bir sıra çətinliklərlə üzləşmişlər. [3] Belə ki, yanacaq-energetika kompleksində istehsalı artırmaq nəinki mümkün deyildir, hətta əldə olunmuş səviyyənin qorunub saxlanması da çətinləşmişdir. Azərbaycanın mineral xammal ehtiyatları, birinci növbədə neft və qazı Avropanın enerji təhlükəsizliyinin təmin olunmasında çox mühüm rol oynayır. Bakı-

Tbilisi-Ceyhan əsas ixrac boru kəməri ilə Azərbaycan neftinin, Bakı-Tbilisi-Ərzurum kəməri ilə Azərbaycan qazının Avropa bazarlarına çıxarılması və yeni çəkiləcək sərhədlərinin genişləndirilməsi, kəmərlərə birləşdirilməsi tərəfdaş ölkələrin Rusiyadan asılılığının nisbətən azaldılmasında mühüm rol oynaya bilər. Proqnozlara görə yaxın gələcəkdə ölkəmizdə neft hasilatı və qaz çıxarılması xeyli azalacaq, Qazaxıstan və Orta Asiya ölkələrinin enerji daşıyıcılarının Avropa bazarlarına çıxarılmasında Azərbaycan tranzit ölkə kimi xüsusi rol oynayacaqdır. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan iqtisadiyyatı hələ resurstutumlu ölkə olaraq qalır. Bu, özünü onda göstərir ki, ÜDM-in hər manatına görə sərf edilən bir çox resurs növlərinin miqdarı Qərbi ölkələrinə nisbətən yüksəkdir. Bunun başlıca səbəbləri ekstensiv inkişaf amillərinin üstünlük təşkil etməsi, müəssisələrin texniki və texnoloji cəhətdən hələ dünya standartlarından geri qalması və bu səbəbdən də beynəlxalq bazarlara çıxmaqda çətinlik çəkmələri, ixrac materialları içərisində xammalların, xüsusilə də neftin xüsusi çəkisinin yüksək olması və s.-dir. Odur ki, enerji daşıyıcıları ilə əlaqədar yaxın və perspektiv dövr üçün dövlət siyasəti xammal, enerji və yanacaq istehsalı ilə istehlakı arasındakı tarazlığın təmin olunmasına yönəldilməlidir. Təbii resurslardan səmərəli istifadə olunmasında onlardan istifadə etmə hüququ başlıca rol oynayır. Bununla əlaqədar olaraq hüquqi bazanın yaradılması çox böyük əhəmiyyətə malikdir. Ölkəmizdə bu istiqamətdə bir çox işlər görülmüş, su və torpaq resurslarından istifadə haqqı, mədən vergisi haqqında qanun və digər normativ-hüquqi sənədlər qəbul edilmişdir. Bunlara aşağıdakılar aiddir: «Aqrar islahatın əsasları haqqında», “Torpaq vergisi haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunları, Azərbaycan Respublikasının “Torpaq məcəlləsi”, təbii ehtiyatlardan istifadə ilə əlaqədar ölkə daxilində həyata keçirilən tədbirlər, ölkə iqtisadiyyatına xarici kapitalın cəlb edilməsi üçün formalaşdırılmış mükəmməl hüquqi baza və s. və i. a.

Bütün bunlar Azərbaycanda mövcud təbii sərvətlərdən səmərəli istifadə olunmasına, iqtisadiyyatın mütərəqqi strukturunun formalaşdırılmasına, sənayenin strukturunun təkmilləşdirilməsinə, kənd təsərrüfatının modernləşdirilməsinə və iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələr sırasına çıxmasına imkan verə bilər.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Novruzov V. İnkişaf və tərəqqinin Heydər Əliyev modeli. Bakı, 2014, 288 s..
2. Nəbiyev N. Təbii sərvətlər və istehsal. Bakı. 1999
3. Məmmədli O.Q. İqtisadi nəzəriyyə. Ali məktəblər üçün dərs vəsaiti. Gəncə. 2014.
4. Məmmədov O.Q, İsmayılov F.İ. və b. Marketing. Bakı. 2016.
5. Quliyev T.Ə. İnsan resurslarının idarə edilməsi. Dərs vəsaiti. Bakı -2013. 828 səh.

#### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА**

**Ф.И.Исмаилов**

[t.x.gdptm@mail.ru](mailto:t.x.gdptm@mail.ru)

**Азербайджанского Технологического Университет**

При прогнозировании динамики экономического роста большое значение имеет исследование возможностей повышения эффективности использования ресурсного потенциала. При оценке эффективности использования того или иного ресурса также очень важно прогнозировать его пределы. Все это может позволить Азербайджану эффективно использовать имеющиеся природные ресурсы, сформировать прогрессивную структуру экономики, усовершенствовать структуру промышленности, модернизировать сельское хозяйство и войти в число экономически развитых стран.

#### **EFFICIENCY OF RESOURCE POTENTIAL UTILISATION**

**F.I.Ismayilov**

[t.x.gdptm@mail.ru](mailto:t.x.gdptm@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

In forecasting economic growth dynamics, it is important to explore opportunities to improve the efficient use of resource potential. When assessing the effectiveness of a

resource, it is also very important to predict its limits. All this could enable Azerbaijan to use its natural resources efficiently, form an advanced economic structure, improve its industrial structure, modernise its agriculture and join the ranks of economically developed countries.



## **MANAGEMENT OF TIME, STRESS AND MEETINGS AMONG WORKERS**

**Sh.Sh.Huseynova**

[shafakamran@gmail.com](mailto:shafakamran@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

What is stress? It is clearly understood that, though everyone faced stress at least once in life, it is still difficult to define the term of “stress”. “You can not go through a day of your life without stressors and reacting to them.” (*Bickerstaff 2007, 8*). However, even physically our body will react similarly; the effects from different stressors vary a lot. Thus, the feeling after receiving bonuses at work can provoke the same stress as when paying the fee, but the first event in comparison to the second one will affect positively as on the person himself/herself as on his/her working efficiency. Prolonged or frequent stress might lead to very serious health problems. If there is no health, there is no wealth.

Stress is particularly familiar to all those who work in business, everyone who has set a goal and strives to achieve it, missed the allotted budget time, money and other resources. The economic crisis has forced many people to reduce the allocated resources, change the goals and technology. Such changes, decisions on their introduction, resistance to these changes of personnel and many others negative factors are in fact a kind of “vice” to the director, senior managers and staff. One of the rules of Japanese management states: “The effectiveness of the organization depends on whether its leader was able to harness the power of stress in themselves and subordinates, and turn it into energy for success.”

Here is the summary of the causes of stress via explaining their names:

**Biological:** The biological make up and interaction of your body with the food you eat and environment you live in.

**Social/cultural:** Whole range of social and cultural pressures.

**Psychodynamic:** The term ‘psychodynamic’ refers to subconscious thoughts and feelings, which often arise from childhood experiences.

**Rational:** The rational processes in our minds constantly interpret and evaluate the world around. Events can be interpreted in many ways, and the way in which this is done can influence the level of stress that is felt.

**Experiential:** The way in which each individual experiences each situation in time, even in very similar situations, is very different. One person may find a situation highly stressful, whilst another may find it stimulating or enjoyable - every reaction is unique.

**Spiritual:** The need for individual spiritual development has long been recognized by the religion. It is only during the last 30 years that psychology has acknowledged the existence of a spiritual side to the individual.

“Stress Management is interventions designed to reduce the impact of stressors in the workplace. These can have an individual focus, aimed at increasing an individual’s ability to cope with stressors. Stress Management programs can also have an organizational focus and attempt to remove the stressors in a role. For example, improving communication may reduce uncertainty. **For organization.** Most managers interviewed in this study agree on the importance of “encouraging employees’ participation in giving their opinions and making decisions”, “setting realistic goals and fairness in both incentive policy and salary system”, as well as “valuing their achievements that exceed the job requirements”, to reduce workplace stress. Additionally, managers should encourage more friendly and effective communication between employees to avoid conflicts within the company and role ambiguity (*Shukla & Garg, 2013*). However two main models can be marked out: Transactional and Health Realization Models. In modern world a lot of specialized



companies offer employee assistance programs, provide Stress Management training or create Stress Management program for a concrete company. “Nearly one-half of large companies in the United States provide some type of stress management training for their workforces” (*Novant Health EAP & Work Life Services, 2005, 4*) However, if the company does not have enough finance for applying to such organizations, or the company does not trust its secrets or problems to others, it can create the Stress Management program itself. Below are presented some tips for creation successful Stress Management program.

4 Mathis and Jackson (2000) suggested that to measure organizational or industrial human resource productivity one has to consider unit labor cost, or the total labor cost per unit of output. The authors further stated that an individual performance depends on three factors. These are the ability to do the work, level of effort and support given to the individual. The relationship of these factors, widely acknowledged in management literature, implies that Performance falls or reduces if any of these factors are reduced or absent. This is shown as Performance

$$(P) = \text{Ability}(A) \times \text{Effort}(E) \times \text{Support}(S) \text{ or } P = A \times E \times S \sqrt{a^2 + b^2}.$$

According to Dua (2014, 60) the strains caused by stress are:

- Lower emotional health which manifests as psychological distress, depression and anxiety
- Lower physical health which manifests itself as heart disease, insomnia, headaches and infections
- Organisational symptoms such as job dissatisfaction, absenteeism, lower productivity, and poor work quality.

Consequently, this supports Gautam, Sarto and Kai (2020) claim that, the less stressed employees are, the more positive and productive they'll be. In a study by Donald, Taylor and Johnson (2015) a model was suggested indicating that higher employee productivity is associated with better psychological wellbeing, an experience of greater commitment from the organisation, and more access to resources and information. This reinforces the convictions of Donald, Taylor, Johnson, Cooper, Cartwright and Robertson, (2015) that these positive factors reduce the amount of stress that employees experience and prompt them to be more productive.

According to Rojas and Kleiner (2011, 86), „Many physical illnesses are the result of high levels of stress. These illnesses are psychosomatic in nature and they can range from things like; chest pain; difficulty digesting food or swallowing; dizziness; fainting; or blacking out; and also being more accident prone.“ In terms of the research conducted by the Institute of Management (nd), the most common symptoms experienced by the managers, which are often seen as signs of stress were; excessive tiredness (81%), disturbed sleep (78%), loss of temper (71%), headaches (63%) and lowered sex drive (55%). (Chronic stress is characterised by emotional vulnerability, persistent negative emotions, elevated hormonal base levels, hyperactivity of the autonomic nervous system(so that the body never relaxes) and tendencies to experience psychosomatic symptoms.

## REFERENCES

1. Job Stress Management Resources. URL: <http://www.mindtools.com/stress/Brn/IntroPage.htm>. Quoted: 10.01.2010
2. Cooper CL, Marshall J. Occupational sources of stress: a review of the literature relating to coronary heart disease and mental ill health. *J Occup Health Psychol* 1976; 49:11–28.
3. Mental Health Touches. Stress at work. URL: <http://www.athealth.com/Consumer/disorders/workstress.html>. Quoted: 30.12.2009
4. Friedman N.D., Rosenman R.H. (1974). *Type A behavior and your heart*, Knopf, New York
5. Karasek RA, Theorell T. *Healthy work: stress, productivity, and the reconstruction of*

working life. New York: Basic Books. 1990.

6. Silverthorne, C., Chen, J. (2008) The Impact of Locus of Control on Job Stress, Job Performance and Job Satisfaction in Taiwan. Leadership & Organization Development Journal, 29, 572-582.

<http://dx.doi.org/10.1108/01437730810906326>Selye, H. [1956] (1976).

7. Manufacturing, Science and Finance Union. Preventing stress at work: an MSF guide. London: MSF. 1997.

8. Thompson P. and McHugh D. (1995) Work Organizations; A Critical Introduction. 2nd Edition, Macmillan Press Ltd. Hampshire.

## **ZAMANIN, STRESİN VƏ İŞÇİLƏR ARASINDA GÖRÜŞLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ** **Ş.Ş.Hüseynova**

[shafakamran@gmail.com](mailto:shafakamran@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Stres qədim zamanlardan bəri yaşanır, lakin heç vaxt 21-ci əsrin əvvəllərində olduğundan daha pis olmamışdır. Bu gün bütün xəstəliklərin 50%-dən çoxunun səbəbi stressdir. Bu fakta baxmayaraq, stress fenomeni hələ də o qədər dərinədən öyrənilməmişdir.

Müasir cəmiyyət getdikcə daha tez-tez nisbətən yeni olan “iş yerində stress” anlayışı ilə qarşılaşır. Suallara cavab vermək üçün: “Niyə?” və “Nə etməli?” ayrı-ayrı iş yerlərində stress probleminə dərinədən baxmaq lazımdır. Yalnız bundan sonra müvafiq və xüsusi stressin idarə edilməsi proqramı yaradıla bilər. Bu tədqiqatın məqsədi iş yerində stressin əsas səbəblərini və nəticələrini müəyyən etmək, onun qarşısının alınması və onunla mübarizə aparmağın ən təsirli yollarını tapmaqdır. Tədqiqat həmçinin iş yerində stressin ümumi vəziyyətini təhlil edir və stressin mənşəyi ilə bağlı bəzi tarixi faktlara nəzər salır. Bu mövzuda həqiqətən heç bir xüsusi tədqiqat tapılmadığından, mənim tədqiqatım şirkətlər üçün, xüsusən də onların ümumi inkişafının uğurunda olduqca faydalı olacaq. Bu tədqiqat həm də tələbələrini onları gözləyən çətin iş həyatına hazırlamaq üçün təqdim edilə bilər.

## **УПРАВЛЕНИЕ ВРЕМЕНЕМ, СТРЕССОМ И ВСТРЕЧАМИ МЕЖДУ СОТРУДНИКАМИ**

**Ш.Ш.Гусейнова**

[shafakamran@gmail.com](mailto:shafakamran@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Люди испытывали стресс еще в древние времена, однако ситуация сильно усугубилась в 21 веке. В наше время стресс является причиной более пятидесяти процентов болезней. Несмотря на этот факт, феномен стресса до сих пор не до конца изучен.

Современное общество все чаще и чаще встречается с таким относительно новым понятием как «Стресс на работе». Для того, чтобы ответить на вытекающие вопросы: «Почему стресс возникает?» и «Что делать в стрессовой ситуации?», проблема появления стресса должна быть рассмотрена детально и индивидуально на рабочем месте. Только после этого в компании может быть создана подходящая программа стресс менеджмента.

Целью данного исследования является определение основных причин, последствий стресса на рабочем месте, и выявить наиболее эффективные пути предотвращения и борьбы со стрессом. Исследование также представляет общий анализ современной ситуации, касающейся стресса на работе, и представляет некоторые исторические факты, относящиеся к происхождению понятия «стресс».

Поскольку на данный момент нет идентичного исследования на данную тему, моя работа потенциально становится полезной для существующих компаний, в особенности для их успешного развития. Результаты данного исследования также могут быть представлены студентам для того, чтобы подготовить их к тяжелой

трудоу жизни, которая их ждет.



## **E-TİCARƏT VƏ ONUN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ**

**B.C.Qurbanova**

[bestixelilova@gmail.com](mailto:bestixelilova@gmail.com)

**E.N.Əhmədov**

**Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti**

Elektron ticarət və ya e-ticarət, mal və xidmətlərin internet üzərindən alqı-satqısına aiddir. Son bir neçə onillikdə internetin yüksəlişi və texnologiyanın inkişafı e-ticarət fəaliyyətinin əhəmiyyətli dərəcədə artmasına səbəb olub, alış-veriş və biznes tərzimizi dəyişdirib. Son illərdə onlayn alış-verişə və uzaqdan işləməyə keçidi sürətləndirən COVID-19 pandemiyası səbəbindən e-ticarət daha da vacib olmuşdur.

B2B (biznesdən biznesə), B2C (biznesdən istehlakçıya), C2C (istehlakçıdan istehlakçıya) və C2B (istehlakçıdan biznesə) daxil olmaqla bir neçə növ e-ticarət mövcuddur. B2B e-ticarət müəssisələr arasında əməliyyatları, B2C e-ticarət isə müəssisələr və istehlakçılar arasında əməliyyatları əhatə edir. C2C elektron ticarəti istehlakçılar arasında əməliyyatları əhatə edir, C2B e-ticarəti isə istehlakçıları müəssisələrə məhsul və ya xidmətlər satmasını əhatə edir.

E-ticarətin gələcəyi, ehtimal ki, süni intellektin (AI) və maşın öyrənməsindən artan istifadə, mobil ticarətin böyüməsi və reklam və marketinq vasitəsi kimi sosial media platformalarının davamlı yüksəlişi də daxil olmaqla bir neçə tendensiya ilə formalaşacaq. Digər inkişaf edən tendensiyalar arasında immersiv alış-veriş təcrübələri yaratmaq üçün virtual və genişlənmiş reallıq texnologiyalarından istifadə və daha təhlükəsiz və şəffaf əməliyyatlar yaratmaq üçün blokçeyn texnologiyasının inkişafı daxildir.

E-ticarət müasir biznesin ayrılmaz hissəsinə çevrilib və ehtimal ki, onun əhəmiyyəti növbəti illərdə də artmağa davam edəcək. Elektron ticarətin müxtəlif növlərini, onun inkişafına təkan verən amilləri və onun gələcəyini formalaşdıran yaranan tendensiyaları başa düşərək, bizneslər əyrinin qabağında qala, böyümə və innovasiya üçün yeni imkanlardan yararlanmağa bilirlər.

Elektron ticarətin əsas üstünlüklərindən biri həm alıcılar, həm də satıcılar üçün daha çox rahatlıq təklif etməsidir. İstehlakçılar istənilən vaxt istənilən yerdən alış-veriş edə, satıcılar isə fiziki mağazaya ehtiyac duymadan daha geniş auditoriyaya çata bilirlər. Elektron ticarət həm də bizneslər üçün daha çox xərc qənaəti təklif edir, çünki onlar kirayə, kommunal xidmətlər və işçi heyəti ilə bağlı xərcləri azalda bilər. [2]

Çoxlu faydalarına baxmayaraq, e-ticarət bəzi çətinliklərlə də üzləşir. Əsas problemlərdən biri təhlükəsizlik məsələsidir, çünki e-ticarət əməliyyatları kibercümlərə və saxtakarlığa qarşı həssasdır. Bundan əlavə, bizneslər məlumatların məxfiliyi və istehlakçıların müdafiəsi qanunları kimi e-ticarətlə bağlı müxtəlif qaydalara və qanunlara riayət etmələrini təmin etməlidirlər.

Gələcəyə baxsaq, e-ticarətdə gələcək illərdə sənayeni formalaşdıracağı gözlənilən bir neçə inkişaf və tendensiya var. Bunlara onlayn alış-veriş üçün mobil cihazlardan artan istifadə, sosial ticarətin yüksəlişi və e-ticarətdə davamlılığın və etik təcrübələrin artan əhəmiyyəti daxildir.

Elektron ticarətin (e-ticarət) inkişaf istiqamətlərinin təkmilləşdirilməsi biznesin rəqabətə davamlı olması və müştərilərin dəyişən ehtiyaclarına cavab verməsi üçün vacibdir. Elektron ticarətin inkişaf istiqamətlərini təkmilləşdirməyin bəzi yolları bunlardır: [1]

- ödəniş prosesini sadələşdirmək;
- müştəri xidmətini təkmilləşdirmək;
- mobil ticarəti optimallaşdırmaq;
- fərdi marketinq strategiyalarını həyata keçirmək;

- sosial ticarət variantları təklif etmək;
- süni intellekt və maşın öyrənməsindən istifadə etmək;
- davamlılığa diqqət yetirmək.

Elektron ticarətin ilk inkişaf istiqaməti onlayn alış-veriş üçün mobil cihazlardan istifadənin artmasıdır. Smartfon və planşetlərin geniş yayılması ilə istehlakçılar artıq istənilən vaxt və istənilən yerdə onlayn alış-veriş edə bilərlər. Nəticə etibarilə, bizneslər bu artan tendensiyaya cavab vermək üçün veb sayt və proqramlarının mobil uyğun olmasını təmin etməlidirlər. İkinci inkişaf istiqaməti elektron ticarət üçün sosial media platformalarından istifadədir. Facebook, Instagram və Pinterest kimi sosial media platformaları şirkətlər üçün məhsul və xidmətlərini tanıtmaq üçün məşhur platformaya çevrilib. [3]

Üçüncü inkişaf istiqaməti e-ticarətdə süni intellektin (AI) və maşın öyrənməsinin istifadəsidir. Süni intellekt texnologiyası bizneslərə fərdiləşdirilmiş məhsul tövsiyələri vermək və müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırmaq üçün istehlakçı məlumatlarını təhlil etməyə kömək edə bilər. Dördüncü inkişaf istiqaməti virtual və əlavə reallığın (VR/AR) elektron ticarətə inteqrasiyasıdır. VR/AR texnologiyası istehlakçılara məhsullara üçölçülü mühitdə baxmaq imkanı verməklə, daha immersiv alış-veriş təcrübəsi təqdim edə bilər. Bu, müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırır və satışları artırır, çünki istehlakçılar satın almadan əvvəl məhsul haqqında daha yaxşı təsəvvür əldə edə bilərlər. [4]

Nəticə olaraq qeyd edək ki, e-ticarət daim inkişaf edir və müəssisələr rəqabət qabiliyyətini saxlamaq üçün bu dəyişikliklərə uyğunlaşmalıdırlar. Mobil cihazların istifadəsi, sosial media platformaları, AI və maşın öyrənməsi və VR/AR bütün e-ticarətin gələcəyini formalaşdıran tendensiyalardır. Bu inkişafı qəbul edən və onları əməliyyatlarına daxil edən müəssisələr, müştərilərinin ehtiyaclarını ödəmək və rəqəmsal bazarda uğur qazanmaq üçün daha yaxşı mövqe tutacaqlar.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Laudon K. C., & Traver C. G. E-commerce 2017: Business, technology, society. Pearson. 2017. 325 p.
2. Chaffey D. E-business and e-commerce management: strategy, implementation and practice. Pearson UK. 2019. 412 p.
3. Liang T. P., Ho Y. T., Li, Y. W., & Turban E. What drives social commerce: The role of social support and relationship quality. International Journal of Electronic Commerce. 2011. 16(2), 69-90.

#### **ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ РАЗВИТИЯ**

**Б.Ч.Гурбанова**

[bestixelilova@gmail.com](mailto:bestixelilova@gmail.com)

**Э.Н.Ахмедов**

**Азербайджанский Государственный Экономический Университет**

Электронная коммерция (e-commerce) - это процесс покупки и продажи товаров и услуг онлайн. С широким распространением интернета, электронная коммерция стремительно развивается и становится все более важной с появлением онлайн-шопинга. Направления развития электронной коммерции включают мобильные операции, дальнейшее расширение интернета, развитие технологий, создание онлайн-систем оплаты, повышение безопасности и рост маркетинга в социальных сетях, среди других.

#### **E-COMMERCE AND ITS DEVELOPMENT DIRECTIONS**

**B.C.Gurbanova**

[bestixelilova@gmail.com](mailto:bestixelilova@gmail.com)

**E.N.Ahmadov**

**Azerbaijan State Economic University**

E-commerce is the process of buying and selling goods and services online. With the widespread adoption of the internet, e-commerce has rapidly developed and has become increasingly important with the rise of online shopping. E-commerce trends include mobile transactions, further expansion of the internet, and development of technology, creation of



online payment systems, increased security and the growth of social media marketing, among others.



**AZƏRBAYCANDA SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFIN SÜRƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN BƏZİ MƏSƏLƏLƏRİ**

**İ.Ə.Əhmədov**

[isa.ehmedov.57@mail.ru](mailto:isa.ehmedov.57@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı iqtisadiyyatın ən aparıcı tərkib hissələrindən biri olmaqla, Azərbaycan Prezidentinin və hökumətin daim diqqət mərkəzindədir. Milli iqtisadiyyatımız formalaşmış inkişaf etdikcə, onun bazar mahiyyətinin dərk olunması, ölkəmizdə gedən mütərəqqi sosial-iqtisadi inkişaf meyilləri genişlənir, bu prosesin mahiyyətinin yüksək səviyyədə dərk edilməsinin zərurilliyi daha qabarıq şəkildə ortaya çıxır. Müstəqillik əldə edildikdən sonrakı illərin müqayisəli təhlili göstərir ki, neft və onunla bağlı olan sahələrin: sənayenin, tikintinin, nəqliyyatın inkişafı nisbətən artımlı olmuş, digər sahələrdə isə ya azalma müşahidə olunmuş, ya da artım az olmuşdur.

Respublikanın sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi çox mürəkkəb bir prosesdir. Onun məzmununu bəsitləşdirmək, ancaq ayrı-ayrı zahiri təzahürlərdən ibarət etmək olmaz. İnkişafın sürətləndirmə prosesini kompleks halında seçiyələndirərkən onun bir sıra tərkib hissələrini qeyd etmək lazımdır: [3]

a) Sosial-iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi, təbiidir ki, ən əvvəl artım sürətinin yüksəldilməsini tələb edir. Bunun üçün qarşıda duran vəzifələrin təkcə geniş miqyasını deyil, mürəkkəbliyini görmək vacibdir.

b) Həm də belə bir istiqamət qəbul edilməlidir ki, qarşıda duran vəzifə olduqca böyükdür və bazarın tələblərinə uyğunlaşmaq, onun tələblərinə cavab verən iqtisadi islahatların aparılması əsas məsələdir.

c) Yeni qarşıya qoyulan məqsədlərə çatmaq üçün səyləri artırmaq, texnika və texnologiyalarda, təsərrüfatçılıq formalarında və metodlarında, keyfiyyət göstəricilərinə xüsusi diqqət yetirmək çox mühümdür.

d) Bazar münasibətlərində sosial-iqtisadi inkişafın bütün fəaliyyət istiqamətini istehlakçıların tələblərinə uyğunlaşdırmaq xarakterik xüsusiyyət hesab edilməlidir. Belə münasibətin müəssisələrdən başlayaraq bütün sahələrdə işin keyfiyyət istiqamətlərini və qiymətlərini müəyyən etmək üçün mühüm əhəmiyyəti vardır.

Artıq Respublikamızın müstəqillik əldə etməsindən 30 ilə yaxın bir zaman keçmiş və bu illərdə ölkəmizdə nəzərə çarpacaq iqtisadi yüksəlişə nail olunmuşdur. Ölkədə iqtisadiyyatın yenidən qurulması və inkişaf etdirilməsi istiqamətində bir sıra islahatlar həyata keçirilmişdir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ölkənin sosial-iqtisadi inkişafını təmin etmək, əhəlinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması üçün zəruri istehlak mallarına olan tələbatını ödəmək, təbii və əmək resurslarından səmərəli istifadə olunmasını zəruri hal kimi ortaya çıxarmışdır.

Respublikamız bazar iqtisadiyyatı şəraitində öz iqtisadiyyatını yenidən qurur. Bu baxımdan Azərbaycan iqtisadiyyatının öyrənilməsi, analiz edilməsi, proqnozlaşdırılması lazım gəlir. Respublikamızda yaşayan və təhsil alan hər bir şəxs Azərbaycan haqqında, onun yaranması, dövlət kimi formalaşması təbii sərvətləri, onlardan istifadə edilməsi, iqtisadi yüksəlişdə təbii və əmək resurslarının rolu, potensial imkanları barədə geniş biliyə malik olmalıdır.

İqtisadi artımın yeni keyfiyyətini əks etdirən istiqamətlərin idarəetmənin yenidən qurulması qarşısında iqtisadi tərəkürün müasir istiqamətinə yiyələnmək inkişafın əsas meyarlarından hesab edilir. İqtisadi yüksəlişin başlıca keyfiyyət göstəricisi olan istehlakçıların tələbatının öyrənilməsi və fəaliyyətin ona istiqamətlənməsi, ona uyğun idarəetmə sisteminin qurulması sahibkarlığın mühüm vəzifəsidir və böyük iqtisadi fayda



verir. Bu prosesdə üstünlük verilən strateji əhəmiyyətli istiqamətlərdə fəal struktur dəyişiklikləri aparılması, qüvvələrin və ehtiyat mənbələrinin cəmlənməsi müasir iqtisadi yüksəliş tipinin fərqləndirici xüsusiyyətidir.

İqtisadi və sosial inkişafın sürətləndirilməsi bir-biri ilə bağlı olan və bir-birini tamamlayan iki prosesin əlaqələndirilməsini tələb edir. Bir tərəfdən, bu geri qalan sahələri qabaqcıllara çatdırmaq, nisbətən yüksək artım sürətinə çıxmaq deməkdir, digər tərəfdən isə siyasi sabitliyin qorunmasıdır.

Respublikada fəaliyyət göstərən müxtəlif təyinatlı firma və müəssisələrdə qənaət xəttinin ardıcıl həyata keçirilməsi itkilərin sadəcə ləğv edilməsi şəklində deyil, mütərəqqi texnologiyaların tətbiqi əsasında həyata keçirilməsi ilə başa çatmış olması faydalıdır. Burada məhsulun keyfiyyətini durmadan yüksəltmək, onun çeşidini daima artan və dəyişilən tələbata uyğunluğunu saxlamaq problemi də mövcuddur. Lakin bu problem tələblə təklifin ümumi uyğunluğu fonunda istehsal edilən məhsulun keyfiyyət səviyyəsi kifayət qədər yüksək olmaqla həll edirlər. [5]

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası Bakı, 2015 (əlavə və dəyişikliklər nəzərə alınmaqla)
2. Atakişiyev M. Mikro və Makroiqtisadiyyat Bakı, 2010
3. Aliyev İ.H., İbadov S.H. Azərbaycan iqtisadiyyatı. Bakı 1998. 400 səhifə.
4. Q.Əbdülsəlimzadə “Mikroiqtisadiyyat və Makroiqtisadiyyat” Bakı. 2014
5. Vəliyev T.S., Məmmədli N.H. İqtisadiyyat. Bakı 1998, 305 səhifə.

### **НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ УСКОРЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**И.А.Ахмедов**

[isa.ehmedov.57@mail.ru](mailto:isa.ehmedov.57@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Социально-экономическое развитие страны, являясь одной из ведущих составляющих экономики, всегда находится в центре внимания Президента Азербайджана и правительства. По мере формирования и развития нашего народного хозяйства, расширения понимания его рыночной сущности, поступательных тенденций социально-экономического развития нашей страны все отчетливее вырисовывается необходимость понимания сущности этого процесса на высоком уровне. Сравнительный анализ лет после обретения независимости показывает, что развитие нефтяной и смежных с ней областей: промышленности, строительства и транспорта шло относительно поступательно, в то время как в других областях наблюдалось либо снижение, либо рост был низким. Ускорение социально-экономического развития республики - очень сложный процесс.

### **SOME ISSUES OF ACCELERATING SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT IN AZERBAIJAN**

**I.A.Akhmedov**

[isa.ehmedov.57@mail.ru](mailto:isa.ehmedov.57@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

The socio-economic development of the country, as one of the leading components of the economy, is always at the center of the attention of the President of Azerbaijan and the government. With the formation and development of our national economy, expansion of understanding of its market essence, and progressive tendencies of socio-economic development of our country, the need to grasp the essence of this process at a high level becomes more and more evident. A comparative analysis over the years following independence shows, that the development of oil and related areas: industrial development, construction, transport was relatively; in other areas there was either a decline or an

insignificant increase. The acceleration of the socio-economic development of the republic is a very complex process.



## **AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINA XARİCİ İNVESTİSİYANIN CƏLB EDİLMƏSİNİN İNKİŞAFI İSTİQAMƏTLƏRİ**

**İ.Ə.Əhmədov**

[isa.ehmedov.57@mail.ru](mailto:isa.ehmedov.57@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Müasir şəraitdə iqtisadi inkişafda investisiyanın rolu və mahiyyəti çox mühüm əhəmiyyət kəsb edən istiqamətlərdən ən vacibi hesab edilir. Bu baxımdan Respublikada xarici investisiyanın iqtisadiyyata cəlb edilməsi və bununla bağlı həyata keçirilən məqsədyönlü tədbirlərin nəticəsi olaraq bir sıra müsbət nəticələr əldə olunmuşdur. Belə ki, statistik rəqəmlərə nəzər saldıqda aydın olur ki, 1997-ci ildən Azərbaycan iqtisadiyyatına yatırılan xarici sərmayənin axını nəzərə çarpacaq dərəcədə yüksəlmiş və 263 milyard dollar investisiyanın 50%-dən çoxu xarici sərmayənin payına düşmüşdür. Deməli Azərbaycan iqtisadiyyatı da ən etibarlı sistemlər sırasına daxildir və dünyanın 190 ölkəsinin biznes mühitinin qiymətləndirildiyi dünya bankının nüfuzlü “Doing business” hesabatında Azərbaycan 25-ci yeri tutur. Əhəmiyyətlidir ki, həmin hesabatda Avropa və Asiya regionu üzrə Azərbaycan ən islahatlı üç ölkədən biri kimi təqdim edilir.

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Müstəqilliyi Haqqında Konstitusiyaya maddəsi qəbul edildikdən sonra, ilk əhəmiyyətli addım 1992-ci il yanvarın 15-də “Xarici İnvestisiya Qoyuluşlarının Qorunması” haqqında qanun qəbul edilərək, ölkə ərazisində xarici investisiya qoyuluşlarının hüquqi və iqtisadi əsasları müəyyən olundu. Zaman keçdikcə üzərində müxtəlif dəyişikliklər edilərək yenilənən bu qanunda Azərbaycan hökuməti xarici sənaye qanunlarının dəyişməsi, milliləşdirmə, investisiyalaşdırma, təzminat, zərərin ödənilməsi, köçürmə və mənfəətin istiqaməti kimi xüsusda dövlət zəmanəti verdi. [1]

Müstəqillikdən sonra sərbəst bazar iqtisadiyyatına keçid qərarı olan və xarici sərmayəyə qapıları açan Azərbaycana xarici sərmayənin axını baş verdi. 1995-ci ildə qəbul edilərək tətbiq olunan “İnvestisiya Fəaliyyəti Haqqında” qanun, Nəhayət 19 aprel 2005-ci ildə bəzi dəyişiklərlə yenidən Azərbaycan Milli Məclisi tərəfindən qəbul edildi. Bu qanun, ölkə iqtisadiyyatına xarici sərmayənin cəlbə, beynəlxalq iqtisadi əlaqə və müstəqilliyin inkişafı, bütün xarici sərmayə qoyuluşlarının zəmanət alınmasını əhatə edirdi. [2]

1994-cü ildən başlayaraq Azərbaycan Xarici sərmayənin axını 1998-ci ildə 1472 milyon dollar ilə özünün maksimum səviyyəsinə çatmışdır. Xarici şirkətlər 1994-2010-cu illərdə Azərbaycan iqtisadiyyatına təqribən 80 milyard dollar həcmində bir sərmayə qoymuşdular.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin sərəncamları ilə xarici investorlar üçün cəlbedici olan metallurgiya, kimya, energetika, maşınqayırma, nəqliyyat, rabitə və digər sahələrin özəlləşdirməyə açılması xarici investisiya axımına güclü təkan vermişdir. Respublikada investorların hüquq və mənafeələrinin qorunması, mülkiyyətin toxunulmamazlığı, yerli və xarici sahibkarlara münbit iş şəraitinin yaradılması, əldə edilmiş mənfəətdən maneəsiz istifadə olunması ilə bağlı mühüm qanunlar qəbul edilmişdir. Azərbaycan hökuməti bir sıra xarici ölkələr ilə ikiqat vergitutmanın aradan qaldırılması, investisiyaların təşviqi və qarşılıqlı qorunması haqqında sazişlər imzalanmışdır.

Azərbaycana yatırılan xarici investisiyanın həcminə görə Böyük Britaniya, Türkiyə, İsveçrə, ABŞ, Yaponiya, Malatiya, Rusiya, Çexiya sərmayədarları fərqlənirlər. Azərbaycanın isə ən çox sərmayə qoyduğu ölkələr arasında Türkiyə, Gürcüstan, İsveçrə, Rusiya və Böyük Britaniyadır. Dünya da investisiya yatırmaq üçün ən sərfəli olan ölkələr arasında ilk üçlüyü Malaziya, Polşa və Fillipin təşkil edir. Dünyanın ən böyük iqtisadiyyatına malik olan ölkələrdən olan ABŞ və Çin isə müvafiq olaraq 18 və 24-cü yerdədir. Azərbaycan isə 43-cü yerdədir və Rusiya istisna olmaqla post sovet məkanında bütün ölkələri qabaqlayır.

Fikrimizcə, ilk növbədə milli iqtisadiyyatımızı bir başa real sektora istiqamətlənmiş investisiyaların xaricdən cəlb olunmasına yönəltməliyik ki, burada da prioritet olaraq söhbət texnologiyaların idxalından getməlidir. Ona görə də xarici investisiyalar dedikdə sözsüz ki, sizə birbaşa yüksək texnoloji sahəyə istiqamətlənən yüksək əlavə dəyər tutumlu investisiya axınları

lazımdır ki, bunlar vasitəsi ilə biz milli iqtisadiyyatımızın dayanıqlılığını təmin edə bilək. Bizə məhz birbaşa kapital formalaşdırıcı xarici investisiya axınları lazımdır ki, bu investisiyalar vasitəsilə biz bir tərəfdən bütövlükdə milli iqtisadiyyatımızın dayanıqlılığını təmin etməklə yanaşı, eyni zamanda milli iqtisadiyyatımızın artım dinamikasının dünya iqtisadiyyatı ilə müqayisədə daha qabaqlayıcı trayektoriya üzrə inkişafına nail olaraq və bununla yanaşı bütövlükdə xarici ticarətimizdə də ekvivalentliliyə nail olaq. Ona görə də xarici investisiyaların ölkəmizə cəlb olunması dedikcə ilk növbədə biz burda prioriteti texnologiyaların idxalında və eyni zamanda investisiya axınlarının məhz birbaşa yüksək texnoloji real sektora istiqamətləndirilməsində görməliyik.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. “Xarici Investisiyaların Qoyuluşların Qorunması” haqqında Azərbaycan Respublikasının 1992-ci il 15 yanvar tarixli qanunu
2. “İnvestisiya Fəaliyyəti Haqqında” Azərbaycan Respublikasının 1995-ci il və 19 aprel 2005-ci il tarixli qanunları.
3. T.Ə.Əliyev “Azərbaycan iqtisadiyyatı” Bakı 1998.
4. Səttar Səfərov “Əvəzsiz milli sərvətimiz müstəqillik” İqtisadiyyat və Audit jurnalı № 10. oktyabr 2001.
5. Aşef Nadirov “İqtisadiyyatın Yeni inkişaf mərhələsi”. Azərbaycan qazeti. 15 sentyabr 2001
6. M.T.Əliyev “Azərbaycan iqtisadiyyatı” Bakı 1998.

#### **НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ АЗЕРБАЙДЖАНА**

**И.А.Ахмедов**

[isa.ehmedov.57@mail.ru](mailto:isa.ehmedov.57@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В современных условиях важнейшим направлением считается роль и сущность инвестиций в развитие экономики. С этой точки зрения в результате реализуемых в республике целенаправленных мер по привлечению иностранных инвестиций в экономику достигнут ряд положительных результатов. Таким образом, глядя на статистические цифры, видно, что поток иностранных инвестиций, вложенных в экономику Азербайджана, заметно увеличился с 1997 года, и более 50% из 263 миллиардов долларов инвестиций пришлось на долю иностранных инвестиций. Таким образом, экономика Азербайджана входит в число самых надежных систем, и Азербайджан занимает 25-е место в престижном отчете Всемирного банка «Doing Business», в котором оценивается бизнес-среда 190 стран мира. Важно, что в этом отчете Азербайджан представлен как одна из трех самых реформированных стран Европы и Азии. в направлении инвестиционных потоков непосредственно в высокотехнологичный реальный сектор.

#### **THE AREAS OF DEVELOPMENT IN ATTRACTING OF FOREIGN INVESTMENT IN THE AZERBAIJANI ECONOMY**

**I.A.Akhmedov**

[isa.ehmedov.57@mail.ru](mailto:isa.ehmedov.57@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

In modern conditions, the role and essence of investment in the development of the economy is considered to be of the utmost importance. From this point of view, the targeted measures implemented in the Republic to attract foreign investment into the economy have achieved a number of positive results. Thus, looking at the statistical figures, it is clear that the flow of foreign investment into Azerbaijan's economy has increased markedly since 1997, and more than 50% of the 263 billion dollars invested has come from foreign investment. Therefore, Azerbaijan's economy is also among the most robust systems, and in the World Bank's prestigious “Doing Business report”, which assesses the business environment in 190 countries around the world, Azerbaijan is ranked 25th. It is important that this report presents Azerbaijan as one of the three most reformed countries in Europe and Asia, in directing investment flows directly into the high-tech real sector.



## YENİ MƏHSULUN İSTEHSALI VƏ ONUN ƏSAS KOMPONENTLƏRİ

E.M.Əlirzayev

[elnur09101999@gmail.com](mailto:elnur09101999@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Yeni məhsulun istehsalı diqqətli planlaşdırma, detallara diqqət və məhsulun əsas komponentlərinin dərinədən başa düşülməsini tələb edən mürəkkəb prosesi əhatə edir. Yeni bir məhsul yaradarkən istehsal prosesini və onun hazırlanmasında iştirak edən əsas komponentləri başa düşmək vacibdir. Yeni məhsulun istehsalı məhsulun uğuru üçün vacib olan bir sıra addımları əhatə edir. İdeyadan tutmuş dizayn və istehsala qədər prosesin hər bir mərhələsi məhsulun istehlakçıların gözləntilərinə cavab verməsi üçün həlledici rol oynayır. Bu məqalədə istehsal prosesini və yeni məhsulun əsas komponentlərini müzakirə edəcəyik.

Yeni məhsulun istehsal prosesi yaradılan məhsulun növündən asılı olaraq dəyişə bilər. Bununla belə, prosesdə ümumiyyətlə altı əsas mərhələ var:

1. *İdeya və Konsepsiya İnkişafı*. Yeni məhsulun hazırlanmasında ilk addım bazarda məhsulun dolduracağı boşluğu müəyyən etməkdir. Bunun ardınca ideya və konseptin inkişafı izlənilir, burada potensial məhsul ideyaları beyin fırtınası edilir, qiymətləndirilir və real konsepsiyaya çatmaq üçün dəqiqləşdirilir. Bu mərhələdə məhsulun xüsusiyyətləri, hədəf auditoriyası və bazar mövqeyi də müəyyən edilir.

2. *Dizayn və mühəndislik*. Məhsul konsepsiyası hazırlandıqdan sonra növbəti addım konsepsiyayı həyata keçirəcək dizayn yaratmaqdır. Bu mərhələ prototipin yaradılmasını, materialların seçilməsini və məhsulun fiziki formasının hazırlanmasını əhatə edir. Bu mərhələdə məhsulun sərfəli şəkildə istehsal edilməsini təmin etmək üçün mühəndislik spesifikasiyası və texniki təsvirlər yaradılır.

3. *İstehsalat*. İstehsal prosesi əvvəlki mərhələdə hazırlanmış dizayn və mühəndislik xüsusiyyətlərindən istifadə edərək məhsulun istehsalını əhatə edir. Bu mərhələyə xammalın tədarükü, məhsul komponentlərinin istehsalı, yığılması və keyfiyyətə nəzarət daxildir. Məhsulun mürəkkəbliyindən asılı olaraq, istehsal prosesi xaricdən götürülə və ya şirkətdə həyata keçirilə bilər.

4. *Marketing və satış*. Məhsul istehsal olunduqdan sonra onu bazara çıxarmaq və istehlakçılara satmaq vaxtıdır. Bu mərhələ məhsulun unikal xüsusiyyətlərini və faydalarını potensial müştərilərə çatdıracaq marketing strategiyasının hazırlanmasını nəzərdə tutur. Reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr və sosial media məhsulu tanımaq və satış yaratmaq üçün istifadə olunan vasitələrdən bəziləridir.

Yeni məhsulun əsas komponentləri yaradılan məhsulun növündən asılı olaraq dəyişə bilər. Bununla belə, əksər məhsullarda vacib olan bir neçə ümumi komponent var:

- *Xüsusiyyətləri*. Məhsulun xüsusiyyətləri onu bazardakı digər məhsullardan fərqləndirən xüsusiyyətlərdir. Bunlara ölçü, forma və rəng kimi fiziki atributlar və ya performans və səmərəlilik kimi funksional atributlar daxil ola bilər.

- *Materiallar*. Bir məhsul yaratmaq üçün istifadə olunan materiallar onun istehsalının mühüm tərkib hissəsidir. Materialların seçimi məhsulun davamlılığına, dəyərinə və davamlılığına təsir göstərə bilər.

- *Dizayn*. Məhsulun dizaynı onun istifadəyə yararlılığına, cəlbediciliyinə və markanın tanınmasına təsir göstərə bilən mühüm komponentdir. Yaxşı dizayn edilmiş məhsul təkcə funksional deyil, həm də estetik baxımdan xoşdur.

- *İstehsal prosesi*. Məhsulun keyfiyyəti və sərfəli olması üçün onun istehsal prosesi vacibdir. Proses məhsulun keyfiyyətini itirmədən vaxtında və sərfəli şəkildə istehsalını təmin edəcək şəkildə tərtib edilməlidir.

- *Marketing və Satış Strategiyası*. Yeni məhsulun marketing və satış strategiyası onun uğuru üçün çox vacibdir. Strategiya hədəf auditoriyaya çatmaq və məhsulun unikal xüsusiyyətlərini və faydalarını çatdırmaq üçün tərtib edilməlidir.

Yeni məhsulun yaradılması diqqətli planlaşdırma, detallara diqqət və hədəf bazarın hərtərəfli başa düşülməsini tələb edən mürəkkəb bir prosesi əhatə edir. İstehsal prosesini və yeni məhsulun hazırlanmasında iştirak edən əsas komponentləri başa düşmək onun uğurunu təmin etmək üçün çox vacibdir. [2] Doğru materiallara, istehsal proseslərinə, xüsusiyyətlərə, qablaşdırmaya və marketingə diqqət yetirməklə şirkətlər hədəf bazarlarının ehtiyaclarına cavab verən və rəqabətli bazarda seçilən məhsullar yarada bilərlər. Yeni məhsulun istehsal prosesi adətən məhsul konsepsiyasının və ya ideyasının inkişafı ilə başlayır. Bu, müştəri rəyi, bazar araşdırması və ya daxili beyin fırtınası



sessiyaları da daxil olmaqla müxtəlif mənbələrdən gələ bilər. Konsepsiya müəyyən edildikdən sonra məhsula tələbatın olub-olmadığını müəyyən etmək və potensial rəqibləri müəyyən etmək üçün bazar araşdırması aparmaq vacibdir. [1] Müəssisələr bəzən müxtəlif səbəblərlə istehsal etdiyi məhsul çeşidində dəyişiklik etmək və məhsul müxtəlifliyini dəyişdirmə ehtiyacı hiss edirlər. [3] Ümumiyyətlə, müxtəlif ekoloji daxili və xarici amillərin səbəb olduğu bu dəyişiklikdə, biznesin idarə edilməsi, marketinq, istehsal və araşdırma inkişaf fəaliyyəti dəyişən ətraf mühit tələblərini istifadə edərək ən uyğun zamanda və müddətdə məhsul tərkibində dəyişikliyi həyata keçirmək məcburiyyətindədir. Ümumi olaraq bir müəssisənin məhsul tərkibində dəyişiklik etməsini tələb edən səbəblər: tələbdəki dəyişikliklər, rəqabət, istehsal imkanları və həcmi, marketinq bacarığı, maliyyə vəziyyəti. [6] Ümumiyyətlə, müəssisələr, müxtəlif məhsul çeşidində yeni birdən çox məhsula malikdir. Gərək müxtəlif bazarlara xitab etmək, istərsə də, riski azaltmaq məqsədilə apardıqları bu şaxələndirmənin səbəbi müəssisənin gələcəyini tək bir məhsula bağlamayacaq olmasıdır. Digər tərəfdən, bir məhsul çeşidi tərkibində yer alan məhsullar fərqli həyat axarı müddətlərinə malik olur və bu həyat axarı müddətlərinin müxtəlif dövrlərində yer alırlar. Məsələn, müəssisənin məhsul çeşidində bir məhsul azalma mərhələsində yer alarkən, digər məhsul giriş, böyümə və ya yetkinlik mərhələlərində olur. Bu vəziyyət müəssisə varlığının davam etdirməsi üçün məhsul çeşidinin əhəmiyyətini ifadə edir. Müəssisələr məhsul çeşidində həyat axarını tamamlayan məhsulları yenilənmə üsuluna keçərək öz həyat dövrünü uzatmağa qadirdirlər. Bununla əlavə müəssisələr həyat axarını tamamlayan məhsulun istehsalından imtina edərək tamamilə yeni məhsullarla müəssisədə istehsalını təmin edirlər. [7] Göründüyü kimi ölkəmizdə fəaliyyət göstərən böyük sahibkarlığın məhdud olması və bununla da istehsal kiçik və orta sahibkarlıqda cəmlənmişdir. Kiçik və orta sahibkarlıq tərəfindən istehsal olunan məhsullar çeşid baxımından məhduddur. Zaman, bazar və rəqabət şəraitinə görə məhsulun yenilənməsi çox xərc tələb etsə də biznes üçün zəruridir. Bundan əlavə, müəssisələrin beynəlxalq ölçülərə çatdığı ölkələrdə yüz minlərlə məhsulla fəaliyyət göstərir. Məsələn; ABŞ-da orta hesabla bir supermarketin 6800 məhsulla, çox böyük bir firma olan General Electric-in 250.000 məhsulla fəaliyyətlərini davam etdirdiyi məlumdur.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Lamben J.J. Bazar yönümlü menecment. Strateji və əməliyyat marketinqi. Bakı.2008
2. Tağıyev A., Əmirov İ. İnnovasiya menecmenti. Bakı. 2010
3. Чирков А. Мотивация и управление в канале сбыта. Москва. 2004
4. Калужский М.Л. Практический маркетинг. Учебное пособие. СПб: Питер 2012
5. Радаев В.В.Кому принадлежит власть на потребительских рынках.Москва 2011
6. Гаджиева Н.А. Маркетинг. Учебник. Баку. 2014. 614 с.

#### **ПРОИЗВОДСТВО НОВОГО ПРОДУКТА И ЕГО ОСНОВНЫХ КОМПОНЕНТОВ**

**Э.М.Алирзаев**

[elnur09101999@gmail.com](mailto:elnur09101999@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Производство нового продукта представляет собой сложный процесс, требующий тщательного планирования, внимания к деталям и глубокого понимания ключевых компонентов продукта. При создании нового продукта важно понимать производственный процесс и ключевые компоненты, участвующие в его разработке. Разработка нового продукта включает в себя ряд шагов, которые имеют решающее значение для успеха продукта. От идеи до проектирования и производства каждый этап процесса играет решающую роль в обеспечении того, чтобы продукт соответствовал ожиданиям потребителей. В этой статье мы обсудим процесс изготовления и основные компоненты новинки.

#### **PRODUCTION OF A NEW PRODUCT AND ITS MAIN COMPONENTS**

**E.M.Aliorzayev**

[elnur09101999@gmail.com](mailto:elnur09101999@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

Producing a new product is a complex process that requires careful planning, attention to detail and a thorough understanding of the key components of the product. When creating a new product, it is important to understand the manufacturing process and the key components involved in its development. Developing a new product involves a number of steps that are critical to the product's success. From idea to design to production, every stage of the process plays a crucial role



in ensuring that the product meets consumers' expectations. In this article, we will discuss the manufacturing process and the main components of the new product



## **ПРИМЕНЕНИЕ КОНТЕНТ МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА**

**Г.А.Аббасова**

[Gunel.Abbasova@teams.uteca.edu.az](mailto:Gunel.Abbasova@teams.uteca.edu.az)

**Н.Н.Иманов**

[Landcruiser5272@gmail.com](mailto:Landcruiser5272@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Диджитал–маркетинг (цифровой маркетинг) — это общий термин для маркетинга товаров и услуг, который использует цифровые каналы для привлечения и удержания клиентов. Диджитал-маркетинг — это любое продвижение, в котором участвует «цифра». К диджитал в рекламе не относится продвижение с помощью таких традиционных каналов как объявления в газетах, реклама на ТВ, билборды. Хотя, если на билборде будет указан QR-код, с помощью которого можно перейти на сайт — то это уже диджитал-маркетинг.

Цифровой маркетинг включает в себя различные инструменты: контент-маркетинг; контекстная реклама; email-маркетинг; маркетинг в соцсетях (SMM); поисковая оптимизация (SEO); маркетинг влияния (инфлюенс-маркетинг); мобильный маркетинг; маркетинг в области СМИ. [1]

Контент-маркетинг (contentmarketing) — это маркетинг, главный инструмент которого — контент, направленный на формирование и увеличение доверия со стороны потребителя. Контент-маркетинг работает на то, чтобы постепенно и органично превращать целевую аудиторию в аудиторию, аудиторию — в читателей, читателей — в покупателей, а покупателей — в повторных покупателей. В общем, контент-маркетинг помогает построить долгие и дружеские отношения с аудиторией. [2]

Контент-маркетинг — это стратегия продвижения, основанная на создании и распространении качественного и информативного контента с целью привлечения и удержания целевой аудитории. Для малого бизнеса, который обычно имеет ограниченный маркетинговый бюджет, контент-маркетинг может стать эффективным способом продвижения, поскольку позволяет создавать ценность для клиентов, не тратя больших средств на рекламу.

Одним из преимуществ контент-маркетинга является возможность привлечь целевую аудиторию, заинтересованную в продукте или услуге, предлагаемой малым бизнесом. Например, если малый бизнес продает услуги по ремонту, он может создать блог с советами по ремонту дома или квартиры, что привлечет внимание потенциальных клиентов, нуждающихся в таких услугах.

Контент-маркетинг также может помочь малым предприятиям укрепить свой авторитет в отрасли. Создание качественного контента, демонстрирующего опыт и знания в своей области, может помочь малому бизнесу стать лидером отрасли и повысить свою конкурентоспособность.

Кроме того, контент-маркетинг можно использовать для удержания существующих клиентов и привлечения новых. Рассылка электронных писем с новостями и скидками, создание видеуроков или интерактивной инфографики — все это может помочь малому бизнесу оставаться на связи с клиентами и предоставлять им ценную информацию.

Наконец, контент-маркетинг также можно использовать для повышения узнаваемости бренда и улучшения его видимости в поисковых системах. Создание уникального и качественного контента, который будет распространяться через социальные сети и другие каналы, может помочь малому бизнесу повысить свой рейтинг в поисковых системах и привлечь больше трафика на свой сайт

В отличие от прямых продаж и рекламы, контент-маркетинг не призван что-либо продать здесь и сейчас. Контент-маркетинг подходит для компаний любого уровня: от крупнейших производственных фирм до сферы малого бизнеса. Даже если ваша компания — это только вы, качественный контент способен вывести сайт и бизнес на лидирующие позиции, принося максимальную выгоду.

Одним из ключевых элементов контент-маркетинга является понимание вашей целевой аудитории и создание контента, который будет актуальным и интересным для этой аудитории.

Малый бизнес должен провести исследование, чтобы определить, какие темы и форматы контента будут наиболее эффективными для привлечения и удержания целевой аудитории.

Кроме того, контент-маркетинг должен быть интегрирован в общую стратегию маркетинга малого бизнеса. Например, контент-маркетинг можно использовать для поддержки других маркетинговых кампаний, таких как реклама в социальных сетях или поисковых системах.

Также важно отслеживать результаты кампаний контент-маркетинга и измерять их успех. Малый бизнес должен использовать аналитические инструменты, чтобы оценить, какой контент наиболее эффективен для привлечения трафика и повышения конверсии. Это позволит им оптимизировать свои контент-маркетинговые кампании и повысить их эффективность.

Контент-маркетинг подходит не для всех предприятий и отраслей. Некоторым компаниям может не хватать ресурсов или опыта для создания качественного и эффективного контента. Кроме того, некоторые предприятия могут работать в отраслях, где контент не является основным фактором в процессе принятия решений для потенциальных клиентов. Кроме того, контент-маркетинг может оказаться неэффективным для компаний, которые ищут быстрые результаты и мгновенный доход. Контент-маркетинг — это долгосрочная стратегия, которая требует времени, усилий и терпения для достижения успеха.

Также контент-маркетинг может не подойти компаниям, у которых нет четкого понимания своей целевой аудитории. Без этого понимания компании могут создавать контент, который не актуален и не вызывает интереса у их целевой аудитории. для продавцов услуг, которыми нужно воспользоваться здесь и сейчас; небольшие магазины, салоны красоты и т.д.; специфического продукта, практически не имеющего альтернативы. [3] В заключение, контент-маркетинг может быть эффективным инструментом продвижения малого бизнеса. Это позволяет малым предприятиям создавать ценность для своих клиентов и позиционировать себя как лидеров отрасли, повышать узнаваемость бренда и привлекать новых клиентов. Однако для достижения успеха в контент-маркетинге малому бизнесу необходимо понимать свою целевую аудиторию, создавать качественный и актуальный контент, интегрировать контент-маркетинг в общую маркетинговую стратегию и измерять результаты своих кампаний.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Гавриков А.В., Давыдов В.В., Федоров М.В. Digital-маркетинг. Главная книга интернет-маркетолога. Москва. Издательство АСТ. 2022. 480 с.
2. Бабаев А., Евдокимов Н., Иванов А. Контекстная реклама. Издательство: Питер. 2013 г.
3. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. 2012. 288 с. ISBN 978-5-91657-328-2.

#### **KIÇIK BİZNESİN TƏŞVİQ ETMƏK ÜÇÜN MƏZMUN MARKETİNQİNİN TƏTBİQİ**

**G.Ə.Abbasova**

[Gunel.Abbasova@teams.uteca.edu.az](mailto:Gunel.Abbasova@teams.uteca.edu.az)

**N.N.Imanov**

[Landcruiser5272@gmail.com](mailto:Landcruiser5272@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Seçilmiş mövzunun aktuallığı hədəf auditoriyanın ehtiyaclarını və davranışlarını müəyyən etmək, formalaşdırmaq və təsir etmək üçün məzmun marketinqindən istifadə imkanlarını nəzərdən keçirməkdir. Müəlliflər qeyd edirlər ki, məzmun marketinqinin əsası kimi məzmun müntəzəm olaraq yaradılmalı, daim əlçatan olmalı və ziyarətçilərin diqqətini cəlb etmək, istifadəçiləri daimi müştərilərə çevirmək üçün veb sayt və ya şirkət səhifələrinin trafikini əhəmiyyətli dərəcədə artırmalıdır.

#### **APPLICATION OF CONTENT MARKETING TO PROMOTE SMALL BUSINESS**

**G.A.Abbasova**

[Gunel.Abbasova@teams.uteca.edu.az](mailto:Gunel.Abbasova@teams.uteca.edu.az)

**N.N.Imanov**

[Landcruiser5272@gmail.com](mailto:Landcruiser5272@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The relevance of the chosen topic is to consider how content marketing can be used to identify, form and influence the needs and behavior of the target audience. The authors point out that at the heart of content marketing, content must be created regularly, be constantly available and

significantly increase traffic to the website or company pages to attract the attention of visitors and convert users into loyal customers.



## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НЕОБАНКОВ И ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕННЫЕ СВЯЗИ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ**

**Л.Ю.Рзаева**

[rzaevaleyla@yandex.ru](mailto:rzaevaleyla@yandex.ru)

**С.А.Ибрагимова**

[isabina02@mail.ru](mailto:isabina02@mail.ru)

### **Азербайджанский Технологический Университет**

В последние годы необанки начали появляться во многих странах мира и активно конкурировать с традиционными банками, предлагая более удобные, быстрые и недорогие финансовые услуги.

Необанки (англ. neobanks) - это финансовые компании, которые используют цифровые технологии для предоставления широкого спектра финансовых услуг, таких как платежи, сбережения, кредитование и инвестирование, и не имеют традиционных физических отделений, как банки. Они обычно предлагают онлайн-платформы и мобильные приложения для управления финансами. В мире необанки получают все большую популярность, а в Азербайджане они начинают занимать свою нишу на рынке финансовых услуг, предлагая новые возможности для потребителей и малого бизнеса.

Несмотря на то, что термин "необанк" относительно новый и используется для обозначения компаний, которые не являются традиционными банками, некоторые аспекты этой концепции могут быть дополнены.

Один из известных ученых, исследователей этой темы - Дэвид Поут, профессор финансового университета Саскатун в Канаде, рассматривает необанки как часть более широкого движения в финансовой технологии, известного как "финтех" (англ. fintech). Он считает, что необанки демонстрируют сильный потенциал для дисруптивного воздействия на традиционный банковский сектор, особенно среди молодых потребителей и малых предпринимателей. [4]

Другой ученый, Питер Нилссон, профессор из Конгресса США по экономической политике, подчеркивает в своих исследованиях, что необанки предоставляют более удобные, быстрые и недорогие финансовые услуги, чем традиционные банки, и могут привлечь новых клиентов, которые ищут более инновационные и эффективные решения для управления своими финансами. [3]

Необанковские финансовые компании (необанки) являются одной из самых динамично развивающихся отраслей на финансовом рынке. Согласно отчету компании Accenture, в 2020 году в мире было более 300 небанков, обслуживающих более 39 миллионов клиентов, что является впечатляющим ростом по сравнению с 2019 годом. Среди наиболее популярных небанков в мире можно выделить Revolut, Monzo, N26, Chime, VaroMoney и многие другие. [1]

Следовательно, можно дать следующее авторское определение: небанкинг - это понятие, которое относится к продуктам и услугам финансовой индустрии, предоставляемыми компаниями в режиме онлайн, использующие инновационные технологии и методы с целью предоставления финансовых услуг, которые ранее были доступны только традиционным банкам.

Необанки предлагают широкий спектр финансовых услуг, включая платежи, кредитование, инвестирование и даже страхование. По мнению Deloitte, небанки не только предоставляют клиентам новые возможности для управления своими

финансами, но и стимулируют традиционных банков к изменению своих моделей бизнеса и внедрению новых технологий.[2]

На наш взгляд, появление небанков в мире можно объяснить несколькими причинно-следственными характеристиками:

Причины	Следствие
Развитие технологий и появление новых цифровых технологий	развитие технологий и появление новых цифровых технологий позволяют небанкам предоставлять услуги, ранее доступные только традиционным банкам. Некоторые небанки используют блокчейн-технологии для предоставления финансовых услуг, что позволяет им сократить издержки и улучшить качество услуг
Спрос клиентов	современные клиенты требуют более быстрого и удобного доступа к финансовым услугам. Небанки предоставляют услуги, которые удовлетворяют эти требования, поскольку они могут быть быстрее и более доступными, чем услуги традиционных банков. Например, некоторые небанки предоставляют возможность открытия счета или получения кредита онлайн в течение нескольких минут
Регулярные изменения	регулярные изменения могут привести к тому, что банки ограничивают свою деятельность, а небанки могут воспользоваться этой возможностью и предоставлять новые услуги, которые не подпадают под эти ограничения. Например, некоторые небанки предоставляют услуги кредитования, которые не регулируются традиционными банками
Пандемия COVID-19	пандемия COVID-19 оказала сильное влияние на финансовую индустрию в целом, и на развитие небанков в частности. Одна из главных причин заключается в том, что пандемия ускорила процесс цифровизации, так как многие люди перешли на удаленную работу и стали больше пользоваться онлайн-сервисами. Это привело к увеличению спроса на цифровые финансовые услуги, которые предлагают небанки

Стоит отметить, что из-за пандемии новый способ взаимодействия клиентов с банками стал популярнее - более 50% клиентов сейчас предпочитают использовать мобильные приложения и сайты, чтобы общаться с банком, что значительно больше, чем до 2020 года, когда как 32% клиентов предпочитали этот способ. Кроме того, за последние полтора года количество транзакций, проводимых в физических отделениях финансовых организаций, сократилось на 30-40%.[5]

Таким образом, Небанковские услуги стали популярными в последние годы, благодаря их удобству, скорости и низким комиссиям, на что повлияло ряд факторов, таких как развитие и появление новых цифровых технологий, спрос клиентов, регулярные изменения в традиционной банковской сфере, а также пандемия COVID-19.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Accenture. (2021). Banking Pulse Survey: Two Steps Forward, One Step Back. <https://www.accenture.com/acnmedia/pdf-136/accenture-banking-pulse-survey-2021.pdf>
2. Deloitte. (2020). Financial Services Industry Outlooks 2020. [https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/6747\\_FS-Industry-Outlooks-2020/DI\\_FS-Industry-Outlooks-2020.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/6747_FS-Industry-Outlooks-2020/DI_FS-Industry-Outlooks-2020.pdf)

3. Nilsson, P. (2020). Neo-banks: Disrupting the Traditional Banking Model. Congressional Research Service. <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R46508>
4. Pout, D. (2021). Neobanks and Disruption in the Financial Industry. Journal of Financial Planning. 34(4). 56-63.
5. Профессиональное сообщество лидеров цифровой трансформации. <https://globalcio.ru/news/18448/>. Дата обращения 03.04.2023

**NEOBANKINQIN NƏZƏRİ ASPEKTLƏRİ VƏ ONLARIN YARANMASININ  
SƏBƏB-NƏTİCƏ ƏLAQƏLƏRİ**

**L.Y.Rzayeva**

[rzaevaley@yandex.ru](mailto:rzaevaley@yandex.ru)

**S.A.İbrahimova**

[isabina02@mail.ru](mailto:isabina02@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Tezis müxtəlif mənbələr əsasında, neobankların teoretik aspektləri və onların yaranmasına səbəb olan səbəb-nəticə münasibətlərini əhatə edərək, təsis edilmişdir. Bu, neobanklar konsepsiyasını xarakterizə edir və onların yaranmasına səbəb olan amilləri müəyyən edir.

**THEORETICAL ASPECTS OF NEOBANKING AND THE CAUSE AND EFFECT  
RELATIONSHIPS OF THEIR APPEARANCE**

**L.Y.Rzayeva**

[rzaevaley@yandex.ru](mailto:rzaevaley@yandex.ru)

**S.A.İbrahimova**

[isabina02@mail.ru](mailto:isabina02@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

The thesis is based on various sources and covers the theoretical aspects of neobanks and the cause-and-effect relationships that led to their emergence. It characterizes the concept of neobanks and identifies the factors that contribute to their appearance.





## **İSTEHLAKÇI DAVRANIŞI VƏ MARKETİNG**

**Ş.R.Cəlilova**

[cmentiq@mail.ru](mailto:cmentiq@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**N.Q.Hüseynov**

**Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti**

İstehlakçı davranışı məhsullarının, xidmətlərin, ideyaların seçim prosesini, onların idarə edilməsinin təcrübəsini, ayrı-ayrı istehlakçıların, qrupların və təşkilatların öz ehtiyac və arzularının ödənilməsinə öyrənən marketing sahəsidir. İstehlakçı davranışı məhsul və ya xidmətlərin alınması zamanı fərdlərin və ya ev təsərrüfatlarının qəbul etdiyi hərəkətlərə və qərarlara aiddir. Bu davranışa müxtəlif amillər, o cümlədən şəxsi üstünlüklər, sosial və mədəni amillər, psixoloji amillər və situasiya faktorları təsir göstərir. Marketing, digər tərəfdən, məhsul və ya xidmətlərin yaradılması, təşviqi və müştərilərə çatdırılması prosesidir. Bu, istehlakçı davranışını başa düşməyi və bu anlayışdan düzgün zamanda doğru mesajla düzgün auditoriyaya hədəf alan effektiv marketing strategiyalarını inkişaf etdirmək üçün istifadə etməyi əhatə edir.

Marketingdə uğur qazanmaq üçün şirkətlər istehlakçı davranışını dərinləndirərək dərk etməlidirlər. Bu, istehlakçı ehtiyaclarının və üstünlüklərinin təhlilini, istehlakçı segmentlərini müəyyən etməyi, qərar qəbul etmə prosesini başa düşməyi və əsas təsir edənləri və davranış sürücülərini müəyyənləşdirməyi əhatə edir. İstehlakçı davranışını başa düşməklə, marketoloqlar hədəf auditoriyasına uyğun gələn və satışları artıran effektiv marketing strategiyaları hazırlaya bilərlər. Bu, fərdi mesajlaşma yaratmaq, hədəflənmiş reklam kampaniyaları hazırlamaq və ya bazarın xüsusi segmentlərini cəlb edən promosyonlar və təşviqlər təklif etməkdən ibarət ola bilər.

Məhsul və xidmət istehlakçıları öz fəaliyyətlərində marketing konsepsiyasına müvafiq olaraq istehlakçı davranışına təsir göstərməyə çalışırlar. İstehlakçıya yönələn üç əsas ilkin şərtlər üzərində qurulan, biznes müəssisələrinin fəlsəfəsi sayılan və müəssisə tərəfindən qəbul edilən marketing konsepsiyasının nəticəsidir: [2]

1. Müəssisənin uğuru hər şeydən qabaq istehlakçıdan asılıdır: o, nə isə almaq istəyəcəkdimi?

2. Müəssisə ilkin olaraq istehlakçı tələbatını öyrənməlidir, yüksək texnoloji sahələrdə isə əvvəlcədən xəbərdar olmalıdır.

3. İstehlakçı tələbi daima izlənilməli və təhlil olunmalıdır, çünki “məhsul” və “bazarın inkişafı” baxımından müəssisə marketing kanallarının vasitəsi ilə həmişə öz rəqiblərini qabaqlamalıdır.

İstehlakçı ilə iş marketing sferasında işləyən hər bir mütəxəssis üçün gündəlik fəaliyyətdir.

İstehlakçı davranışı haqqında elmin inkişafına daha çox təsir göstərən marketingdir. Marketing bazarda müəssisənin yaşama şansının yüksəlməsini təmin edən elm kimi formalaşmışdır. Marketing məhsul və xidmətlərin satışa olan ehtiyacından yaranmışdır.

Marketing baxımından istehlakçılar iki qrupa bölünür: [3]

a) Fərdi istehlakçılar;

b) İstehlakçı təşkilatlar.

Fərdi istehlakçılar məhsulların son istifadəçiləri olmaqla, istehsal prosesində istifadəsi və ya digər istehlakçılara yenidən satılması üçün mal alan insanlardır.

İstehlakçı təşkilatlar fərdi məhsulların sonrakı istehsalında, təşkilat daxilində fəaliyyət göstərməsində və yenidən satılması üçün məhsul alan istehsal müəssisələri, topdan və parakəndə satış firmaları, dövlət və digər qeyri-kommersiya qurumlarıdır.

İstehlakçı mərkəzli şirkətlə, yalnız yüksək maliyyə göstəricilərinə yönəlmiş şirkət arasındakı fərq ondadır ki, birincinin rəhbərliyi mənfəəti istehlakçıların ehtiyaclarını uğurla ödəməklə əldə edir. Firma müştəriləri cəlb etmir və onları saxlamırsa, uzun müddətli dövrdə

gəlirli ola bilməz. Mənfəət, böyümə və sabitlik hamısı rəhbərliyin təşkilati, müştəri ehtiyaclarını ödəməyə yönəltmə qabiliyyətindən asılıdır. Bu marketinq prinsiplərinə uyğun fəaliyyət sayılır.

İstehlakçı ilə iş marketinq sahəsi üzrə bir mütəxəssisin fəaliyyətinin əvəzolunmaz hissəsidir. Bazarın mallarla çoxalması və rəqabətin artması halında istehlakçı ilə iş getdikcə mürəkkəbləşir. Potensial bir istehlakçını daimi müştəriyə çevirmək, məhsul və ya xidmət istehsalı ilə məşğul olan hər hansı bir müəssisənin fəaliyyətində əsas prinsiplərdən biridir.

İstehlak bazarı çox böyükdür. Təkcə ABŞ-da istehlak bazarı ildə trilyonlarla dollara bərabər məhsul və xidmət istehsal edən 290 milyon insandan ibarətdir və dünyanın ən cəlbedici bazarlarından biridir. Bu bazarların tədqiqi marketinq tədqiqatlarının aparılmasını zəruri edir. Çünki tədqiqatlar nəticəsində marketoloqlar tərəfindən toplanmış informasiyalar istehlak bazarının konyukturasını, rəqabətin səviyyəsini və ən mühüm olan tələb və təklifin tarazlığını öyrənir. Nəticədə istehsalçı müəssisələr bazarda olan mühiti görür, bu mühitdə baş verə biləcək riskləri əvvəlcədən nəzərə almağa çalışır. [1]

Ümumiyyətlə, istehlakçı davranışı və marketinq bir-biri ilə sıx bağlıdır və uğurlu marketinq istehlakçı davranışı və üstünlüklərini dərinədən başa düşməyi tələb edir. İstehlak bazarında marketinq fəaliyyətinin uğurları bir çox müəssisələrə: “Procter Gəmbel”, “Microsoft”, “Wal-Mart”, “IBM”, “Amazon” və s. dünyada böyük nüfuz qazanmalarına şəraif yaranmışdır. [4]

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Багиров Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. СПб. Санкт-Петербург. 2006
2. Котлер Ф., Армстронг Т., Сандерс Дж., Бонг Б. Основы маркетинга, 2-е европ. Издание Киев, Москва: Вильямс. 1998
3. İmanov T., Quliyev E. Marketingin əsasları. Bakı. 2003
4. [www.era.az](http://www.era.az)
5. [www.knowthis.com](http://www.knowthis.com)

#### **ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И МАРКЕТИНГ**

**Ш.Р.Джалилова**

[cmentiq@mail.ru](mailto:cmentiq@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**Н.Г.Гусейнов**

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

Маркетологи на потребительском рынке тратят больше денег на исследования потребителей, чем когда-либо прежде, пытаясь понять, что, где и почему покупает покупатель. Успех предприятия на рынке зависит от степени привлекательности продукта для потребителя и способности удержать потребителя. Этот принцип, являясь основным направлением маркетинга, обуславливает необходимость роли этой деятельности на потребительском рынке.

#### **CONSUMER BEHAVIOR AND MARKETING**

**Sh.R.Calilova**

[cmentiq@mail.ru](mailto:cmentiq@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

**N.G.Huseynov**

**Azerbaijan State Agricultural University**

Consumer marketers are spending more money on consumer research than ever before, trying to understand what, where, and why a customer is buying. The success of an enterprise in the market depends on the degree of attractiveness of the product for

the consumer and the ability to retain the consumer. This principle, being the main direction of marketing, necessitates the role of this activity in the consumer market.



## **İNNOVATİV FƏALİYYƏT ŞƏRAİTİNDƏ RİSKLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ MEXANİZMİ**

**S.Ə.Hüseynova**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

İqtisadiyyatın müxtəlif sferalarında innovasiyalardan istifadə qeyri-müəyyənliklər və risklərlə bağlı olur. Bu baxımdan risklərin idarə edilməsi mexanizminin alətlərinin müasir vəziyyətini araşdırarkən idarəetmə metodologiyasının elementlərini nəzərdən keçirmək vacibdir. Bu baxımdan risklərin mahiyyəti barədə nəzəri bilikləri iqtisadi idarəetmənin bazası ilə birləşdirərək risklərin spesifik idarəetmə mexanizmlərini formalaşdırmaq tələb olunur. Həmin mexanizmlər subyektlərin resurs potensialının və texnoloji proseslərinin səciyyəvi xüsusiyyətlərini nəzərə almalıdır. [1]

Risklərin idarə edilməsi iqtisadi subyektləri müəyyən bir vəziyyətdə effektiv şəkildə inkişaf etdirməyi hədəfləyir. Risklərin idarə edilməsi daxili və xarici mühitdəki dəyişikliklərlə əlaqədar idarəetmə sisteminin müəssisələrə təsirini özündə birləşdirir. Nəhayət, bu cür dəyişikliklərin idarə edilməsinin vəzifəsi müəssisələrin xarici mühitində baş verən proseslərin mahiyyətini düzgün qiymətləndirməni həyata keçirmək, bütün xarici və daxili təsirləri eyni xətt üzrə araşdırmaq kimi vacib məsələləri əhatə edir. Dəyişikliklərin idarə edilməsinin nəticəsi müəssisələrin bu prosesə nə dərəcədə hazır olması ilə müəyyən edilir. Buna görə də, risklərlə bağlı dəyişikliklərin idarə edilməsinin səmərəliliyini artırmaq üçün müxtəlif yanaşmalar birləşdirməli, müəssisələrin fəaliyyəti risklərin idarə edilməsinin xüsusi şərtlərinə uyğunlaşdırılmalıdır. [2]

Risklərin idarəetmə metodologiyasını təşkil edən elementlərə nəzər saldıqda məlum olur ki, bu elementlərin məzmunu məqsəd və vəzifələrin müəyyənləşdirilməsini, prinsiplərini, subyektləri, standartları və mərhələləri, funksiya və üsulları özündə ehtiva edir. Bu metodologiyanın elementləri öz növbəsində risklərin idarə edilməsinin məqsəd və vəzifələrinin müəssisələrin məqsəd və vəzifələri ilə uzlaşdırılmasını, idarəetmə prinsiplərinin müasir risk-menecmentinin əsasları ilə uyğunlaşdırılmasını, müasir şəraitdə müəssisələrin risklərinin idarəetmə subyektlərinin, standartlarının və əsas mərhələlərinin müəyyən edilməsini, funksiya və üsulların müəssisə və risk kimi obyektlərlə birləşdirilməsini əsas tələb kimi qarşıya qoyur. [3]

Innovativ fəaliyyət şəraitində risklərin idarə edilməsi üçün istifadə edilə bilən mexanizmlərin tətbiqi olduqca əhəmiyyətlidir:

- Riskin qiymətləndirilməsi: Bu, potensial risklərin müəyyən edilməsini və onların ehtimalını və potensial təsirini təhlil etməyi əhatə edir. Bu, riskləri prioritetləşdirməyə və müvafiq risk cavab strategiyalarını müəyyən etməyə kömək edir.
- azaldılması: Bu, müəyyən edilmiş risklərin ehtimalını və ya təsirini azaltmaq üçün tədbirlərin görülməsini əhatə edir. Buraya təhlükəsizlik prosedurlarının həyata keçirilməsi, pilot sınaqların keçirilməsi və ya sığortanın əldə edilməsi kimi tədbirlər daxil ola bilər.
- Riskin ötürülməsi: Bu, sığorta və ya outsorsing yolu ilə riskin başqa tərəfə ötürülməsini nəzərdə tutur. Bu, risklərin maliyyə təsirini azaltmağa kömək edə bilər.
- Riskdən qaçma: Bu, mənfi nəticələr riski yüksək olan fəaliyyətlərdən və ya vəziyyətlərdən qaçmağı nəzərdə tutur. Potensial risklər fəaliyyətin faydalarını üstələdikdə bu lazım ola bilər.
- Riskin qəbulu: Bu, riskin qəbul edilməsini və riskin reallaşacağı təqdirdə fəvqəladə hallar planlarının hazırlanmasını əhatə edir. Bu, fəaliyyətin potensial faydaları risklərdən üstün olduqda lazım ola bilər.

- Davamlı monitoring və yenidən qiymətləndirmə: Risklərin idarə edilməsi davamlı bir prosesdir və şərtlər dəyişdikcə risklər davamlı olaraq izlənilməli və yenidən qiymətləndirilməlidir.

Araşdırmalar göstərir ki, hazırda təsərrüfat fəaliyyətinin risklərə məruz qalması dərəcəsi artdıqca bir çox istehsalçılar risk probleminin həllinin peşəkar əsaslarla axtarıla biləcəyini, yəni riskin peşəkarlar tərəfindən idarə edilə biləcəyini etiraf edirlər. Riskin idarə edilməsi riskli hadisələrinin ortaya çıxmasını müəyyən dərəcədə proqnozlaşdırmaq və onların nəticələrinin istisna edilməsi və ya azaldılması üçün tədbirlərgörməyə imkan verən üsul, fənd və tədbirlərin cəmi kimi səciyyəliyəndirilə bilər. Riskin idarə edilməsi təsərrüfat fəaliyyətinin təhlili, təsərrüfat qərarlarının səmərəliləşməsi, sığortaçılıq, psixologiya və bir çox başqa sahələrdə dərin biliklər tələb edən iqtisadi fəaliyyətin özünəməxsus sahəsidir. Burada qarşıda duran əsas vəzifə layihə baxımından risk və mənfəətin ən optimal nisbətini təmin edən variantı tapmaqdır. Bu zaman daha mənfəətli layihələrin həyata keçirilməsi daha böyük risklə bağlı olduğu nəzərə alınmalıdır.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. “Azərbaycanda innovasiya potensialının təhlili” /Arzu Hüseynova/ Bakı 2013.
2. ƏhmədovG. Aqrar sahə iqtisadiyyatının innovasiya yönümlü inkişafını təmin edən strategiya. Xalq qəzeti. 2010. 16 fevral. S. 4.

### **МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**С.А.Гусейнова**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Инновационная деятельность неотъемлемо связана с принятием риска, поскольку она включает в себя поиск новых и непроверенных идей, технологий или процессов. В результате эффективное управление рисками имеет решающее значение для успеха любого инновационного проекта или инициативы. Эффективное управление рисками в условиях инновационной деятельности предполагает проактивный подход, включающий выявление, оценку и минимизацию рисков для минимизации возможных негативных последствий при максимизации потенциальных выгод.

### **MECHANISM OF RISK MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF INNOVATIVE ACTIVITY**

**S.A.Huseynova**

**Azerbaijan Technological University**

Innovative activity is inherently associated with risk-taking, as it involves pursuing new and untested ideas, technologies, or processes. As a result, effective risk management is critical to the success of any innovative project or initiative. Effective risk management in the conditions of innovative activity involves a proactive approach that includes identifying, assessing, and mitigating risks to minimize potential negative consequences while maximizing potential benefits.



## **QEYRİ-MÜƏYYƏNLİKLƏRİN NÖVLƏRİ VƏ YARANMA SƏBƏBLƏRİ**

**N.İ.Əliyeva**

**M.Q.Alxaszaadə**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Qloballaşma və dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya şəraitində əsasən istehsal amilləri ilə şərtlənən qeyri-müəyyənlik şəraitində milli iqtisadiyyatın, o cümlədən aqrar sahənin səmərəliliyinin və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi iqtisadi siyasətinin prioritet vəzifəsinə çevrilmişdir. Ölkə iqtisadiyyatının davamlı inkişafına şərait yaradılması risklərdən səmərəli müdafiənin və iqtisadiyyatın bütün subyektlərinin təhlükəsiz inkişafının obyektiv amilinə çevrilir. Bu baxımdan iqtisadi münasibətlərdə baş verən dəyişikliklər, resurslar bazarlarındakı mövcud vəziyyət demək olar ki, bütün sahələrdə artım templərinin müxtəlif istiqamətlərdə dəyişməsinə gətirib çıxarır. İqtisadi baxımdan riskdən müdafiənin təmin edilməsi ölkənin müstəqilliyinə zəmanət olmaqla, istehsal fəaliyyətinin sabitliyinin və səmərəliliyinin, sosial və digər fəaliyyət sahələrində nailiyyətlərin əsas şərtlərindəndir.

Qeyd etmək lazımdır ki, daxili və xarici təhlükələrə qarşı dayanıqlığın qiymətləndirilməsini həyata keçirmədən riskdən müdafiədən danışmaq düzgün deyil. Məhz buna görə riskdən müdafiənin iqtisadi cəhətdən təmin edilməsi istənilən ölkənin və onun subyektlərinin ən vacib məsələlərindəndir. [1]

Dünya təcrübəsində gözlənilən, yaxud əvvəlcədən müəyyənləşdirilməsi mümkün olmayan risklərin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsinə xüsusi əhəmiyyət verilir. Müasir iqtisadi münasibətlər şəraitində iqtisadi inkişaf perspektivlərinin müəyyən edilməsi, risklərin keyfiyyət baxımından eyniləşdirilməsi, ehtimal edilən itkilərin ölçüsünün müəyyən edilməsi, risklərin qarışmasının alınması üçün müvafiq tədbirlərin işlənilməsi istehsal prosesinin davamlı inkişafının təmin edilməsinin prioritet istiqamətləridir. [2]

Xarici və daxili amillər tərəfindən təhlükələrin müəyyən edilməsinə əhəmiyyət verilməsi sosial-siyasi, istehsal-texnoloji, maliyyə-iqtisadi, marketinq və sair risklərin səmərəli eyniləşdirilməsinə imkan verir ki, bu da xarici təsirə, müvafiq idarəetmə qərarının formalaşdırılmasına və istehsalın planlaşdırılan və faktiki vəziyyətinin daha səmərəli uyğunlaşdırılmasına gətirib çıxarır.

Azərbaycan iqtisadiyyatında həyata keçirilən iqtisadi-təşkilati islahatlar nəticəsində idarəetmə modelində əhəmiyyətli dəyişikliklər baş vermişdir. Belə ki, istehsal məsələləri ilə yanaşı, müəssisələrin istehsal potensialının səmərəli idarə edilməsi vəzifələri müəyyənləşdirilir. Yüksək dərəcədə qeyri-müəyyənlik, risklərinin idarə edilməsi sisteminin qarşısında yeni tələblər qoyur. Bu baxımdan istehsal risklərinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi məsələləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Təcrübədə qeyri-müəyyənliklərin əsasən üç növü müəyyən olunur:

1. Alternativ variantlar arasında seçim edənin əlində gözlənilən nəticəyə gəlmək üçün obyektiv ehtimallar var. Həmin ehtimallar təsərrüfatın birbaşa özündən deyil, əsasən inflyasiya səviyyəsi, rəqabət, statistik təhqiqatlar, ekoloji vəziyyət və s. asılı olur.

2. Gözlənilən nəticənin gerçəkləşmə ehtimalları yalnız subyektiv dəyərləndirmələr əsasında əldə edilə bilər, yəni burada subyektiv ehtimallardan söhbət gedir. Subyektiv ehtimallar bilavasitə təsərrüfatı səciyyələndirir. Bunlara istehsal imkanları, məhsul və texnoloji ixtisaslaşması, əməyin təşkili və s. aid etmək olar.

3. Alternativin seçimi və gerçəkləşməsi əsasında həm obyektiv, həm də subyektiv ehtimallar var.



Məlumdur ki, istehsal-təsərrüfat fəaliyyəti və biznes həmişə nəyi isə itirmək riski ilə bağlıdır. Qeyri müəyyənliyin mənbəyi təkrar istehsalın bütün mərhələləri - xammal material və komplektləşdirici hissələrinin alınmasından tutmuş satışınadək olan mərhələləri əhatə edir. Ona görə problemin aradan qaldırılması üçün onun yaranma səbəblərinin araşdırılması zəruri məsələlərdən hesab olunur. [3]

### **ƏDƏBİYYAT**

1. İbrahimov E.R., Hüseynov M.C., Salahov E.A., Abbasova Y.Ə. Sığorta işi. Bakı 2017. 496 s.
2. İsmayılov H. N. Kənd təsərrüfatında risk amilinin nəzərə alınmasının zəruriliyi// Kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatı elmi-tədqiqat institutunun Elmi Əsərləri. Bakı 2016. s.46-50.
3. Kazımlı X.H., Quliyev İ. İqtisadi risklərin qiymətləndirilməsi və idarə edilməsi. Bakı. İqtisad Universiteti 2011. 187 s.

### **ПРИЧИНЫ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Н.И.Алиева**

**М.Г.Алхзаде**

**Азербайджанский Технологический Университет**

В условиях глобализации и интеграции в мировую экономику, в условиях неопределенности, в основном определяемой факторами производства, повышение эффективности и конкурентоспособности национальной экономики, в том числе аграрного сектора, стало приоритетной задачей экономической политики. Создание условий для устойчивого развития экономики страны становится объективным фактором эффективной защиты от рисков и безопасного развития всех субъектов экономики. В связи с этим изменения в экономических отношениях, сложившаяся ситуация на рынках ресурсов приводят к изменению темпов роста практически по всем направлениям в разных направлениях. С экономической точки зрения обеспечение защиты от риска является гарантией независимости страны, одним из главных условий стабильности и эффективности производственной деятельности, достижений в социальной и других сферах деятельности

### **CAUSES OF UNCERTAINTIES IN THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES**

**N.I.Aliyeva**

**M.G.Alkhaszadeh**

**Azerbaijan Technological University**

In the context of globalization and integration into the world economy, in conditions of uncertainty, mainly determined by production factors, increasing the efficiency and competitiveness of the national economy, including the agricultural sector, has become a priority for economic policy. Creating conditions for the sustainable development of the country's economy is becoming an objective factor in effective protection against risks and the safe development of all economic entities. In this regard, changes in economic relations, the current situation in the resource markets lead to a change in growth rates in almost all directions in different directions. From an economic point of view, ensuring protection against risk is a guarantee of the country's independence, one of the main conditions for the stability and efficiency of production activities, achievements in social and other areas of activity.



## **MÜƏSSİSƏLƏRDƏ RİSK-MENECMENT SİSTEMİNİN TƏŞKİLİ**

**V.V.Bəhməli**

**S.B.Sadiqova**

### **Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Müəssisələrdə material resursları, maşın və avadanlıqlar, qiymətli kağızlar almaq, hazır məhsul istehsal etmək və reallaşdırmaq, yeni məhsul çeşidlərini mənimsəmək, kredit və borc almaq kimi təsərrüfat-maliyyə fəaliyyəti ilə əlaqədar hər bir əməliyyat sahibkar üçün risk hesab olunur. Yaxın gələcəkdə daha böyük nəticələrə nail olmaq məqsədilə risk etmək hər an təhlükə sayılır. Müəssisə rəhbərləri çəkilən xərclərin müqabilində nə zaman və nə qədər mənfəət əldə edəcəklərini bilmədikləri qeyri-müəyyənlik şəraitində riskə gedirlər. Çünki bazar iqtisadiyyatı şəraitində idarəetmədə riskə getmədən yüksək nailiyyətlər əldə etmək qeyri-mümkündür. Bu baxımdan da, bazar münasibətləri bütün sahibkarları, investorları və işgüzar adamları məsrəflərin hər bir növünün məqsədəuyğunluğunu, iqtisadi cəhətdən faydalılığını qabaqcadan, həm də işlərin gedişi zamanı təyin etmək ruhunda tərbiyə edir. İdarəetmə funksiyalarını icra edənlər tərəfindən hazırlanan hər bir qərar, nəzərdə tutulan hər bir əməliyyat, icra edilən hər bir fakt «xərcini çıxarmalıdır» şərtinin tələblərinə cavab verməlidir.

Müəssisələrdə risk-menecmentsistemi onların fəaliyyətinə təsir edən mənfi amillərin nəticələrinin baş vermə ehtimalını və şiddətini qiymətləndirmək, habelə bu amillərə qarşı mübarizə tədbirlərinin işlənilməsi üçün tədbirlər kompleksi kimi başa düşülür. Müəssisələrin risk-menecment sistemi aşağıdakı məsələlərin həllində bilavasitə iştirak edir və əhəmiyyətliyi ilə fərqlənir:

- müəssisələrin fəaliyyətinin istənilən mərhələsində mümkün risklərin baş verməsi ilə bağlı etibarlı proqnozlar;
- risklərin baş vermə səbəblərinin və kompleks təsirinin təhlili;
- risk amillərinin təsirinin mənfi nəticələrinin qarşısının alınması strategiyasının hazırlanması;
- müvafiq planların həyata keçirilməsi üçün əlverişli şərait;
- risk-menecment sistemi monitorinqi;
- səmərəliliyin artırılması məqsədilə nəticələrin təhlili və nəzarəti.

Məlumdur ki, müəssisələr müxtəlif şəraitdə fəaliyyət göstərir, fərqli strukturlara malikdir, yəni hər bir konkret təşkilat kommersiya fəaliyyətindən asılı olaraq özünəməxsus, spesifik risklərlə üzləşir. Mümkün riskləri vaxtında müəyyən etmək, onların ehtimalını və mümkün nəticələrini müəyyən etmək son dərəcə vacibdir. Aşağıdakı risk növləri mövcuddur: [1]

- təbii risklər - təbii fəlakətlərin baş verməsi ilə əlaqədardır: daşqınlar, qasırğalar, zəlzələlər və s.;
- texnogen risklər - insan fəaliyyəti ilə əlaqədar;
- qarışıq risklər - insan fəaliyyəti nəticəsində təbiətin təsiri ilə əlaqədar;
- təmiz risklər - real aktivlərin itirilməsi;
- spekulyativ risklər - bazar münasibətlərində və ya siyasi şəraitdə baş verən dəyişikliklərlə bağlı, əvvəlki növlərdən fərqli olaraq, bu risklərin nəticələri təkcə itkilərə deyil, həm də mənfəət gətirə bilər;
- istehsal riskləri - istehsalın dayandırılması və resurslardan səmərəsiz istifadə ilə əlaqədar;

- maliyyə riskləri - maliyyə resurslarının itirilməsi ehtimalı ilə əlaqəli - investisiya və kredit riskləri, tərəfdaşlar tərəfindən öhdəliklərin yerinə yetirilməməsi və s.;
- əmlak riskləri - oğurluq, zədələnmə və s. nəticəsində əmlakın itirilməsi ilə əlaqədar;
- kommersiya riskləri - sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı;
- sosial risklər - iş qabiliyyəti və personalın sağlamlığı ilə əlaqədar;
- peşəkar risklər - işçilərin öz vəzifələrini yerinə yetirməsi ilə əlaqədar və s.

Risk-menecmentsisteminin mərhələlərinə daxildir: riskin müəyyən edilməsi və onun müəssisələrin fəaliyyətinə təsir dərəcəsinin müəyyən edilməsi; keyfiyyət və kəmiyyət təhlili üsullarından istifadə; risklərin idarə edilməsi planının tərtib edilməsi və işə başlaması; planın icrasına nəzarət; risklərin idarə edilməsi sisteminin fəaliyyəti ilə cari maliyyə nəticələri arasında qanunauyğunluqların müəyyən edilməsi; səmərəliliyin müəyyən edilməsi və s. [2]

Risklər subyektiv və obyektiv amillərdən asılıdır. Obyektiv amillərə müəssisənin fəaliyyətindən asılı olmayan amillər (dövlət siyasətinin dəyişməsi, iqtisadi böhranların yaranması və s.) aiddir. Subyektiv amillər müəssisələrin vəziyyətindən və fəaliyyətindən birbaşa asılı olan amillərdir (texniki bazanın vəziyyəti, marketing siyasəti, müəssisədə idarəetmə sisteminin effektivliyi). Risklərin idarə edilməsi sistemi hər şeydən əvvəl risklərin baş verməsinin proqnozlaşdırılmasına və onların qarşısının alınması və ya aradan qaldırılması üçün vaxtında tədbirlərin görülməsinə yönəlmiş tədbirlər məcmusudur. Risklərin idarə edilməsi sisteminin spesifik strategiyası fərdi xarakter daşıyır və müəssisələrin fəaliyyətindən və ölçüsündən asılıdır. İri müəssisələrdə bu sahədə işləri əlaqələndirəcək xüsusi risk-menecmentbölməsinin yaradılması vacibdir. Risklərin idarə edilməsi strategiyası aşağıdakı daxili sənədlərlə tənzimləyə bilər: risklərin idarə edilməsi təlimatı, risklərin idarə edilməsi haqqında Əsasnamə, müəssisədə risklərin idarə edilməsi sistemi və bu sahədə idarəetmə qərarlarının hazırlanması, qəbulu və həyata keçirilməsi üçün müxtəlif proseslər və s. Risklərin idarə edilməsi sisteminin normal işləməsi üçün müəssisə risk-menecmentsisteminin qurulması sxeminin hərtərəfli təhlili lazımdır. Təhlil üçün məlumat əldə etməyin əsas üsulları bunlardır: müayinə; struktur diaqramları; texnoloji proseslərin hərəkət sxemlərini; hesabat təhlili. Müəssisələrdə risklərin idarə edilməsinin bir çox üsulları da mövcuddur, bunlardan əsasları kimi aşağıdakıları qeyd etmək olar: [3]

- riskdən çəkinmə. Bir risk müəssisəni və ya layihəni çox ciddi şəkildə təhdid etdikdə və bu riski azaltmağın real yolları olmadıqda tətbiq olunur. Belə halların qarşısını almaq üçün əvvəlcədən perspektivsiz olaraq bu fəaliyyət sahəsini və ya layihəni şüurlu şəkildə tərk etmək lazımdır;

- riskin baş vermə tezliyinin və ya itki ehtimalının azaldılması. Layihə riskinin idarə edilməsinin bu üsulu risk hadisəsinin baş vermə ehtimalını və itkiləri azaltmağa yönəlmiş hazırlıq işlərini əhatə edir. Əhəmiyyətli bir risk ehtimalı olduqda üsul çox təsirli olur;

- zərərlərin miqdarının azaldılması. Riskin azaldılması üçün bütün səylər uğursuz olarsa, bu risk idarəetmə metodu alınan zərərin miqdarını azaltmaq üçün alətlər təqdim edir. Tədbirlərin mahiyyəti riskli hadisələrin baş verməsi nəticəsində şirkətin itkilərini azaldacaq tədbirlərdir.

- potensial risklərin ayrılması. Metodun mahiyyəti mənfi hadisələr silsiləsi deyil, risk vəziyyətini tək bir hal kimi kəsməkdir.

Beləliklə, müəssisələr üçün risk-menecment sisteminin müasir metodları və strategiyaları onların fəaliyyətini mənfi nəticələrdən qorumağa imkan verir, eyni zamanda idarəetmə sisteminin uğuru, əsasən, müəssisənin şərtlərindəki dəyişiklikləri adekvat və tez qiymətləndirmək qabiliyyətindən asılıdır.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Abbasov İ.M., Sadıqov R.F. Menecment (dərs vəsaiti) – Bakı Biznes Universitetinin nəşri. 2013. 205 s.
2. Башминов А. В. Создание эффективной системы управления организациями на основе подхода к управлению изменениями //Экономика и предпринимательство. - 2013. № 12-4 (41-4). -С. 572-574.
3. Ступаков В.С., Токаренко Г.С. Риск-менеджмент. Учебное пособие. М.: Финансы и статистика. 2005. С. 288.

### **ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ**

**В.В.Бахманлы**

**С.Б.Садыгова**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Любая операция, связанная с хозяйственной и финансовой деятельностью предприятия, такая как приобретение материальных ресурсов, машин и оборудования, ценных бумаг, производство и продажа готовой продукции, освоение новых видов продукции, получение кредита и долга, считается риском для предпринимателя. Рисковать ради достижения больших результатов в ближайшем будущем считается опасностью в любой момент. Бизнес-лидеры идут на риск в условиях неопределенности, когда они не знают, когда и какую прибыль они получат за понесенные затраты. Поскольку в условиях рыночной экономики невозможно добиться высоких достижений в управлении, не рискуя. В связи с этим рыночные отношения воспитывают всех предпринимателей, инвесторов и деловых людей в духе определения целесообразности и экономической полезности каждого вида расходов заблаговременно, а также в ходе работы.

### **ORGANIZATION OF RISK-MANAGEMENT SYSTEM IN INSTITUTIONS**

**V.V.Bahmanli**

**S.B.Sadigova**

**Azerbaijan Technological University**

Every transaction related to economic and financial activity in enterprises, such as purchasing material resources, machines and equipment, securities, producing and selling finished products, adopting new product varieties, taking credit and debt, is considered a risk for the entrepreneur. Taking risks in order to achieve greater results in the near future is considered a danger at any moment. Business leaders take risks in an environment of uncertainty when they do not know when and how much profit they will get for the costs incurred. Thus in the conditions of the market economy, it is impossible to achieve high achievements in management without taking risks. In this regard, market relations educate all entrepreneurs, investors and business people in the spirit of determining the appropriateness and economic usefulness of each type of expenditure in advance, as well as during the course of work.



**KÜTLƏVİ İNFORMASIYA VASİTƏLƏRİNDƏ İNSAN RESURSLARININ İDARƏ EDİLMƏSİNİN FUNKSIYASI VƏ MƏQSƏDLƏRİ, KONSEPTUAL ƏSASLARININ FORMALAŞDIRILMASI**

**V.F.Cənnətova**

[vusale.c@gmail.com](mailto:vusale.c@gmail.com)

**AzərbaycanTexnologiya Universiteti**

**S.T.Hacıyeva**

**Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti**

Kütləvi informasiya vasitələrində insan resurslarının idarə edilməsinin ümdə məramı müəssisələrdə peşəkar heyətin formalaşması ilə işin keyfiyyətinin artırılması və əmək şəraitinin müsbət xüsusiyyətlərinin, keyfiyyətinin artırılmasıdır. Bununla təbii ki, rəqabət üstünlüyü də təmin olunur. Ən başlıca məqsəd və vəzifə insan resurslarının obyektiv imkanlarından müsbət yöndə, məhsuldar şəkildə istifadə olunmasını təmin etməkdir. Bu məqsədlərə yetişmək üçün müəyyən fəaliyyətlərin yerinə yetirilməsi labüddür. Bu məqsədlər, fəaliyyətlər insan resurslarının idarə edilməsinin funksiyaları adlandırılır. [1]

Aydındır ki, KİV-də insan resurslarının idarə edilməsinin funksiyaları ilə məqsədləri arasında bir bağlılıq, qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Kütləvi informasiya vasitələrində insan resurslarının idarə edilməsinin iki mühüm məqsədi mövcuddur. Bunlardan birincisi fəaliyyətdə, işdə məhsuldarlığı artırmaqdan ibarətdir. İkincisi isə iş həyatının keyfiyyətini yüksəltmək və işçi məmnunluğunu artırmaq şərti ilə rəqabət üstünlüyünü qoruyub saxlamaqdır. Bu məqsədləri mayak olaraq görən məsul şəxs iş gücü ilə bağlı olan müxtəlif meyarların tətbiqini həyata keçirərək müəssisədə həm peşəkar komandanı, keyfiyyətli işi, tamaşaçı, dinləyici, oxucu məmnuniyyətini, eləcə də işçi komandanın üzvlərinin iş fəaliyyətindəki həyatının keyfiyyəti sahəsində müsbət dəyişikliklərin əldə olunmasını təmin etməlidir. Meyarlar isə 3 yerə bölünür.

1. KİV-də işçinin məmnunluğu
2. KİV-də işçinin fəaliyyəti
3. KİV-də işçinin sağlamlığı

Qeyd etmək istərdim ki, sözügedən meyarların əsas götürülməsi vacibdir, çünki onlar heç şübhəsiz media qurumlarında insan resurslarının idarəedilməsində peşəkarlığı, obyektiv karyera idarəçiliyi sistemini, müəssisədəki sağlam mühiti təmin edir. [2]

İnformasiya cəmiyyətində yaşayırıq, belə olan halda media qurumlarının öz işini düzgün qurması vacibdir. Təbii ki, burada KİV-də insan resursları idarəçiliyinin konseptual əsaslarının formalaşdırılmasının xüsusi əhəmiyyət kəsb etdiyini demədən keçmək olmaz. İnsan resurslarının idarəetməsi ilə bağlı ədəbiyyatlarda, müxtəlif mənbələrdə heyətlərin idarə olunmasının məramı ilə müəssisələrin idarə olunması arasındakı əlaqəkonseptual nəzəriyyə nöqtəyi-nəzərdən diqqətə alınır. Bu məqamda



müəssisə daxili fərd, eləcə də qruplar, media qurumundan kənar xarici iştirakçılar arasındakı əlaqələr, həmçinin tərəfdaşlıq, əməkdaşlıq, yeni ideyalar və imkanlara yol açarı əlaqələr, bütün bunların müəssisənin məqsədləri ilə əlaqələndirilməsi baxımdan nəzərdən keçirilməlidir[3].

Milli sərvətin mühüm qeyri-maddi komponentlərindən biri olan idarəetmənin daşıyıcıları insan resursları olduğundan onun idarəedilməsində səmərəlilik birbaşa kütləvi informasiya vasitələrinin (KİV) effektiv fəaliyyətini təmin edir. Media qurumlarının idarə olunmasında insan qüvvəsi ən güclü resurs potensialı olub, onun əsasını təşkil edir. Bu səbəbdən insan kapitalının doğru, düzhün, lazımınca dəyərləndirilməsi, doğru yönəldilməsi səmərəlilik, innovasiyalılıq, motivasiyalılıq prinsiplərinə söykənməklə öz müsbət nəticəsini verir. [4]

### **ƏDƏBİYYAT**

- 1.Acar Nesime. İnsan Kaynakları Yönetimi. Mpm Yay. No:640. Ankara., 2000.
- 2.Schuler R., Budhwar P., Florkowski G. “International Human Resource Management: Review and Critique”. International Journal of Management Review. Vol. 4. No 1. s.43
- 3.Tortop N., Aykaç B., Hüseyin Y., Özer M. İnsan Kaynakları yönetimi. Ankara. 2012
- 4.Dessler, Gray Human Resource Management. 12. Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey. 2012

### **ФУНКЦИИ И ЗАДАЧИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПОСРЕДСТВОМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ФОРМИРОВАНИЕ ПОНЯТИЙНОЙ ОСНОВЫ**

**В.Ф.Джаннетова**

[vusale.c@gmail.com](mailto:vusale.c@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**С.Т.Гаджиева**

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

Основная цель тезиса - подчеркнуть важность формирования функции, цели, концептуальной основы управления человеческими ресурсами в СМИ и определить ее направления.

### **FUNCTION AND OBJECTIVES OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT THROUGH MASS INFORMATION, FORMATION OF THE CONCEPTUAL BASIS**

**V.F.Jannetova**

[vusale.c@gmail.com](mailto:vusale.c@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

**S.T.Hajiyeva**

**Azerbaijan State Agrarian University**

The main purpose of the thesis is to emphasize the importance of forming the function, purpose, conceptual basis of human resource management in the media and determine its directions.



## **MARKETİNG KOMMUNİKASIYA SİSTEMİNİN DƏYİŞMƏSİ MEYLLƏRİ**

**R.R.Gözəlov**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Bugünkü sürətli iş mühitində şirkətlər üçün marketing və kommunikasiya sahəsində dəyişən tendensiyalarla ayaqlaşmaq vacibdir. Texnologiyanın yüksəlişi və rəqəmsal transformasiya müəssisələrin müştərilər, müştərilər və tərəfdaşlarla ünsiyyət tərzində inqilab etdi. Dünya bazar sistemi, o cümlədən, sahibkarların kommunikasiya fəaliyyəti daima inkişaf etməkdə, təkmilləşməkdədir. Bu proses öz növbəsində marketingin kommunikasiya sisteminin dəyişməsinə, durmadan təkmilləşdirilməsinə tələb edir. [1] Artıq istehlakçılar öz maddi ehtiyaclarını ənənəvi üsullarla, mağazalara gedib mal almaq qaydasında ödəməklə kifayətlənmirlər. Onlar üçün kompüter arxasında əyləşib hər hansı bir mağazanın saytını açmaqla lazım olan malı almaq daha maraqlı görünür.

Ənənəvi marketing kommunikasiya sistemi müştərilərlə ünsiyyət üçün reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr, satışın təşviqi və birbaşa marketingdən istifadəni əhatə edirdi. Bununla belə, rəqəmsal texnologiyanın yaranması ilə şirkətlər diqqətlərini rəqəmsal marketing strategiyalarına yönəldiblər. [2] Rəqəmsal marketing sosial media, axtarış motorları, e-poçt marketingi və mobil marketing kimi müxtəlif kanalları əhatə edir. Facebook, Instagram, Twitter və LinkedIn kimi platformalar şirkətlərə müştərilərlə real vaxtda əlaqə qurmaq imkanı təklif edən sosial media rəqəmsal marketingin ayrılmaz hissəsinə çevrilib. Sosial media, həmçinin şirkətlərin məhsul və xidmətlərini tanımaq üçün sosial media təsir edənlərlə ortaq olduğu təsir edən marketingin yaranmasına səbəb oldu. Axtarış motorları məhsul və xidmətlər axtaran müştərilər üçün əsas mənbəyə çevrilib və şirkətlər axtarış nəticələrində daha yüksək yer tutmaq üçün veb saytlarını optimallaşdırıblar. E-poçt marketingi daha yüksək nişan nisbətlərinə səbəb olan fərdiləşdirilmiş və hədəflənmiş e-poçtlarla müştərilərə çatmağın effektiv yolu olaraq qalır.

Marketing kommunikasiya sistemlərində dəyişən tendensiyaların digər mühüm cəhəti müştəri təcrübəsinə diqqətin yönəldilməsidir. Sosial media və onlayn rəylərin artması ilə müştərilər şirkətin reputasiyasını formalaşdırmaq üçün əvvəlkindən daha çox gücə malikdirlər. Nəticədə şirkətlər diqqətlərini bütün əlaqə nöqtələrində qüsursuz və fərdiləşdirilmiş müştəri təcrübəsi yaratmağa yönəldiblər. Bu, şirkətlərə müştərilərlə qarşılıqlı əlaqəni və seçimlərini izləməyə imkan verən müştəri münasibətlərinin idarə edilməsi (CRM) sistemlərinin yüksəlməsinə səbəb oldu. CRM sistemləri müştərilərin davranışları haqqında məlumat verir və şirkətlərə marketing və kommunikasiya strategiyalarını fərdi müştərilərə uyğunlaşdırmağa kömək edir. Fərdiləşdirmə müasir marketing kommunikasiya sistemlərinin əsas komponentinə çevrilib, şirkətlər müştərilərə hədəflənmiş və müvafiq məzmunu çatdırmaq üçün müştəri məlumatlarından istifadə edir. Fərdiləşdirmə fərdi e-poçt kampaniyalarından tutmuş keçmiş alışlara əsaslanan məhsul tövsiyələrinə qədər bir çox formada ola bilər. [3]

Fərdiləşdirmə ilə yanaşı, şirkətlər müştərilərlə daha dərin səviyyədə rezonans doğuran məzmun yaratmağa da diqqət yetirirlər. Buraya müştərilərlə emosional əlaqə yaratmağa və brend sədaqətini yaratmağa kömək edə bilən hekayələr daxildir.

Mobil marketing də rəqəmsal marketingin mühüm hissəsinə çevrilib, istehlakçıların əksəriyyəti mobil cihazları vasitəsilə internetə daxil olur. Şirkətlər yolda olan müştərilər üçün qüsursuz istifadəçi təcrübəsi təmin etmək üçün veb saytlarını optimallaşdırıb və mobil proqramlar yaratdılar.

Müasir işgüzar ünsiyyət sisteminə uzaqdan iş və rəqəmsal texnologiyanın yüksəlişi böyük təsir göstərmişdir. Pandemiya uzaqdan işləmə meylini sürətləndirdiyindən, müəssisələr işçilər, müştərilər və tərəfdaşlarla yeni ünsiyyət və əməkdaşlıq üsullarına uyğunlaşmalı oldular. Zoom, Microsoft Teams və Google Meet kimi video konfrans platformaları uzaqdan ünsiyyət üçün vacib vasitələrə çevrilərək komandalara dünyanın istənilən yerindən bağlı qalmağa və layihələrdə əməkdaşlıq etməyə imkan verir. Dropbox və Google Drive kimi bulud əsaslı fayl paylaşma

xidmətləri komandaların real vaxt rejimində sənədləri paylaşmalarını və əməkdaşlıq etmələrini asanlaşdırdı.

Müasir dövrə kommunikasiya mütəxəssisləri məqsədli auditoriyaya təsir göstərməyin yeni, təkmilləşdirilmiş, daha səmərəli yollarını axtarırlar. Əvvəllər istehsalçılar birbaşa reklamın həyata keçirilməsinə əsaslanan ATL kommunikasiya texnologiyasına üstünlük verirdilər. Bu gün isə məqsədli auditoriyaya təsir etmənin yeni texnologiyası-BTL texnologiya (Below The line Technology) məqsədli auditoriyaya təsir etmə metodlarının inteqrasiya olunmuş sistemi kimi izah edilir. Bu sistema birbaşa reklam metodlarından başqa digər təsir metodları da daxil edilir.

BTL texnologiya sisteminə daxil olan metodlara marağın yüksəlməsi onunla izah edilir ki, artıq istehlakçılar əmtəənin irəlilədilməsinin ənənəvi metodlarına getdikcə daha az inanırlar [5]. Adi reklam lazımı səviyyədə əks əlaqə yaratmağa imkan vermir və kommunikasiya əlaqələri birtərəfli xarakter daşıyır. Müasir istehlakçı dialoqa girməyə, satıcı ilə təmasda olmağa ehtiyac hiss edir və məhz BTL texnologiya tədbirləri bu cür qarşılıqlı əlaqənin yaradılmasına imkan verir.

Hal-hazırda BTL texnologiyasının bir sıra metodları tətbiq edilir. Onlardan ən geniş istifadə edilənlərindən biri bazara yeni brendin çıxarılması, özgənin məhsul markasının alınması, məhsul çeşidinin genişləndirilməsi, malın qablaşdırılmasında dəyişiklik edilməsi və s. ibarətdir. Bu metodun ən effektiv üsullarından biri mal alışına görə hədiyyə verilməsidir.

Yeni məhsul bazara çıxarılanda istehsalçılar məqsədli auditoriyaya malın nümunəsinin pulsuz paylanması metodundan da tez-tez istifadə edirlər. Bu metodun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, istehlakçıya yeni məhsulu yoxlamaq imkanı verilir.

Bu gün uduşlu oyunların (müsabiqələr, lotoreyalar, mükafatların oynanılması və s.) həyata keçirilməsi üsullarından da aktiv surətdə istifadə olunur.

Satışın stimullaşdırılmasının effektiv metodları arasında kütləvi-əyləncəli tədbirlərin həyata keçirilməsini xüsusi qeyd etmək olar. [6] Lakin bu cür tədbirlərin həyata keçirilməsi böyük xərc tələb edir və yalnız böyük kompaniyalar belə tədbirləri həyata keçirmək imkanına malik olurlar. Odur ki, əksər firmalar satışın güzəştli şərtlərlə həyata keçirilməsinə daha çox üstünlük verirlər. [7]

Marketing kommunikasiya sistemlərində dəyişən tendensiyalar və müasir işgüzar kommunikasiya sistemi müasir biznes mühitində texnologiya və rəqəmsal transformasiyanın əhəmiyyətini əks etdirir. Bu tendensiyaları qəbul edən və yeni ünsiyyət və əməkdaşlıq üsullarına uyğunlaşan şirkətlər gələcəkdə uğur qazanmaq üçün daha yaxşı mövqe tutacaqlar.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. İmanov T.İ., Quliyev E.N. Marketingin əsasları (Metodik vəsait). Bakı – 2003
2. Şükürov T.Ş. Marketing tədqiqatları. /Dərs vəsaiti. Bakı-2003
3. Котлер Ф., Армсторнг Г. и др. Основы маркетинга. М. СИБ, К.: Издательский дом. «Вильямс» - 2007
4. Гаджиева Н.А. Маркетинг. Учебник. 2014., 614 стр.
5. Ф.Котлер, К.Келлер. Маркетинг менеджмент, СПб: Питер 2017
6. V.İsmayilov, X.Mehdiyev, Ş.Qarayeva. Reklam işi. Dərs vəsaiti. Gəncə 2021
7. Aşurov.S. Marketing kommunikasiya sistemi. Bakı. 2008

#### **МЕНЯЮЩИЕСЯ ТЕНДЕНЦИИ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ, СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**Р.Р.Гёзелов**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Меняющиеся тенденции в системах маркетинговых коммуникаций и современной системе делового общения отражают важность технологий и цифровой трансформации в современной бизнес-среде. Компании, которые учитывают эти тенденции и адаптируются к новым способам общения и сотрудничества, будут иметь больше возможностей для достижения успеха в будущем.

#### **CHANGING TRENDS OF MARKETING COMMUNICATION SYSTEM, MODERN SYSTEM OF BUSINESS COMMUNICATION**

**R.R.Gozelov**

**Azerbaijan Technological University**

## **Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

The changing trends in marketing communication systems and the modern business communication system reflect the importance of technology and digital transformation in today's business environment. Companies that embrace these trends and adapt to new ways of communicating and collaborating will be better positioned to succeed in the future.



### **MƏHSUL VƏ XİDMƏT BAZARINDA İQTİSADI KONYUKTURA VƏ QİYMƏTİN YARADILMASI XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

**G.Y.İsmayılova**

[iqunel892@gmail.com](mailto:iqunel892@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Azərbaycanda son zamanlarda iqtisadiyyat sahəsində xidmətlərin rolu sürətlə artmışdır. İstehsalın mürəkkəb şəkildə olması və tələb olunan gündəlik mallar və bazarın yüksək dərəcədə təmin edilməsi ilə bağlı deyil, peşə növlərinin yaranmasına səbəb olan elmi-texniki tərəqqi ilə bağlıdır. Cari zamanda istehsalın yüksək dərəcədə inkişaf etməsi məhsul və xidmət bazarında, informasiya mübadiləsi, nəqliyyat və digər xidmət sahələri olmadan mümkün deyildir. Cari zamanda nəinki Azərbaycanda dünyada belə texnologiya baxımdan mürəkkəb məhsullar satış cəhətdən yüksək texnologiyalı servis xidməti tələb edən əmtəə ticarətinə çox böyük təsir göstərir. [1] Qiymət əmtəə-pul münasibətlərində və məhsul bazarında mühüm rol oynadığına görə ikinci yerdədir. Qiymətdə müəyyən edilmə prosesi bazarın təbiətini və iqtisadi konyukturanı sistemin öz sferasında xarakterizə edir. İstehsalın qiyməti daxilən öz xüsusiyyətini müəyyən edir, keyfiyyətli material axınının hərəkətinə, tələb və təklifin formalaşmasına, əmtəə istehsalının müəyyənləşdirilməsi və formalaşması, əhəlinin maddi yaşayış səviyyəsinə təsir edir. Qiymət tələb və təklif əsasında formalaşır. Qiymətlər sferasında bir qiymət digər qiymətlər qrupu ilə mütəmadi şəkildə qarşılıqlı əlaqədə olur. Belə qənaət gətirmək olar ki, qiymət növləri qarşılıqlı əlaqələrin qarşılıqlı münasibətlərini xarakterizə edir. Qiymət sistemlər toplusu və iqtisadi mühitin formaları hər zaman qarşılıqlı şəkildə əlaqədə olur. İqtisadi mühit bazar iqtisadiyyatının əsas elementlərini özündə birləşdirərək mülkiyyətin müxtəlif formalarını təşkil edir. [2] Qiymətlərin müxtəlif növləri mövcuddur və qiymət öz daxilində müəyyən əlamətlərə görə təsnifləşir.

Qiymət növlərinin təsnifləşmələri aşağıda qeyd olunan təsniflərdir:

- Xidmət etdiyi iqtisadi dövriyyənin xarakterinə görə;
- Təsbit olunması qaydalarına görə;
- Fəaliyyət müddətinə görə;
- Əsaslandırma dərəcəsinə görə;
- Göndəriş - satış şərtlərinə görə;
- Ərazi əlamətinə görə.

Qısaca demək olar ki, məhsul və xidmət bazarında iqtisadi konyuktura və qiymətin yaradılması dövrün tələblərindən, iqtisadi tərreqidən, bazarda tələb və təklifin formalaşmasından və son olaraq qiymətin növlərinin təsnifləşməsindən aslıdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Əhmədov M.M. “Xidmət sahələrinin marketinqi”. Dərs vəsaiti. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı. Bak. 2015. 372 səh.

2. Kazımlı X.H., Bayramov Q.S., Sadıqov B.C., Quliyev İ.Q., Hübətova S.İ., Məmmədov İ.N. “Qiymətin Əmələ Gəlməsi. “(dərslik). Bakı: “Müəllim” nəşriyyatı. 2019. 498 s.

### **ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

**Г.Ю.Исмаилова**

[iqunel892@gmail.com](mailto:iqunel892@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Вкратце можно сказать, что экономическая конъюнктура и ценообразование на рынке товаров и услуг напрямую зависят от требований времени, развития экономики, формирования спроса и предложения на рынке и, наконец, классификации видов цен.

### **CHARACTERISTICS OF ECONOMIC CONDITIONS AND PRICES IN THE MARKETS OF GOODS AND SERVICES**

**G.Y.Ismailova**

[iqunel892@gmail.com](mailto:iqunel892@gmail.com)

**Azerbaijan Technology University**

In short, it can be said that the economic conjuncture and price creation in the product and service market depend on the requirements of the period, economic development, formation of demand and supply in the market, and finally, classification of price types.



**MİLLİ İQTİSADİYYATA İNVESTİSİYA QOYULUŞLARININ İQTİSADİ ARTIMA TƏSİRİ**

**Z.S.Eyvazov**

**A.A.İskəndərli**

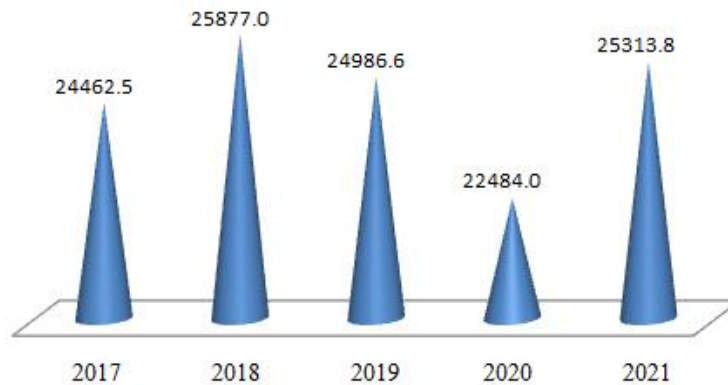
[ayxanisgenderli@gmail.com](mailto:ayxanisgenderli@gmail.com)

**Bakı Dövlət Universiteti**

Ümumilikdə dünya iqtisadiyyatının müxtəlif sahələrinin, o cümlədən milli iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinin inkişafının təmin edilməsinin səmərəli investisiya siyasətindən asılı olduğu hər birimizə aydındır. Xüsusilə, beynəlxalq iqtisadi mühitdə baş verən qlobal dəyişiklər fonunda müəyyən iqtisadi sahələr inkişaf etdiyi halda, digərlərində qismən və ya əsaslı şəkildə geriləmələr aydın müşahidə edilir. Bu halın uzunmüddət davam etməsi, ölkənin iqtisadi geriləməsinə digərləri ilə sağlam rəqabət apara bilməməsinə əsaslı şəkildə təsir edir. [4, s 51] Odur ki, milli iqtisadiyyatın dayanıqlığının artırılması məqsədilə, onun müxtəlif alt sahələrinə investisiya qoyuluşlarının ötən dövrlə müqayisədə artırılması olduqca əhəmiyyətlidir. Məlumdur ki, iqtisadi sistemə iki mühit amilindən irəli gələn iqtisadi parametrlər səbəb ola bilər. Bunlardan biri daxili, ikincisi isə xarici mühit amillərindən irəli gələn təsirlər hesab edilir. Onların neytrallaşdırılması məqsədilə həyata keçirilən tədbirlərdə, analoji olaraq ölkənin özünün iqtisadi dayanıqlığından irəli gələrək daxili və xarici iqtisadi potensial kimi ayırd edilir. [3, s.46] Tədqiqat mövzusu kimi seçdiyimiz tezis lakonikliyi nəzərə alaraq, milli iqtisadiyyatın iqtisadi artımına təsir edən çoxsaylı amillərin deyil, yalnız investisiya siyasətinin iqtisadi təsirinə diqqət edək. Beləliklə, aydın olur ki, investisiya siyasəti iqtisadi artımın təminatçısı kimi çıxış etməklə, yalnız iki mənbə hesabına formalaşır. Bunlardan biri daxili, digəri isə xarici mənbə hesab edilir. Bunu nəzərə alaraq hətta müstəqilliyin ilk illərində bu istiqamətdə qanunverçilik aktları qəbul edilmişdir. Belə ki, 15 yanvar 1992-ci ildə “Xarici investisiyaların qorunması haqqında”, 13 yanvar 1995-ci ildə “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunları qəbul edilmişdir. Görüldüyü üzrə, hər iki qanun müstəqilliyin ilk illərinə təsadüf edir ki, bu da qanunların həmin dövr üçün qəbul edilməsi zərurətindən irəli gəlir. Qısa zaman kəsiyində, qanunların müddəalarından irəli gələrək, ölkənin ayrı-ayrı regionlarında müxtəlif iqtisadi sahələr üzrə artıma nail olundu. Zamanla daxili və xarici mühit amillərinin dəyişməsinə adekvat cavab verə bilən yeni müddəalar əlavə edilərək zənginləşdirildi. Daha sonra, 22 iyun 2022-ci il tarixində isə hər iki qanun vahid adla müasir tələblərə uyğun işlənilmiş, zənginləşdirilmiş “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə əvəz edildi. Daha sonra cənab prezidentin bu sahədə iqtisadi fəaliyyəti təşviq etmək məqsədilə 18 yanvar 2018-ci il tarixli “İnvestisiya fəaliyyətinin təşviq edilməsi və xarici investorların hüquqlarının qorunması ilə bağlı bir sıra tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamının qəbul edilməsi məsələnin aktuallığını daha da artırdı. Ölkəmizdə milli iqtisadi sistemdə investisiyaların rolunu nəzərə alaraq, onun son beş ildə necə dəyişdiyinə diqqət edək.



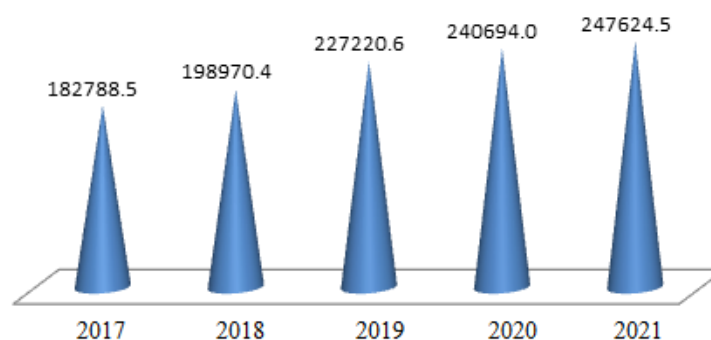
**Cədvəl 1.**  
**İqtisadiyyata yönəldilən investisiyalar, mln. manat**



**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəl 1-in məlumatlarının təhlili bizə son beş ildə ümumi investisiyaların kəmiyyətinin müəyyən dərəcədə artıb-azaldığını göstərir. Belə ki, 2017-ci il bu kəmiyyət 24.4 mlrd olduğu halda, növbəti ildə 25.8 mlrdə qədər artsa da, 2020-ci ildə 22.5 mlrd manata qədər azalmışdır. Bunun başlıca səbəbi, həmin dövrdə reallaşan pandemiya ilə əlaqəli olduğu görülməli iqtisadi reallıqdır. İnvestisiya artımının ən pik həddi hesabat ilində, yəni 2021-ci ildə baş vermişdir ki, bu da təqribən 3 mlrd manat dəyərində olmuşdur. [6] Həmin dövrdə iqtisadiyyata yönləndirilən investisiyalar hesabına yaradılan əsas fondların illik dəyinə baxıldığı zaman investiyaların iqtisadi artım üzərində ki, təsirini aydın müşahidə etmək olur.

**Cədvəl 2.**  
**Əsas fondlar (ilin sonuna), mln. manat**



**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəl 2-də illər üzrə əsas fondların artım dinamikasına diqqət edildiyi zaman, yatırılan investisiyalar hesabına 2018-ci ildə əsas fondların ilin sonuna dəyəri 18.3 mlrd manatdan, növbəti beş ildə 6.5 mlrd manat artaraq 2021-ci ildə 24.7 mlrd manata çatmışdır. [5] Bunu məhsul buraxılışının ümumi səviyyəsində də görmək mümkündür.

Belə ki, 2017-ci ildə ölkəmizdə bütün sahələr üzrə istehsal olunan ümumi məhsulun bazar dəyəri 68 mlrd manat təşkil edirdisə, cari ildə bu rəqəm 87.6 mrd manat təşkil etmişdir. Görülən odur ki, son beş ildə il ərzində ayrı-ayrı sahələrə yönləndirilən investisiyalar milli iqtisadiyyatda əsaslı dəyişiklərə gətirib çıxarmışdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunu. 22 iyun 2022-ci il
2. “İnvestisiya fəaliyyətinin təşviq edilməsi və xarici investorların hüquqlarının qorunması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı/ 18 yanvar 2018-ci il
3. Sabiroğlu N. Qloballaşma və xarici investisiyalar Bakı. EcoPrint. 2016. 289.s
4. Yankovski K. İnvestiyalar. Peter. KnoRus. 2013. 368 s.
5. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)
6. [www.economy.gov.az](http://www.economy.gov.az)

#### **ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**З.С.Эйвазов**

**А.А.Искендерли**

[ayxanisgenderli@gmail.com](mailto:ayxanisgenderli@gmail.com)

**Бакинский Государственный Университет**

Научный результат, полученный в результате обработки статьи, связан с тем, что инвестиции являются основным параметром, влияющим на общий экономический рост, и необходимостью совершенствования как правоприменительной, так и денежно-кредитной политики в сфере его стимулирования. Для этого очень важно выдвинуть государственную политику на первый план. Научная новизна работы связана с возможностью гибко реагировать на изменения, происходящие в глобальном масштабе.

#### **THE IMPACT ON ECONOMIC GROWTH OF INVESTMENTS IN THE NATIONAL ECONOMY**

**Z. S.Eyvazov**

**A.A.Iskenderli**

[ayxanisgenderli@gmail.com](mailto:ayxanisgenderli@gmail.com)

**Baku State University**

Investments are the main parameter affecting the overall economic growth and the need to improve both the law enforcement and monetary credit policies in the field of its stimulation. For this purpose, it is very important to bring the state policy to the fore. The scientific novelty of the work is associated with the ability to flexibly respond to changes occurring on a global scale.



## **REGIONAL ƏMƏK BAZARININ FORMALAŞMASI VƏ İNKİŞAF PROBLEMLƏRİ**

**P.A.Balaşov**

[balasov2016@2016gmail.com](mailto:balasov2016@2016gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Əmək bazarı dedikdə əməyə tələb və təklifin, eləcə də iş yerlərinin dinamikasının məcmusu başa düşülür. Əmək bazarında insan işləmirsə, yəni iş axtarırsa, iqtisadi aktiv sayılır; həm də ona iş verilməsinə baxmayaraq, bu iş onu qane etmədiyi üçün başqa və ya ikinci iş axtarır; eyni zamanda müəyyən bir müəssisədə işləyir, lakin işini itirmək təhlükəsi var. Bu baxımdan əmək bazarı sadə abstraksiya deyil, müxtəlif sosial-iqtisadi münasibətlərin qarşılıqlı və asılı münasibətlərini özündə birləşdirir. [3; s. 67] Onun obyektini və subyektini əmək bazarının strukturuna daxil etmək lazımdır. Bu baxımdan satıcı və alıcı əmək bazarının subyektləri hesab olunur. Digər bazarlardan fərqli olaraq əmək bazarında heç bir şəxs satıcı və alıcı kimi çıxış edə bilməz, bu şəxslər, yəni subyekt kimi qəbul edilən şəxslər sosial-iqtisadi vəziyyətləri ilə müəyyən edilən insanlardır.

Müasir əmək bazarının əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, daimi məşğulluğa tam təminat vermək mümkün deyil. Məşğulluq səviyyəsini müəyyən edən işçi qüvvəsinə tələbat bir çox amillərdən, bu sahədə dövlət siyasəti, iqtisadiyyatın strukturu, əməyin təşkili, rəqabət qabiliyyətliliyi, gəlir meyarları, bazar qiymətləri, əməyin səmərəliliyi, əmək münasibətlərinin çevikliyi, əmək fəaliyyətinin səmərəliliyi, əmək fəaliyyətinin təşkili, iqtisadiyyatın strukturu və s. asılıdır.

Yeni məşğulluq növlərinin, müvəqqəti işlərin, müxtəlif rejimli yarımştat işlərin, müəyyən ödəniş müqabilində ştatdankənar işin, evdə işləmənin, müəyyən müqavilə əsasında işləmənin və s. xidmətlərin dəyişməsi ilə əlaqədar işçi qüvvəsinə tələbat da dəyişir. Bu səbəbdən müəssisələrdə yaradılan müvəqqəti iş yerləri sonradan daimi ola bilər. Yüksək peşəkarlıq, təşəbbüskarlıq, fəallıq, yaradıcılıq, özü haqqında tam təəssürat yaratmaq bacarığı, özünə inam - bütün bunlar əmək bazarında uğurun əsas xüsusiyyətləridir.

Müasir dövrdə əsas istiqamətlərdən biri də kənd yerlərində əhali üçün əlverişli şəraitin yaradılmasıdır. [1; s.4] Bu, dövlət dəstəyi ilə mümkündür - problemi qısa müddətdə həll etmək üçün regionlara peşəkar kadrları cəlb etmək, regional xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla hər bir rayonun iqliminə, şəraitinə və torpaq münbitliyinə uyğun məhsulların istehsalını təşkil etmək, habelə yerində kurslar təşkil etmək. Dövlət orqanlarında müvafiq ixtisasartırma və yenidən hazırlanma kursları vasitəsilə əhalini maraqlandıra biləcək və onlar üçün faydalı olacaq məsələləri işıqlandırmaq lazımdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, kənd təsərrüfatı qeyri-neft sənayesinin ən faydalı sahələrindən biridir. tullantısız fəaliyyətlər həyata keçirilir. Emal zavodları və təchizat məntəqələri yaxınlıqda olarsa, bu, daha səmərəli fəaliyyətlə nəticələnə bilər. Regional inkişaf hər kəsi məşğulluqla təmin edəcək və insanları çətin şəraitdə ailələrindən uzaqda yaşamaq məcburiyyətindən azad edəcək.

Regional əmək bazarının formalaşması və inkişafı müəyyən sahələrdə əhalinin səmərəli məşğulluğunun tənzimlənməsi vasitəsi olan uzun və mürəkkəb prosesdir. Bu, son illərə qədər əmək ehtiyatlarının sürətlə artdığı respublikamız, xüsusən də əhalinin və əmək ehtiyatlarının sürətlə artdığı rayonları üçün vacibdir. Bütövlükdə respublikamızda və onun əksər rayonlarında yaxın 15-20 ildə əhalinin və əmək ehtiyatlarının artım tempi indikinə nisbətən bir qədər azalacaq, lakin onların sayı xeyli çox olacaqdır. [4; s. 6] Deməli, bu əmək ehtiyatlarının əmək prosesinə cəlb edilməsi və

onların əməyindən səmərəli istifadə edilməsi dövlət səviyyəsində əlavə tədbirlərin həyata keçirilməsini tələb edəcəkdir.

Dövlətin regional siyasəti ilə sosial siyasətin səmərəli uyğunlaşdırılması son illər məşğulluq sahəsində həyata keçirilən tədbirlərin səmərəliliyinin artmasına öz təsirini göstərmişdir. Əhalinin aztəminatlı hissəsinin sosial müdafiəsinin yaxşılaşdırılması, əhalinin yoxsulluq səviyyəsinin azaldılması istiqamətində həyata keçirilən konkret tədbirlər özünüməşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsinə birbaşa təsir göstərir. [2; s. 45]

Əmək bazarının tənzimlənməsinin ən mühüm şərti işəgötürənlərin və işaxtaranların maraq və tələbatlarının uyğunlaşdırılmasıdır. Əmək bazarı həm də işaxtaranlara öz qabiliyyətlərinə, bacarıqlarına və tələblərinə uyğun iş tapmağa, işəgötürənlərə isə öz fəaliyyətlərini dəstəkləmək üçün işçilər tapmağa imkan verən sosial mexanizm və sistemlərin məcmusu kimi də müəyyən edilə bilər. Müraciət edənlər məşğulluq haqqında düşünərkən konkret peşəyə, ixtisasa, xidmət sahəsinə gələcək tələbatı nəzərə almalı və bu tələbatın əmək bazarında hansı istiqamətdə inkişaf edəcəyini bilməlidirlər. Əmək bazarında mövcud vəziyyəti qiymətləndirə bilmək və sonradan hansı şərtlərin yaranacağını bilmək vacibdir.İ

### **ƏDƏBİYYAT**

1. “Əmək bazarı”. statistik məcmuə. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, Bakı, 2015
2. Quliyev T.Ə., Əməyin iqtisadiyyatı, Bakı, 2003
3. Mehbalıyev S., İsgəndərov R. Əmək bazarı və əhalinin sosial müdafiəsi. Bakı 2012
4. Muradov R.S. Müasir mərhələdə əhalinin məşğulluq quruluşunun formalaşdırılması və təkmilləşdirilməsini problemləri. Bakı. 2006

### **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА**

**П.А.Балашов**

[balasov2016@2016gmail.com](mailto:balasov2016@2016gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Одним из основных направлений в современности является создание благоприятных условий для населения в сельской местности. Это возможно при государственной поддержке. Для решения проблемы в короткие сроки следует привлечь в регионы профессионалов, необходимо организовать производство продукции подходящие для климата условий и плодородия почв каждого региона с учетом региональных особенностей, а также организовать соответствующие курсы на месте.

### **PROBLEMS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE REGIONAL LABOUR MARKET**

**P.A.Balashov**

[balasov2016@2016gmail.com](mailto:balasov2016@2016gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

One of the main directions in modern times is the creation of favorable conditions for the population in rural areas. This is possible with state support. In order to solve the problem in the short term, it is necessary to attract professionals to the regions, to organise production suitable to the climate and soil fertility of each region, taking into account regional specificities, and to organise appropriate courses on the spot.



## **İNSAN RESURSLARININ İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ İNFORMASIYA TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN ROLU VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ**

**A.İ.Qurbanov**

[isi.gurbanoff@gmail.com](mailto:isi.gurbanoff@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

İnformasiya təhlükəsizliyi informasiya mühitində neqativ informasiyadan qorunaraq inkişafın təmin edilməsidir. Dövlət müdafiəsi, ekoloji və iqtisadi təhlükəsizlik formalarının yanında informasiya təhlükəsizliyi dayanır. Ona görə də informasiya həm hüquqi, həm də texniki cəhətdən qorunmalıdır. İnformasiya təhlükəsizliyi həm də televiziya, radio, çap və şəbəkə vasitəsilə cəmiyyətdə dolaşan neqativ məlumatlardan qorunmaqla təmin edilməlidir. Bunun üçün qanunvericilik bazası yaradılmalıdır. Bu qanunlar məlumatın oğurlanmasının, itirilməsinin, dəyişdirilməsinin, qanunsuz məhv edilməsinin və sürətinin çıxarılmasının qarşısını almaq üçün müddəaları əks etdirməlidir. İnformasiya təhlükəsizliyi dedikdə məlumatın və informasiya mühitinin təsadüfi və ya qəsdən təbii və ya süni təsirlərdən qorunması vəziyyəti başa düşülür. [1] Bu cür təsirlər məlumat və ya informasiya obyektlərinə, eləcə də məlumatın istifadəçisinə və sahibinə yolverilməz ziyan vura bilər. Müvafiq olaraq, informasiya təhlükəsizliyi təhdidi potensial hərəkət, hadisə, proses və ya fenomenin informasiyaya və ya avtomatlaşdırılmış informasiya sistemlərinin (AIS) komponentinə təsiri kimi başa düşülür. İstiqamətləndirilmiş təhlükə birbaşa və ya dolayısı ilə informasiya münasibətləri subyektlərinin fəaliyyətinə zərər vura bilər.

Müasir rəqəmsal əsrdə informasiya biznes üçün əhəmiyyətli bir aktivə çevrilib. İnsan Resurslarının İdarə Edilməsi şöbəsi bu məlumatların idarə olunmasında, onların qorunmasının təmin edilməsində və kiberhücumların qarşısının alınmasında mühüm rol oynayır. Məlumatların məxfiliyi və təhlükəsizliyinin daha çox əhəmiyyət qazanması ilə təşkilatlar məlumatlarını qorumaq üçün güclü informasiya təhlükəsizliyi çərçivəsi yaratmalıdırlar.

İnsan Resurslarının İdarə Edilməsi şöbəsi işçilərin şəxsi və maliyyə məlumatları, performans hesabatları və məxfi şirkət məlumatları kimi çox müxtəlif həssas məlumatları saxlayır. Bu məlumatlar biznesin düzgün işləməsi üçün çox vacibdir və buna görə də onun itirilməsi və ya məruz qalması təşkilata əhəmiyyətli ziyan vura bilər. İnformasiya təhlükəsizliyi HR məlumatlarının məxfiliyinin, bütövlüyünün və əlçatanlığının qorunmasında mühüm rol oynayır. Şöbə məlumatlara icazəsiz girişin qarşısını almaq, onların dəqiqliyini qorumaq və itki və ya zədələnmədən qorumaq üçün ciddi siyasət və proseslər qəbul etməlidir.

Ümumiyyətlə, kiberterrorizmlə mübarizə spesifik xüsusiyyətlərə malik olan müvafiq hüquqi və texniki problemlər toplusunun yaranması ilə müşayiət olunur. Bu, əsasən aşağıdakılarla bağlıdır: [2; s. 55]

- kiberterrorizmlə mübarizə sahəsində cinayət fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik aktlarının olmaması;
- informasiya və rabitə sahəsində cinayətlərin qarşısının alınması, açılması və açılması üzrə ixtisaslaşmış mütəxəssislərin, əməliyyat-axtarış aparatlarının çatışmazlığı;
- kiberhücumları dəf etmək üçün lazımi texniki bazanın olmaması;
- xarici dövlətlərin hüquq-mühafizə orqanları ilə qarşılıqlı əlaqə üçün etibarlı mexanizmlərin olmaması.

İnsan resurslarının idarə edilməsində informasiya təhlükəsizliyini yaxşılaşdırmaq üçün şirkətlər aşağıdakı tədbirləri həyata keçirməlidirlər:



1. Təhlükəsizlik siyasətlərini mütəmadi olaraq yeniləmək və qiymətləndirmək: Şirkətlər hərtərəfli təhlükəsizlik siyasətinə malik olmalı və onu müntəzəm olaraq yeniləməlidir. Təhlükəsizlik siyasətinin müntəzəm qiymətləndirilməsi və sınaqdan keçirilməsi zəiflikləri və təkmilləşdirilməli sahələri müəyyən etməyə kömək edə bilər.
2. İşçilərin təlimi və məlumatlılığının artırılmasına nail olmaq: İşçilər güclü parolların yaradılması və fişinq cəhdlərinin tanınması kimi informasiya təhlükəsizliyi üzrə ən yaxşı təcrübələr üzrə təlim keçməlidirlər. Daimi təlim işçilərin şirkət məlumatlarının təhlükəsizliyini qorumaqda öz rollarından xəbərdar olmasını təmin edə bilər.
3. Girişə nəzarət tədbirlərini həyata keçirmək: Parolun qorunması və çoxfaktorlu autentifikasiya kimi girişə nəzarət tədbirləri yalnız səlahiyyətli personalın həssas məlumatlara daxil ola bilməsini təmin edə bilər.
4. Məlumatların müntəzəm olaraq ehtiyat nüsxəsini çıxarmaq: Şirkətlər kiberhücum və ya məlumatların pozulması halında məlumatların tez bir zamanda bərpa oluna bilməsini təmin etmək üçün öz məlumatlarının ehtiyat nüsxəsini çıxarmalıdırlar.
5. Proqram təminatı və sistemləri mütəmadi olaraq yeniləmək: Proqram təminatı və sistemlərin müntəzəm olaraq yenilənməsi təhlükəsizlik zəifliklərinin aradan qaldırılmasını və yamaqların düzəldilməsini təmin edə bilər.

İnformasiya təhlükəsizliyi insan resurslarının idarə edilməsinin ayrılmaz hissəsinə çevrilib və həssas insan resursları məlumatlarının məxfiliyini və qorunmasını təmin etmək üçün çox vacibdir. İnsan resurslarının idarə edilməsi şöbəsi məlumatların pozulmasının qarşısını almaq və məlumatların məxfiliyini, bütövlüyünü və mövcudluğunu təmin etmək üçün ciddi siyasət və prosedurlar həyata keçirməlidir. Yuxarıda göstərilən addımları atmaqla təşkilatlar insan resurslarının idarə edilməsində informasiya təhlükəsizliyini təkmilləşdirə və öz məlumatlarını xarici təhdidlərdən qoruya bilərlər.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Əlizadə M.N., Bayramov H.M., Məmmədov Ə.S., “İnformasiya təhlükəsizliyi”. Bakı. 2016. 384 səh.
2. “İnformasiya sistemlərində təhlükəsizliyin təmini”. Sumqayıt. 2020, 72 səh.
3. Qasimov A., “İnformasiya təhlükəsizliyinin əsasları”. Bakı. 2009. 174 səh.

#### **РОЛЬ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ**

**А.И.Гурбанов**

[isi.qurbanoff@gmail.com](mailto:isi.qurbanoff@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Информационная безопасность стала неотъемлемой частью управления человеческими ресурсами, и она имеет решающее значение для обеспечения конфиденциальности и защиты конфиденциальных данных о человеческих ресурсах. Отдел управления персоналом должен внедрить строгие политики и процедуры для предотвращения утечки данных и обеспечения конфиденциальности, целостности и доступности данных.

#### **THE ROLE AND IMPROVEMENT OF INFORMATION SECURITY IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT**

**A.I.Gurbanov**

[isi.qurbanoff@gmail.com](mailto:isi.qurbanoff@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

Information security has become an integral part of HR management and it is critical to maintaining the privacy and protection of sensitive HR data. The HR management department should implement strict policies and procedures to prevent data breaches and ensure the confidentiality, integrity and availability of data.



## **PAYLAMA KANALLARI: NÖVLƏRİ, XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ NÜMUNƏLƏRİ**

**N.Q.Namazova**

[namazlinergiz@gmail.com](mailto:namazlinergiz@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Marketing kompleksində məhsulun alıcıya çatdırılması elementinin əsas məzmunu məhsulun istehsalçıdan istehlakçıya optimal sxem üzrə çatdırılmasından, onun fiziki bölüşdürmə adlanan fiziki reallaşdırılmasından, həmçinin alıcılara satışdan sonrakı servis xidmətindən ibarətdir. [5] Məhsulun alıcıya çatdırılmasında əsas mərkəzi yerlərdən birini paylama kanalının seçilməsi təşkil edir. Paylama kanalı adı altında müəssisə və ayrı-ayrı şəxslər nəzərdə tutulur ki, onlar məhsulu istifadə üçün müəssisə və fərdi şəxslərə çatdırırlar. Bu proses məhsulun istehsalçıdan istehlakçıya çatdırılması yolu adlanır.

Başqa sözlə desək, paylama kanalları məhsul və xidmətlərin istehsalçıdan və ya təchizatçıdan son istehlakçıya keçdikləri fərqli yollardır. Bu səbəbdən, istehlak və ya istifadə üçün bir malın hazırlanması prosesində iştirak edən bir qrup müstəqil şirkətdir.

Müştəri məhsulu və ya xidməti birbaşa istehsalçıdan alıbsa, kanalı qısaadır. Bir tedarükçü, bir distribyutor və bir pərakəndə satıcı daxil olursa, paylama kanalı daha uzun ola bilər. Dağıtım kanalı bir şirkət üçün, hansı bazarda olursa olsun, vacibdir. Bir şirkətin səmərəli idarə olunması üçün məhsulların son istifadəçiyə bu malların davamlı və təhlükəsiz axınıni təmin edən xüsusi kanallar vasitəsilə çatdırılması lazımdır.

Paylama kanalları müxtəlif funksiyalara malikdir. Vasitəçilər müxtəlif tedarükçilərdən məhsul tedarük edirlər və ölçüsü, keyfiyyəti və s. görə oxşar qruplara ayırırlar. Malın istehsalçıdan müştərilərə yığılması, təsnifatı və daşınması üçün məsuliyyət daşıyır. Vasitəçilər, müxtəlif istehsalçılardan müştərilərə istədikləri kombinasiyada təqdim etmək üçün çox sayda məhsul əldə edirlər.

Vasitəçilər bir çox marketing strategiyasının həyata keçirildiyi əsas toxunma nöqtələrindədir. Son müştərilərlə birbaşa əlaqələr qururlar və istehsalçılara marka mesajını və məhsul üstünlüklərini və digər üstünlükləri müştərilərə yaymaqda kömək edirlər. [4]

Bəs məhsulun təşviqi necə aparılır. Tanıtım fəaliyyətləri əsasən istehsalçı tərəfindən həyata keçirilir, lakin bəzən vasitəçilər bu məqsədlə xüsusi sərgilərdən, endirimlərdən və s. istifadə edirlər. Eyni zamanda vasitəçilər həm istehsalçı, həm də müştəri ilə qiymət, keyfiyyət, zəmanət və məhsulla əlaqəli digər məsələləri müzakirə edirlər. [1] Malların bir yerdən digərinə daşınması, saxlandığı və ya rəflərdə olduğu zaman paylanma riski ilə yanaşı məhsulların zədələnməsi və ya xarab olması, oğurluq, son istifadə tarixləri və s. bu qəbildən olan məsələlərdir. Daha qısa paylama kanallarında malların çatdırılması prosesində iştirak edən daha az müəssisə var, bu da məhsullar satılmadığı və ya vəd olunduğu kimi çatdırılmadığı təqdirdə şirkətlər üçün daha böyük risk deməkdir. Bu səbəbdən, bəzi şirkətlər daha az qazanc əldə edildiyi daha uzun bir paylama kanalı seçirlər, beləliklə hər bir işdə risk və məsuliyyət daha az olur.

Topdan satıcılar və pərakəndə satıcılar istehsalçıdan çox sayda məhsul alır. Bununla birlikdə, bir çox digər kanallara və ya müştərilərə az miqdarda satırlar. Eyni zamanda fərqli bir növ məhsulu bir yerdə təqdim edirlər, bu da fərqli məhsul almaq üçün fərqli pərakəndə satış məntəqələrini ziyarət etmək məcburiyyətində qalmayacaqları üçün müştərilər üçün böyük bir fayda gətirir. [2]

Müxtəlif paylama kanalları istehsalçının bazara çıxma strategiyasında kritik rol oynayır və məhsulların və ya xidmətlərin bir müştəriyə problemsiz çatdırılmasına imkan yaradır. [2] Bir istehsalçı bu məqsədlə ən yaxşı şirkətlər qrupunu əldə etmərsə, bu narazı

müştərilərə və qeyri-kafi xidmət təminatına səbəb ola bilər. İstehsalçının anbardan müştəriyə gedən səmərəli bir proses yaratmaq, müştərilərin işlərinə baxışında böyük bir dəyişiklik yarada bilər.

Paylama kanallarının aşağıdakı nümunələrini göstərmək olar:

McDONALDs: ikiqat paylama kanallarının istifadəsi nümunəsi McDonaldsdir, şirkətin öz qida paylama və marketinq kanalları var, eyni zamanda franchise seçimindən, xüsusən də bu günə qədər nüfuz etmədikləri və ya özləri daxil olmaq istəmədikləri xarici bazarlarda istifadə edir. [3]

COSTCO: istehsalçının bir topdançıya satdığı ssenarilərdə, topdançı son istehlakçılara çatan pərakəndə satıcılar satır. Ancaq bəzi hallarda paylama kanalları daha qısa ola bilər. Costco-nun modelində bu şirkət seçilmiş müxtəlif çeşidli məhsulları istehsalçılardan toplu olaraq alır. Bununla birlikdə Costco pərakəndə satışdırsa, üzvlüyə əsaslanan iş modelindən istifadə edərək və bu məhsulları birbaşa məhsul seçimi ilə yanaşı qiymətlərinin rahatlığını qiymətləndirən istehlakçılara toplum şəkildə sataraq pərakəndə olaraq çıxış edir.

AMAZON: Amazo, Kindles (e-kitab) satmaq üçün öz platformasından istifadə edərək müştərilərinə birbaşa paylama modelinə nümunədir. Bu mümkün olan ən qısa paylama kanalıdır.

RƏQƏMSAL MƏHSULLAR: Məşq kitabları, səs təlimi və öz saytlarından onlayn kurslar kimi rəqəmsal məhsullar yaradan və satan sahibkarlar birbaşa paylama kanarından istifadə edirlər. Rəqəmsal məhsullar birbaşa yaradıcıdan müştəriyə çatır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. İmanov T.I., Quliyev E.N. Marketinqin əsasları (Metodik vəsait). Bakı – 2003
2. Котлер Ф., Армсторнг Г. и др. Основы маркетинга. М., СИБ, К.: Издательский дом. «Вильямс». 2007
3. Гаджиева Н.А. Маркетинг. Учебник. 2014. 614 стр
4. Verdiyev N.D. Marketinqin idarə edilməsi. Dərs vəsaiti. Gəncə. 2012. s. 336
5. İsmayilov V., Mehdiyev X., Qarayeva Ş. Reklam işi, Dərs vəsaiti. Gəncə 2021
6. Aşurov S. Marketinq kommunikasiya sistemi. Bakı. 2008

#### **КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ: ВИДЫ, ХАРАКТЕРИСТИКИ И ПРИМЕРЫ**

**Н.Г.Намазова**

[namazlinergiz@gmail.com](mailto:namazlinergiz@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В статье характеристика каналов сбыта в современную эпоху, уровни и значение каналов сосредоточенные на маркетинговой стратегии, примерах каналов сбыта (Mcdonalds, Costco, Amazon, Digital products)

#### **DISTRIBUTION CHANNELS: TYPES, CHARACTERISTICS AND EXAMPLES**

**N.G.Namazova**

[namazlinergiz@gmail.com](mailto:namazlinergiz@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The article characterises marketing channels in the modern era, the levels and importance of channels focused on marketing strategy, examples of marketing channels (Mcdonalds, Costco, Amazon, Digital products).



## **MÜƏSSİSƏLƏRİN RİSK-MENEJMENT SİSTEMİNDƏ ƏSƏS PRİNSİPLƏR**

**V.V.Bəhmənli**

[behmenli\\_vaqif@bk.ru](mailto:behmenli_vaqif@bk.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Mütəşəkkil risk idarəçiliyinə ehtiyac bu gün mürəkkəbləşən iş həyatı və bir çox mürəkkəb zəncirlərin nəticəsi olaraq kortəbii olaraq yaranmışdır. Risklərin idarə edilməsi müəssisələrin gəlirlilikdə fəaliyyətlərini davam etdirmələri və müəssisənin gücü, təşkilatda baş verə biləcək gözlənilməz itkiləri ən az xərclə minimuma endirmək üçün lazımi tədbirləri təmin etmək, təşkilatdakı əmlakı və insanları qorumaq, qazancları qorumaq üçün zəruri olan təşkilatın resurslarının və fəaliyyətlərinin, idarəetmə və nəzarət proseslərinin planlaşdırılmasını əhatə edir. [1]

Risk dərəcəsi hansı nəticənin baş verəcəyini proqnozlaşdırmaqla tərs mütənasibdir. Risk sıfırdırsa, bu o deməkdir ki, gələcəyi çox yaxşı proqnozlaşdırmaq olar. Gələcəklə bağlı kifayət qədər məlumata malik olduğumuz və bu məlumatın, sənədin dəqiqliyi bizə gələcəyi daha yaxşı proqnozlaşdırmağa imkan verir. Buna görə də risk dərəcəsinə azaldırıq. Risk sıfır deyilsə, gələcəyi çox yaxşı proqnozlaşdırmaq mümkün deyil.

Risk ehtimal və qeyri-müəyyənlik anlayışları ilə sıx bağlıdır. Bununla belə, fərqlər çox vaxt nəzərdən qaçırılır və bu terminlər bir-birini əvəz edə bilər. Gələcək qərarlarda istifadə olunacaq məlumatları əvvəlcədən dəqiqliklə bilmək mümkün deyil. Risk, hadisənin ehtimal paylanması məlum olduqda, qeyri-müəyyənlik isə bu paylanmanın bilinməməsidir.

Risk və qeyri-müəyyənlik arasında statistik fərq qoyula bilər. Müvafiq olaraq, statistik hadisələr üçün risk və qeyri-statistik hadisələr üçün qeyri-müəyyənlik mövcuddur. Statistik hadisələr təkrarlanır. [1]

Qeyri-müəyyənlik termini risk termini ilə birlikdə tez-tez istifadə edildiyi üçün risk və qeyri-müəyyənlik terminləri arasındakı əlaqəni izah etmək daha məqsədəuyğun olardı. Buna görə qeyri-müəyyənlik, gələcəkdə nə olacağına dair məlumatı olmayan şübhələrlə dolu intellektual vəziyyətdir. Bir çox ehtimalla təmsil oluna bilən “ölçülə bilən qeyri-müəyyənlik və qeyri-ehtimal” ilə ölçülə bilməyən qeyri-müəyyənlik arasındakı anlayış fərqi adətən skeptik yanaşma mövcuddur. Ölçülə bilən qeyri-müəyyənlik daha üstün seçim olsa da, ölçülə bilməyən qeyri-müəyyənliyə menecerlər üstünlük vermir, çünki onlar qərarları ilə bağlı qərarlarını dəstəkləmək üçün statistik məlumat tapa bilmirlər.

Müəssisələrin və ya fərdi şəxslərin daşıyacağı risklərin müxtəlif səbəbləri var. Bu səbəbləri aşağıdakı kimi sıralamaq olar:

- Metodsuzluq və plansızlıq;
- Həddindən artıq motivasiya;
- Ehtiyatsızlıq və lazımi alətlərin olmaması;
- Vaxt təzyiqi;
- Ətraf mühitə təsirlər və s.

Son illərdə risklərin idarə edilməsi çox qabarıq şəkildə ifadə olunsa da, risklərin idarə edilməsinin elementləri olan risklərin müəyyən edilməsi, risklərin qiymətləndirilməsi, riskə nəzarət və risklərin maliyyələşdirilməsi insanların özü qədər qədimdir. Bəşəriyyət uzun müddətdir ki, özünə zərər verən, ailəsinə və əmlakına təhlükə yaradan təhlükələri qiymətləndirmək və müəyyən etmək üçün mübarizə aparır. Buna görə də risklərin idarə edilməsinin praktiki tətbiqi çox da yeni deyil. Bu günə qədər gələn hər bir mədəniyyət risklərin idarə edilməsi elementlərini praktikada tətbiq etmiş və tətbiq etməkdədir. Müasir risklərin idarə edilməsi isə bu uzunmüddətli təcrübələrə yeni struktur və perspektiv gətirir. [2]

Risklərin idarə edilməsi qərar vermə prosesində seçilmiş risk idarəetmə texnikasının və ya üsullarının həyata keçirilməsidir. Buraya səviyyəli təhlükəsizliyi artırmaq üçün hansı alətlərin alınması və ya rəhbərlikdən sığortalaması tələb olunan bina üçün hansı növ sığortanın alınması kimi texniki qərarlar daxildir. Risklərin idarə edilməsi ilə bağlı dörd əsas prinsip bütün fəaliyyətləri əhatə edir. Bu davamlı prinsiplər bütün fəaliyyət və əməliyyatlardan əvvəl, zamanı və sonra tətbiq edilməlidir. Bu bəyan edilmiş prinsiplər bunlardır:

-Lazımsız riski qəbul etməmək: Gərəksiz risk yersiz geri qaytarılır. Bütün vəzifə və gündəlik iş risk ehtiva edir. Buna görə də bütün fəaliyyətlərdə müvafiq nəzarətin yaradılması

zəruridir. Tapşırığı yerinə yetirmək üçün edilən seçimlər arasında ən məntiqli seçim, tapşırığın bütün tələblərini yerinə yetirərkən işçi heyəti və resursları ən az məqbul risk səviyyəsinə çıxarmaqdır.

-Müvafiq səviyyədə risk qərarlarının qəbul edilməsi: Müvafiq səviyyədə risk qərarlarının qəbul edilməsi bizə verilən qərarın dəqiq uçotunu aparmağa imkan verir. Tapşırığın uğur və ya uğursuzluğunun uçotu risk qərarının qəbulu mərhələsinə daxil edilməlidir. Hər kəs risk qərarı verə bilər, lakin müvafiq səviyyə riski minimuma endirmək, təhlükənin qarşısını almaq və nəzarəti həyata keçirmək üçün resurslardan istifadə edə bilən səviyyədir. Menecerlər tabeliyində olanlara nə qədər risk qəbul edə biləcəklərini və növbəti səviyyəyə nə vaxt qərar verməli olduqlarını bildirməlidirlər.

Faydalar məsrəfləri üstələdikdə risk qəbul edilməlidir: Bütün müəyyən edilmiş faydalar bütün müəyyən edilmiş xərclərlə müqayisə edilməlidir. Bu proses vahidə maksimum tutum verir. Faydaların cəminin məsrəflərin cəmindən çox olduğuna əminlik varsa, hətta yüksək risklər də qəbul edilməlidir. Xərcləri və faydaları müqayisə etmək şərh tələb edir. Qiymətləndirmə müvafiq qərar səviyyəli orqan tərəfindən aparılmalıdır.

- Risklərin idarə edilməsi təşkilatın konsepsiyası və planlaşdırma fəaliyyətlərinin bir hissəsi olmalıdır: Risklərin idarə edilməsini uğurla həyata keçirmək üçün menecerlər risklərin idarə edilməsi prinsiplərini planlaşdırma fəaliyyətlərinə daxil etmək üçün vaxt və resurslar ayırmaqlıdır. Risklər planlaşdırma mərhələsində daha asan idarə oluna və istiqamətləndirilə bilər. Risklərin idarə edilməsinin planlaşdırmaya mümkün qədər tez daxil edilməsi qərar qəbul edən şəxsə risklərin idarə edilməsi prinsiplərinin tətbiqi üçün optimal şərait yaradır. Gələcək vəzifələrin müvəffəqiyyəti üçün əks əlaqə təmin edilməlidir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Kazımlı X., İbrahimov İ. İqtisadi risklərin qiymətləndirilməsi və idarə edilməsi. Dərs vəsaiti. Bakı. İqtisad Universiteti. 2011
2. Mahmudov İ.M., Zeynalov T.Ş., İsmayılov N.M. İqtisadi təhlil. Dərslik. Bakı. 2010

#### **ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ В.В.Бахманлы**

[behmenli\\_vaqif@bk.ru](mailto:behmenli_vaqif@bk.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Потребность в организованном управлении рисками возникла спонтанно в результате сегодняшней все более сложной деловой жизни и множества сложных цепочек. Управление рисками – это планирование ресурсов и деятельности организации, процессов управления и контроля, необходимых для обеспечения рентабельности предприятий и прочности предприятия, для обеспечения необходимых мер по минимизации непредвиденных потерь, которые могут возникнуть в организации, с наименьшими затратами, для защиты имущества и людей в организации, для защиты прибыли.

#### **THE BASIC PRINCIPLES OF ENTERPRISE RISK MANAGEMENT V.V.Bakhmanli**

[behmenli\\_vaqif@bk.ru](mailto:behmenli_vaqif@bk.ru)

**Azerbaijan Technological University**

The need for organized risk management has arisen spontaneously as a result of today's increasingly complex business life and many complex chains. Risk management is the planning of an organisation's resources and activities, the management and control processes necessary to ensure the profitability of enterprises and the strength of the enterprise, to ensure the necessary measures to minimize unexpected losses that may occur in the organization at the lowest cost, to protect property and people in the organization, for protecting profits.





## **DETERMINANT OF POPULATION SOLVENCYFACTORS IN THE TAX SYSTEM**

**Teimuraz Babunashvili**

[temur.babuashvili@mail.ru](mailto:temur.babuashvili@mail.ru)

**President of Georgian Academy of Business Sciences**

Ensuring the sustainable development of the Georgian economy is the first task of the country's government. It will raise the standard of living of the population and the prestige of Georgia in the eyes of the world.

Sustainable development of the economy requires sufficient financial resources. In any country, 90% of the state budget income is filled with taxes. Among them is the personal income tax, the rate of which is 20% of taxable income for all taxpayers in Georgia.

In all times and in all countries, for some reason, taxes have always been associated with cargo. It is the same today. This similarity is probably caused by its "heaviness and lightness". As the physical burden cannot be greater than the bearer can bear, so the burden of the tax must be such that the tax payer can pay it...

The first view on the burden of taxation was expressed by Adam Smith in his "An Inquiry into the Causes and Nature of the Wealth of Nations." He noted that "by reducing the tax burden, the state gains more, because by freeing up funds, additional income can be obtained, from which even more income will enter the treasury." We will also add to this saying that under the conditions of low taxes, more people have the desire to even have low-wage employment, or the desire to start a private business. This increases the tax base, and therefore, in absolute terms, the budget will not receive more or less tax revenue than it used to. For example, 100 people, whose monthly income is 1000 GEL per month, pay 20% of the budget as income tax. In total, it amounts to 20,000 GEL. If this tax is reduced to 10%, it is true that these 100 people will not pay 20,000 GEL to the budget, but 10,000 GEL, but the 10% tax will be such an incentive that at least 100 people will start a new business and they will also 10,000 GEL will be paid in the budget. So, with this step, nothing will be reduced from the budget, and instead of 100 people, income will be given to 200 people, behind whom families stand - wives and children, old parents and other dependents.

The 20% income tax in Georgia is not high compared to European countries, but the people there have other incomes - dividends from shares, income from real estate rental, etc.). If they are employed, their income is salary and nothing more. Moreover, everyone pays the same for this income - both rich and poor.

A single universal parameter of the tax burden has not been developed in the world. Previously, its optimal indicator was 37.5% [1. p. 87] (in relation to the total national product). One part of the scientists consider the 35-45% limit found by the American scientist Lafer to be more acceptable and believe that a joint payment higher than that makes the taxpayer lose interest in doing business.

If we compare the level of the burden (26%) of the population of Georgia with income tax, according to scientist T. With the load calculated by Kbiladze, we will see that it did not decrease, but increased by 7.9 percentage points (26 - 18.1 = 7.9). At

such a time, taxpayers are constantly waiting for a reduction in the tax burden, not an increase.

In order to reduce the tax burden on individuals, we recommend that the incomes of the population be taxed according to the progressive system, i.e. according to the amount of income ("more income - more tax") within the range of 0% to 35%

**Conclusion.** Our proposed income tax rates take into account the Laffer curve, Georgia's living wage, and today's prices for goods and services. We firmly believe that if we introduce such a scale of taxation, the number of tax payers of 0, 5, 10 and 12% will increase. Among them we will consider those entrepreneurs who have neither the status of micro-enterprise nor small enterprise, and because of this, they are not taxed with preferential taxation, but with 20% taxation.

#### **REFERENCES**

1. Kbiladze T. Problems of determining the optimal level of tax burden in Georgia. thesis. Tb., 2014. p. 87.
2. Basic country data and directions for 2021-2024. Government of Georgia. Tb., 2020. p. 13.
3. Statistical Yearbook of Georgia. Tb., 2021. p. 51.

#### **VERGİ SİSTEMİNDƏ ƏHALİN MÜDAFİƏ QABİLLİYİ AMİLLƏRİNİN MƏYYƏNDİRİCİ**

**Teymuraz Babunaşvili**

[temur.babuashvili@mail.ru](mailto:temur.babuashvili@mail.ru)

**Gürcüstan Biznes Elmləri Akademiyasının prezidenti**

Tezisdə Gürcüstanda əhalinin ödəmə qabiliyyətindən bəhs edilir. 2011-ci və 2020-ci illərdə qeydə alınan bu yükün həcmi müqayisə edilir (əhalinin pul gəlirlərinə nisbətə) və qeyd olunur ki, bu dövrdə azalmaq əvəzinə 7,9 faiz artıb.

#### **ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ**

**Теймураз Бабунашвили**

[temur.babuashvili@mail.ru](mailto:temur.babuashvili@mail.ru)

**Президент Академии бизнес-наук Грузии**

В статье - "Определяющие факторы платежеспособности населения в налоговой системе" - говорится о платежеспособности населения в Грузии. Сравнивается величина этого бремени, зафиксированная в 2011 и 2020 годах (в процентах к денежному доходу населения), и отмечается, что вместо уменьшения, она увеличилась за этот период на 7,9 процента.



## **EFFECT OF MARKETING OF CUSTOMER SATISFACTION AND RETENTION**

**Omar Sajid**

[omarsajid@1utar.my](mailto:omarsajid@1utar.my)

**Charles Ramendran Spr**

[charlesr@utar.edu.my](mailto:charlesr@utar.edu.my)

**Abdulkarim Kanaan Jebna**

[abdulkarim@utar.edu.my](mailto:abdulkarim@utar.edu.my)

**University Tunku Abdul Rahman ( UTAR)**

As the world advance to a new advance 21<sup>st</sup> century, many breakthroughs are being introduced in all walks of our daily lives ranging from the medical industry to the use of technology. Every passing day a new idea comes and is being implemented which carries the purpose of making our daily lives and the lifestyle which we live in better. But besides this when the world is moving forwards one must also learn from the past mistakes during the industrial revolution which was that very little or even no emphasis was given to the damage what caused this great development and is still causing a great damage to our mother earth and the environment that we live in, similarly the earth itself damaging levels of toxins are every day released in the atmosphere which is leading us to a great climate change thereby altering the temperature of the planet earth. Deep concerns regarding the climate and the environment are taken into consideration to an important are of interest for most of the multinational business entities, researchers, stakeholders and the government itself all over the world.

The green marketing concept was revolutionized in the 1970s, this was the era in which the customers were slowly becoming aware of the global warming, environmental damaging phonemes and its catastrophic effects to the planet earth what led to the green products and material gaining popularity in the late 80s and 90s. (Dabija, 2017)

The market developed a liking towards acceptance of more eco-friendlier products than ever before. Customers are now taking eco friendlier products into consideration and are worried about their shopping habits and the attitude towards purchasing of products that are eco friendly. This attitude towards the earth is also depicting in customer purchasing behaviors which shows that customers tend to buy more those products which are eco friendly and are produced in the sustainable manner (Salarzahi & Jahromy, 2015).

A green consumer is taken as a customer who takes the wellbeing of the whole ecosystem and the environment itself into consideration and also exhibits a nature friendly who is willing to buy eco-friendly products and services over other products. (Sawant,2015)

One other research has defined green consumers as consumers who are becoming increasingly worried about the environment and are also buying products which are environmentally friendlily and are also choosing brands which are environmentally responsible (Sawant, 2015).

The basic purpose of this paper is to inquire about the role of green marketing on the customer satisfaction and retention. The objectives are to look into the customers' perception towards the linking of green marketing efforts by the manufacturers and its influence on the customer satisfaction and retention. Similarly Green Marketing is spreading in the global market as well as in the Pakistani market as well which has developed an increase ecological awareness among the customers

Thus, the study also has following purposes to accomplish –

1. To study the level of awareness of Pakistani consumers about green products and patterns.
2. To measure the green values of the customers.
3. To know the perception of Pakistani consumers toward green products and marketing practices.
4. To identify the factors that influence the customer percussion to buy green products.

**Method of collection and population:**

For the purpose of collecting data for this research study the research has used Qualitative data to collect the insights of the customers.

As for the sample size regarding this study the consumer target the general public of the city of Islamabad in the super marts of Islamabad and surrounding areas to see their consumers concerns and understandings regarding green marketing. A Total of 10 interviews will be conducted

**Variables**

For the purpose of this study the variables chosen by the researcher were as follows

1. Green marketing base
2. Consumer purchase intentions
3. Consumer purchase behaviors
4. Consumer retention

**MARKETİNQİN MÜŞTƏRİ MƏMNUNİYYƏTİNƏ VƏ SAXLAMAYA TƏSİRİ**

**Ömər Səcid**

[omarsajid@1utar.my](mailto:omarsajid@1utar.my)

**Charles Ramendran Spr**

[charlesr@utar.edu.my](mailto:charlesr@utar.edu.my)

**Abdulkarim Kanaan Cebna**

[abdulkarim@utar.edu.my](mailto:abdulkarim@utar.edu.my)

**Tunku Abdul Rahman Universiteti (UTAR)**

Tədqiqat yaşıl marketinqin müştərilərin məmnunluğuna və saxlanmasına təsirindən bəhs edir. Araşdırma İslamabadın və ətraf ərazilərin əsas super marketlərində alış-veriş edən müştərilərə əsaslanacaq. yaşıl marketinqin seçilməsinin məqsədi və onun təsiri, ətraf mühiti məhv edən, eləcə də yer planetinin ümumi iqlimini dəyişən ənənəvi təcrübələrin fəlakətli təsirlərinin qlobal şəkildə qəbul edilməsidir.

**ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА НА УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ И УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ**

**Омар Саджид**

[omarsajid@1utar.my](mailto:omarsajid@1utar.my)

**Чарльз Рамендран Спр**

[charlesr@utar.edu.my](mailto:charlesr@utar.edu.my)

**Абдулкарим Канаан Джебна**

[abdulkarim@utar.edu.my](mailto:abdulkarim@utar.edu.my)

**Университет Тунку Абдул Рахман (УТАР)**

В исследовании обсуждается влияние зеленого маркетинга на удовлетворенность и удержание клиентов. Исследование будет основано на покупателях, совершающих покупки в крупных супермаркетах Исламабада и прилегающих районов. Цель выбора зеленого маркетинга и его влияния состоит в том, чтобы во всем мире признать катастрофические последствия традиционных практик, которые разрушают окружающую среду, а также изменяют общий климат планеты Земля.



## TURİZMTƏŞKİLATLARINDA MALİYYƏ NƏTİCƏLƏRİNİN UÇOTU VƏ AUDİTİ PROBLEMLƏRİ

A.N.Talıbova

[talibovhidayet2020@gmail.com](mailto:talibovhidayet2020@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

P.E.Muxtarova

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

Mühasibat uçotu və eyni zamanda audit müəssisələrdə əsas rol oynayır. Müəssələrin gələcək zamandakı fəaliyyətlərinin planlı olması və hal-hazırda maliyyə vəziyyətlərinin təyin olunması mühasibat uçotu əsasında hazırlanır.

Xidmət sektorunda mühasibat uçotu müəssisələrin fəaliyyəti onu iqtisadiyyatın digər sahələrindən fərqləndirən və istehsalın təşkilinə eyni zamanda müəssisənin iqtisadiyyatına müəyyən təsir göstərən bir sıra xüsusiyyətlərə malikdir. Bunlar aşağıdakı əsas xüsusiyyətlərdir:

1. Xidmət müəssisələrinin fəaliyyəti əsasən təklif olunan xidmətlərə olan tələbatdan asılıdır. Xidmət istehsalı tələbatın mövsümi tərəddüdlərinə məruz qalır, həm də istehsalın həcmnin yerli şəraitdən asılılığını müəyyən edən yerli xarakter daşıyır.
2. Xidmət sektoru müəssisələri öz fəaliyyətlərində istehsal və ticarət əməliyyatlarını birləşdirir.
3. İstehsal prosesində xidmət göstərən müəssisələr əhalinin əmtəə dəyərlərindən (materiallar, avadanlıqlar) istifadə edirlər.
4. Kommunal xidmət müəssisələri çoxprofilli xarakter daşıyır, çünki onlar təkcə əhaliyə deyil, həm də təşkilatlara xidmət göstərir, həmçinin istehlak malları istehsal edir.

Azərbaycanda audit xidmətinin təşkili, auditorların hüquqları və vəzifəsi, bu xidmətin başa çatdırılmasının hüquqi əsasları – audit xidməti haqqında qanunla müəyyən olunur. İndiki zamanda Azərbaycan Respublikasında bu xidmətləri audit təşkilatları ilə bir yerdə sərbəst auditorlar həyata keçirirlər. Sərbəst auditor isə Auditor palatasının lisenziyalarına əsaslanaraq Azərbaycan ərazisində audit xidmətləri həyata keçirən fiziki şəxsə deyilir. Sadalanan şərtlər Azərbaycan ərazisində sərbəst auditor hüququna nail olmaq üçün lazımi olan şərtlərdir :

- Azərbaycan Respublikasının vətəndaşı olması;
- Mühasibat uçotu, hüquqşünas yaxud da maliyyə ixtisası üzrə ali təhsilli olmalı, sadalanan ixtisaslar üzrə ən az 3 illik iş stajı olmalıdır;
- Sərbəst auditorlar məhkum olmamalı(cinayət üzrə) və məhkumluq müddəti bitmiş olmalıdır;
- Digər ölkələrdə audit xidməti ilə məşğul olan şəxslər Auditorlar Palatasının icazəsi ilə burada işləyə bilər.

Audit olmaq üçün Auditorlar Palatasının əsasnaməsinə əsasən imtahanlar təşkil edilir və Palata tərəfindən komissiya əsasında nəzarət olunur.

## ƏDƏBİYYAT



1. “Audit (Qanunvericilik və normativ sənədlər)” III cild “İqtisadiyyat və audit” jurnalının nəşri. Bakı. 2005. 322 s.
2. Abbasov İ.M., Məmmədov İ.A., Cabbarov A.S. “Mühasibat uçotu (sahələr üzrə)” – dərslik. Bakı. 2017. 424 s.
3. [https://otherreferats.allbest.ru/audit/00109920\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/audit/00109920_0.html)
4. Баранов О.В. “Аудит информационных систем”, Вестник Финансовой Академии». М. 2009. №1

**УЧЕТ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ И ПРОБЛЕМЫ АУДИТА  
ВТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

**А.Н.Талыбова**

[talibovhidayet2020@gmail.com](mailto:talibovhidayet2020@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**П.Э.Мухтарова**

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

Бухгалтерский учет и аудит необходимы для бизнеса. Планирование будущей деятельности предприятий и определение текущего финансового положения основываются на информации, предоставляемой бухгалтерией.

**ACCOUNTING FOR FINANCIAL RESULTS AND AUDIT PROBLEMS IN  
TOURIST ORGANIZATIONS**

**A.N.Talibova**

[talibovhidayet2020@gmail.com](mailto:talibovhidayet2020@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

**P.E.Mukhtarova**

**Azerbaijan State Agrarian University**

Accounting and auditing are essential for businesses. The planning of the future activities of the enterprises and the determination of the current financial situation are based on the information provided by the accounting.



## DAXİLİ İSTEHLAK BAZARINDA NƏZARƏT MEXANİZMLƏRİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

A.X.Məmmədova

[aidamammadova98@gmail.com](mailto:aidamammadova98@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

İstehlak malları və xidmətlər bazarı mürəkkəb sosial-iqtisadi sistem hesab olunur və bütövlükdə əmtəə bazarının formalaşması və inkişafı üçün əsas təşkil edir. Məhz istehlak bazarında əmtəə istehsalçılarının, ticarətin və istehlakçıların maraqları birləşir.

Dövlət Xidmətinin əsas fəaliyyət istiqamətlərindən biri istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi və istehlak bazarına nəzarətdir. [3] İstehlakçıların 1995-ci ildə qəbul edilmiş “İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda təsbit edilmiş hüquqlarının təmin edilməsi və onların dövlət tərəfindən müdafiəsinin həyata keçirilməsi İstehlak Bazarına Antiinhisar Nəzarəti Dövlət Xidmətinə həvalə edilmişdir. Habelə digər sahə qanunları və öz nizamnaməsi ilə vəzifə və hüquqlar əsasında:[1]

- istehlak bazarında istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında qanunvericiliyə riayət olunmasına, ticarət, ictimai işə, istehlakçı və digər xidmət növlərinin qayda və qaydalarına riayət olunmasına nəzarət edir;

- istifadə müddəti ötmüş, satışı qadağan edilmiş, saxtalaşdırılmış, mənşəyi məlum olmayan, istifadəyə yararsız, standartların və digər normativ sənədlərin tələblərinə cavab verməyən, qanunla müəyyən edilmiş qaydada təsdiq edilməli, lakin sertifikatlaşdırılmamış, həyat, sağlamlıq, əmlak və ya digər şəxslər üçün təhlükəli olan; ətraf mühitə (işlərə, xidmətlərə), yüklərin satışının (icrasının) dayandırılması, onların dövrüydən (satışdan) çıxarılması və qanun pozucularının qanunla müəyyən edilmiş qaydada məsuliyyətə cəlb edilməsi;

- çəkisi (ölçüsü), qiymətləri, hesablamaları baxımından istehlakçıların aldadılması, mallar haqqında tam və etibarlı məlumatların istehlakçıya verilməməsi, satış şərtlərinin pozulması barədə alıcıların müraciətlərinə baxır və qanunvericiliyə uyğun tədbirlər görür;

- ərzaq məhsulları, habelə baytarlıq və fitosanitar nəzarətində olan mallar istisna olmaqla, malların saxlanması və ya satışı zamanı temperatur rejiminə riayət olunmasına nəzarət edir;

- qiymətləri dövlət tərəfindən tənzimlənən malların (işlərin, xidmətlərin) təqdim edilməsi zamanı qiymət intizamına, o cümlədən qiymət intizamına riayət olunmasına və qiymətlərin düzgün tətbiqinə nəzarət edir.

Dövlət Xidməti istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi və istehlak bazarına nəzarət sahəsində fəaliyyətində əsasən aşağıdakı qanunvericilik aktlarına və normativ hüquqi aktlara əsaslanır: [2; s. 56]

- “İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında” 19 sentyabr 1995-ci il tarixli, 1113 nömrəli Azərbaycan Respublikasının Qanunu.

- “Dərman vasitələri haqqında” Azərbaycan Respublikasının 2006-cı il 22 dekabr tarixli 208-IIIQ nömrəli Qanunu.

- “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların tənzimlənməsi və sahibkarların maraqlarının müdafiəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının 2 iyul 2013-cü il tarixli 714-IVQ nömrəli Qanunu.

- “Texniki tənzimləmə haqqında” Azərbaycan Respublikasının 2019-cu il 30 sentyabr tarixli 1669-VQ nömrəli Qanunu.

- “Fiziki və hüquqi şəxslərdən malların (məhsulların) yoxlama yolu ilə qəbulu, daşınması, saxlanması, zərərsizləşdirilməsi və ya məhv edilməsi Qaydalarının təsdiq edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2017-ci il 6 dekabr tarixli 542 nömrəli qərarı.
- “Azərbaycan Respublikasının İnzibati Xətlər Məcəlləsinin təsdiq edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının 2015-ci il 29 dekabr tarixli 96-VQ nömrəli Qanununun tətbiqi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 15 fevral tarixli 795 nömrəli Fərmanı.
- “Tikinti materiallarının və məmulatlarının standartlara uyğunluğunun yoxlanılması Qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2015-ci il 3 fevral tarixli 27 nömrəli qərarı.
- “Azərbaycan Respublikasının ərazisindəki pərakəndə ticarət obyektlərində dəyişdirilməsi nəzərdə tutulmayan malların siyahısı haqqında” Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 1998-ci il 21 may tarixli, 114 nömrəli qərarı.
- “Malların (xidmətlərin, işlərin), qiymətləri dövlət tərəfindən tənzimlənən siyahının təsdiq edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2005-ci il 28 sentyabr tarixli, 178 nömrəli qərarı və s.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. “İstehlak bazarına nəzarət, standartlaşdırma, metrologiya və əqli mülkiyyət hüquqları obyektlərinin mühafizəsi sahəsində idarəetmənin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, Bakı, 2018
2. Məmmədov E.Y. İstehlak bazarının idarə edilməsi. Dərslik. Bakı. “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı. 2019. 204 səh.
3. <https://competition.gov.az/az/page/istehlak-bazarina-nezaret>

#### **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ КОНТРОЛЯ НА ВНУТРЕННЕМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ**

**А.К.Мамедова**

[aidamammadova98@gmail.com](mailto:aidamammadova98@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Рынок потребительских товаров и услуг считается сложной социально-экономической системой и составляет основу формирования и развития товарного рынка в целом. Именно на потребительском рынке сходятся интересы товаропроизводителей, торговли и потребителей.

#### **DIRECTIONS FOR IMPROVING CONTROL MECHANISMS IN THE INTERNAL CONSUMER MARKET**

**A.K.Mammadova**

[aidamammadova98@gmail.com](mailto:aidamammadova98@gmail.com)

**Azerbaijan technology university**

The market of consumer goods and services is considered a complex socio-economic system and forms the basis of the formation and development of the commodity market as a whole. It is in the consumer market that the interests of commodity producers, trade and consumers converge.



## **EMAL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ STRATEJİ MARKETİNQİN TƏTBİQİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

**E.Ə.Həsənov**

[elnurhesenoff@gmail.com](mailto:elnurhesenoff@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**V.Q.Məmmədova**

**Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti**

Emal sənaye müəssisələrinin potensial rəqiblər mühitində işləmək və inkişaf etmək qabiliyyəti və daxili və xarici mühitin müxtəlif amillərinin daimi təsiri əsasən təsərrüfat subyektlərinin xarici amillərindən təsirin nəticələrinə tab gətirmək qabiliyyətindən asılıdır. Ölkə bazar münasibətlərinin inkişafı şəraitində müəssisələrin fəaliyyətinin strateji aspektləri getdikcə daha vacib olur. Emal sənaye müəssisələrinin strateji fəaliyyəti o zaman uğurlu ola bilər ki, o, marketinqin konseptual prinsiplərinə əsaslanır. Müəssisələrin strateji marketinq fəaliyyəti nəzəri əsaslandırma tələb edir və elmi ədəbiyyatda ən mübahisəli fəaliyyətlərdən biridir.

Strateji marketinqin bir çox sahələri və kateqoriyaları ətrafında müzakirələr gedir, ona görə də strateji marketinqin mahiyyətinin müəyyən edilməsi, prinsiplərinin əsaslandırılması həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan vacibdir. Sənaye subyektlərinin fəaliyyətinin müxtəlif məsələlərinin açıqlanması ilə əlaqəli müasir inkişafın çoxluğuna diqqət yetirərək, ilk növbədə, müxtəlif müəssisələrin marketinq fəaliyyətinin nəzəri ümumiləşdirilməsinə həsr olunmuş xeyli sayda əsərləri qeyd etmək lazımdır. Belə işlər arasında aşağıdakı tədqiqatları xüsusi qeyd etmək məqsədəuyğundur: Tompson A., Striklend J., Kotler F., Lambena J.J., Pavlenko A., Fatxutdinov R. və s. [1]

Marketinq strategiyasının birbaşa formalaşdırılması problemləri, kifayət qədər mürəkkəb olan və perspektivli elmi və praktiki tədqiqatların predmeti olan müəssisənin fəaliyyətinin problemləri ilə əlaqələndirilir. Bununla belə, ədəbiyyatın təhlilindən görüldüyü kimi, ümumilikdə emal sənaye müəssisələrinin strategiyasının və konkret olaraq müəssisənin marketinq strategiyasının formalaşdırılmasına kifayət qədər diqqət yetirilməyib. Qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadi ədəbiyyatda bu məsələnin kifayət qədər öyrənilməməsinin birbaşa nəticəsidir ki, marketinq tədqiqatları mənfəət əldə etmək üçün birbaşa alət deyil, ona müvafiq idarəetmə qərarlarının qəbulu prizmasından yalnız dolayı yolla təsir edir. Bununla belə, marketinq tədqiqatlarının sahələrinin genişləndirilməsi istər-istəməz onların həyata keçirilməsi xərclərinin artmasına gətirib çıxarır ki, bu da xüsusilə ciddi büdcə məhdudiyətləri şəraitində səmərəsiz ola bilər. Beləliklə, iqtisadçıların qarşısında marketinq tədqiqatlarının optimallaşdırılması - öz istiqamətlərinin ən effektiv birləşməsini seçmək vəzifəsi durur. [2]

Marketinq strategiyası emal sənaye müəssisələrində daxili resurslarından və xarici imkanlarından istifadə etməklə onun mövcud və potensial müştərilərinin ehtiyaclarının necə ödənilməsinə dair uzunmüddətli qərarlar məcmusudur. Marketinq strategiyalarını formalaşdırarkən əsas bazar və iqtisadi amillərin qiymətləndirilməsindən və mövcud strateji potensialın təhlilindən çıxış etmək məqsədəuyğundur. Strategiyanın işlənilməsi hazırlanmasında məqsəd onun dəstəyinin maddi mənbələri və bazar tələbatı nəzərə alınmaqla, müəssisənin inkişafının əsas prioritet sahələrini və nisbətlərini müəyyən etməkdir. Marketinq strategiyalarını işləyib hazırlayarkən emal sənaye müəssisələrində qərar qəbul edilməlidir: öz güclü mövqeyini qazanmaq üçün öz səylərini nisbətən kiçik segmentlər dairəsinə yönəltmək və ya eyni vaxtda bir sıra bazarları inkişaf etdirmək. Müvafiq strategiyanı seçmək üçün müvafiq meyarlar lazımdır. Bunun üçün aşağıdakı amillər nəzərə alınmalıdır:

- şəxsi vəsaitlərin səpələnməsinin qarşısını almaq üçün təmərküzləşmə strategiyasına üstünlük vermək və səyləri potensial uğurun nisbətən tez əldə oluna biləcəyi bazarlara yönəltmək bacarığı;

- risk dərəcəsini azaltmaq üçün bir neçə regionun bazarlarının inkişaf ardıcılığı;

- standartlaşdırılmış satış və mənfəət siyasətinin mümkünlüyü;

- firmadan xərcləri daim məhdudlaşdırmağı tələb edən və əsas bazarlarda cəmləşməklə əldə edilə bilən rəqabətin intensivliyi.

Marketinq strategiyasının formalaşdırılmasının əsas prinsipləri strateji marketinqin üstünlüklərini təmin edir və müəssisənin idarə edilməsi üçün ən effektiv strateji konsepsiya kimi onun əhəmiyyətini izah edir.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Игнатъева И.А. Стратегический менеджмент: теория, методология, практика: [Монография] / И.А. Игнатъева. К.: Знання України. 2010. 250 с.

2. Веснин В.Р. Стратегическое управление: учебник / В.Р. Веснин. М.: Проспект, 2014. 328 с.

### **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА НАПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**E.A.Hasanov**

[elnurhesenoff@gmail.com](mailto:elnurhesenoff@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

**V.G.Mammadova**

**AzerbaijanStateAgrarianUniversity**

В статье раскрыта сущность маркетинговой стратегии как способа повышения производительности предприятия, рассмотрены и проанализированы факторы формирования маркетинговой стратегии, определены и обоснованы основные принципы стратегического маркетинга как вида практической деятельности предприятия, изложены предложения по совершенствованию процесса разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия.

### **CHARACTERISTICS OF STRATEGIC MARKETING APPLICATION IN MANUFACTURING ENTERPRISES**

**E.A.Hasanov**

[elnurhesenoff@gmail.com](mailto:elnurhesenoff@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

**V.G.Mammadova**

**Azerbaijan State Agrarian University**

The article reveals the essence of a marketing strategy as a way to increase the productivity of an enterprise, considers and analyzes the factors in the formation of a marketing strategy, defines and substantiates the basic principles of strategic marketing as a type of practical activity of an enterprise, and sets out proposals for improving the process of developing and implementing an enterprise marketing strategy.





## МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ВЫБОРУ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

С.Н.Махмудова

С.У.Пулатова

[pulatova1958@inbox.ru](mailto:pulatova1958@inbox.ru)

Бухарский инженерно-технологический институт

С целью уточнения ассортимента предпочтительных материалов и модельно-конструктивных особенностей детской одежды были проведены маркетинговые исследования среди родителей детей дошкольного возраста и воспитателей детских садов.

На вопрос «Как вы относитесь к выпуску специализированной одежды для дошкольных учреждений?» респонденты ответили 62% -положительно, 13%-отрицательно, 25%- безразлично. По поводу предпочтительных тканей для изготовления одежды детей дошкольноговозраста респонденты отметили 17% - полушерстяная, 16%- шерстяная, 48%- хлопок, 11%-лен, 8%- синтетика.



Рисунок 1 – Отношение респондентов к выпуску специализированной одежды (а) и выбору материалов для одежды (б) детей дошкольного возраста

По мнению респондентов самыми предпочтительными цветами тканей для одежды детей дошкольного возраста 24% респондентов считают -светлые, нежные, 11%-темные, глубокие, 18%- яркие, насыщенные, 13%-мягкие, пастельные, 20%-оттенки натуральных цветов, 14%-контрастные сочетания. Самыми предпочтительными рисунками тканей для одежды детей дошкольного возраста респонденты считают: 32% -гладкий, однотонный, 13%- в полоску, 15%- в клетку, 24%-сказочный рисунок, 6%-геометрически рисунок, 10%-растительный рисунок.

На вопрос «Какая одежда по вашему мнению, предпочтительна для мальчиков дошкольноговозраста в холодное время года?» респонденты ответили 37% -полукомбинезон и свитер, 39%- куртка и брюки, 14%-комбинезон, 10%- пиджак и брюки.На вопрос «Какая одежда по вашему мнению, предпочтительна для девочек дошкольноговозраста в холодное время года?» респонденты ответили 31% -полукомбинезон и свитер, 20%- куртка и брюки, 9%-комбинезон, 16%- сарафан и свитер, 12%-юбка и кофта, 12%-платье.

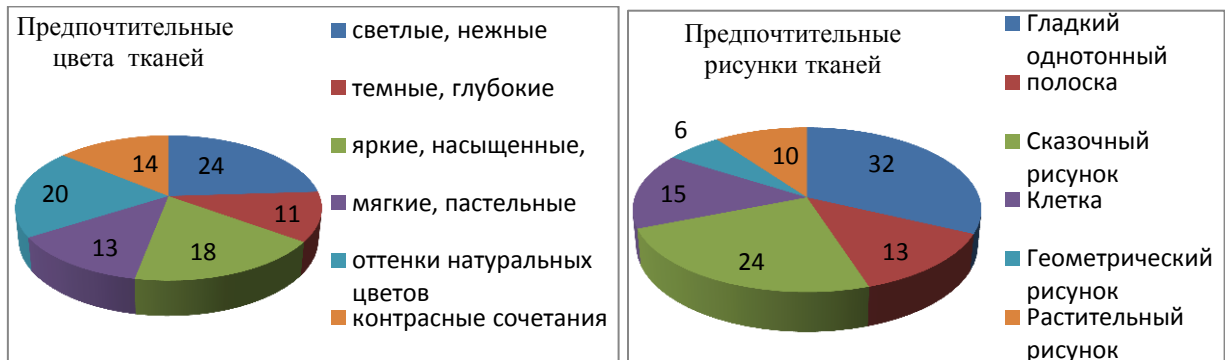


Рисунок 2– Отношение респондентов к предпочтительному цвету (а) и рисунку(б) тканей одежды для детей дошкольноговозраста



Рисунок 3 – Отношение респондентов к предпочтительной одежде для детей дошкольноговозраста в холодное время года:а- для мальчиков; б- для девочек

Отношение респондентов по предпочтительным видам мальчиковой летней одежды для детей дошкольныхучреждений распределилось следующим образом: 17% -полукомбинезон и сорочка (футболка), 33%-рубашка и шорты, 12%-джинсовые куртка и брюки, 35%- футболка а и шорты 5%- жилет и брюки. Отношение респондентов по предпочтительным видам летней одежды для девочек дошкольноговозраста распределилось следующим образом: «Какая одежда по вашему мнению, предпочтительна для девочек дошкольноговозраста в жаркое время года?» респонденты ответили 45% -платье, 20%- сарафан, 19%-футболка (блуза) и шорты, 8%- футболка (блуза) и брюки, 6%- футболка (блуза) и юбка, 2%-другая одежда.

Самым предпочтительным силуэтом одежды для мальчиков дошкольного возраста является –прямой (82%), затем -полуприлегающий (11%) и прилегающий (7%). Самым предпочтительным силуэтом одежды для девочек дошкольного возраста является –трапеция (38%), прямой (20%), затем -полуприлегающий (12%) и прилегающий (8%). На вопрос «Какой стиль одежды предпочтителен для детей дошкольного возраста?» респонденты ответили 22% -классический, 33%-спортивный, 16%-романтический, 12%-нарядный, 11%-фольклорный, 6%-фантазия. На вопрос «Какую длину плечевой одежды

вы считаете предпочтительным для детей дошкольного возраста?» респонденты ответили 48% -до линии бедер, 21%-до линии талии, 12%-до линии колен, 11%-ниже линии талии.

**Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

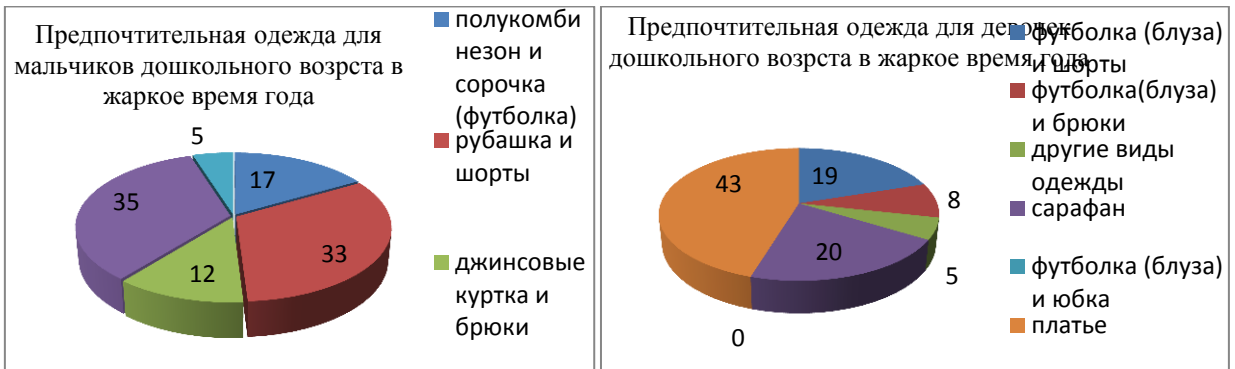


Рисунок 4 – Отношение респондентов к предпочтительной одежде для детей дошкольноговозраста в жаркое время года: а- для мальчиков; б- для девочек

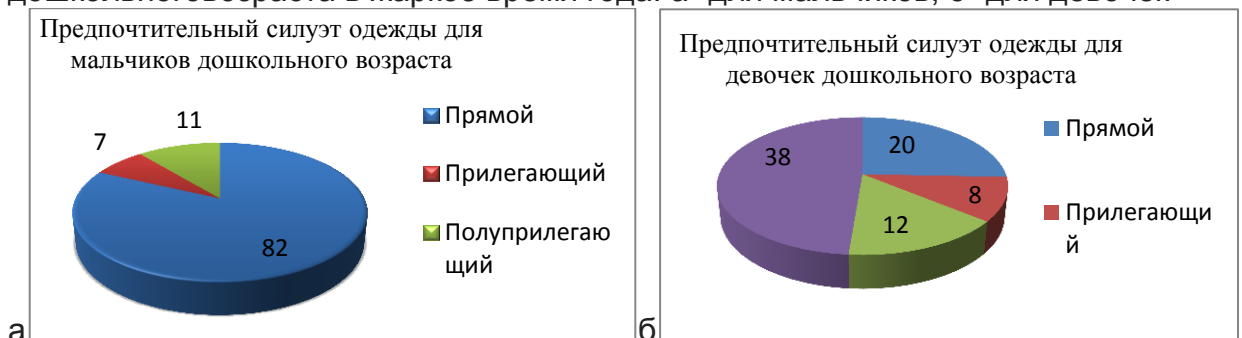


Рисунок 5– Отношение респондентов к предпочтительному силуэту в одежде для детей дошкольноговозраста: а- для мальчиков; б- для девочек



Рисунок 6– Отношение респондентов к предпочтительному стилю (а) и длине (б) одежды для детей дошкольноговозраста

На вопрос «Какой вид застежки Вы предпочитаете для плечевой одежды?» респонденты ответили следующим образом: для куртки: 2%- петли и пуговицы; 81%- молния, 12%- кнопки, 5%-липучки; для платья: 5%- петли и пуговицы; 42%- молния, 52%- кнопки, 1%-липучки; для сарафана: 42%- петли и пуговицы; 12%- молния, 43%- кнопки, 3%-липучки.

Подводя итоги исследования можно отметить, что полученные данные подтверждают предположение о необходимости выпуска качественной детской одежды отечественного производства, в поисках которой потребители все чаще обращаются в специализированные магазины, отказываясь при этом от предлагаемых, как правило, недорогих импортных товаров неудовлетворительного качества на рынках. Актуальным продолжает оставаться вопрос сохранения соразмерности детских изделий в течение полного

периода времени эксплуатации, вплоть до того момента, когда изделие приходит в состояние морального и физического износа.

**MARKET RESEARCH ON THE SELECTION OF A PREFERRED RANGE OF CHILDREN'S CLOTHING**

**S.N.Makhmudova**

**S.U.Pulatova**

[pulatova1958@inbox.ru](mailto:pulatova1958@inbox.ru)

**Bukhara Engineering and Technology Institute**

This article is devoted to marketing research, which revealed the most preferable model-constructive solutions for children's clothing, which were the basis for further research dissertation work on the choice of the range, models and constructive solutions for children's clothing.

**UŞAQ GEYİMLƏRİNİN ÜSTÜNLÜK VERİLƏN ÇEŞİDİNİ SEÇMƏK ÜÇÜN  
MARKETİNG TƏDQIQATLARI**

**S.N.Mahmudova**

**S.U.Pulatova**

[pulatova1958@inbox.ru](mailto:pulatova1958@inbox.ru)

**Buxara Mühəndislik və Texnologiya İnstitutu**

Bu məqalə aparılan marketing tədqiqatlarına həsr olunmuşdur, bunun nəticəsində uşaq geyimlərinin çeşidi, modelləri və dizayn həllərinin seçilməsi ilə bağlı dissertasiya işinin sonrakı araşdırılmasında əsas olan uşaq geyimlərinin ən çox seçilən model-konstruktiv həlləri müəyyən edilmişdir.



## KİÇİK BİZNES MİLLİ İQTİSADİYYATIN İNKİŞAF AMİLİ KİMİ

H.M.Rzayeva

[hemayerzayeva626@gmail.com](mailto:hemayerzayeva626@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Son illərdə iqtisadi artımın ən aktual sahələrindən biri kiçik biznesin inkişafıdır. Bazar münasibətlərinin inkişafının ilkin mərhələsində olan ölkə üçün kiçik sahibkarlığın inkişafı cəmiyyətin sosial yenidən qurulmasının əsasını təşkil etməli, əhalinin hazırlanmasını və ölkə iqtisadiyyatının milli iqtisadiyyata keçidini təmin etməlidir. Bununla belə, Azərbaycanda ictimai həyatın müxtəlif sahələrində formalaşma prosesi hələ də çox ləng gedir.

“Kiçik biznes” anlayışının mahiyyətini müəyyənləşdirmək üçün bir çox yanaşma mövcuddur və ümumi qəbul edilmiş şərh terminoloji şərhin müəllifinin subyektiv qavrayışından, kiçik biznesin dövlət və sənaye mənsubiyyətindən və bir çox digər amillərdən asılı olaraq dəyişir. Kiçik biznesin genişləndirilmiş konsepsiyasını nəzərdən keçirsək, bu, inhisarçı strukturların tərkib hissəsi olmayan və onlarla müqayisədə dövlət iqtisadiyyatında ikinci dərəcəli rol oynayan hüquqi və fiziki şəxslərin - kiçik sahibkarların mobil məcmusudur. [2]

Kiçik biznes obyektiv olaraq müasir bazar iqtisadiyyatının nisbətən müstəqil sektoru kimi mövcuddur və inkişaf edir. Kiçik müəssisələr böyük sosial-iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir, çünki onlar sosial və siyasi sabitliyi təmin edir, struktur dəyişikliklərinin nəticələrini yumşaltmağa qadirdir, dəyişən bazar tələbatlarına tez uyğunlaşır, regional inkişafa mühüm töhfə verir, texniki və təşkilati yenilikləri layihələndirir və istifadə edir.

Kiçik müəssisələr inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı şəraitində cəmiyyətin iqtisadi həyatının təşkilinin tamamilə müstəqil və ən tipik formasını təmsil edir. Onların yalnız daxili inkişafın qanunları ilə xas olan özünəməxsus fərqli xüsusiyyətləri, üstünlükləri və mənfi cəhətləri var. Əsasən konkret yerli bazarda fəaliyyət göstərmək, dəyişən bazar şəraitinə çevik reaksiya vermək, mal və xidmətlər bazarının müəyyən seqmentində dar ixtisaslaşma, istehlakçı ilə birbaşa əlaqə, nisbətən kiçik başlanğıc kapitala ehtiyac - kiçik müəssisələrin bu xüsusiyyətləri iqtisadiyyatın struktur elementi kimi bu müəssisələrin dayanıqlığını və yaşamaq qabiliyyətini artıran onun üstünlükləridir. Lakin müəyyən şəraitdə belə xüsusiyyətlər mənfi əhəmiyyət kəsb edir, konkret müəssisənin inkişafına mane olur, onun mövcudluğunu təhlükə altına alır. [4]

Kiçik biznesin çevikliyi, onun mobilliyi xarici mühitdəki dəyişikliklərə tez uyğunlaşmağa imkan verir, lakin o, xüsusilə bazar konyunkturasının dəyişməsinə, yerli əməliyyat şəraitinin dəyişməsinə, ümumi sosial-iqtisadi və siyasi şəraitin dinamikasına həssasdır. Nisbətən kiçik kapital istehsalın həcmi daraldır, lazım gəldikdə əlavə resurslar cəlb etmək imkanlarını məhdudlaşdırır. İstehsalın məhdud miqyası və işçilərin sayının az olması müəssisənin idarə edilməsini asan və səmərəli edir. Lakin kiçik müəssisələr üçün xarakterik olan mülkiyyətçi və menecer funksiyalarının birləşməsi və müəssisənin işçiləri ilə şəxsi əlaqələrin qurulması idarəetmə xərclərini azaldır. [3]

Beləliklə, kiçik biznes bazar iqtisadiyyatının tərkib hissəsidir. Xüsusi hərəkətlilik, elastiklik və yüksək səmərəlilik ilə xarakterizə olunur. Kiçik sahibkarlığın inkişafı iqtisadiyyatda müsbət proseslərin inkişafına, cəmiyyətin demokratikləşməsinə,



beynəlxalq aləmdə siyasi çəkisinin artmasına kömək edir ki, bu da öz növbəsində dövlətə təkcə siyasi deyil, həm də iqtisadi dividendlər gətirir. Kiçik biznesin bir çox xarakterik xüsusiyyətləri normal bazar münasibətlərinin və bütövlükdə fərdi sahibkarlığın inkişafına mane olan əsas problemlərlə birbaşa bağlıdır. Ona görə də yaxın gələcəkdə kiçik sahibkarlığın dinamik və səmərəli inkişafı üçün kompleks tədbirlər görmək lazımdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Andy Schmitz. Kiçik biznesin müasir idarəetməsi. 2012. S 321
2. Həsənov H.N. Biznesin inkişaf strategiyası - Bakı 2016. S 269
3. Алуян В.С., Шелудько Е. Б. Устойчивое развитие региональной экономики: проблемы и перспективы // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 3 (56). – С. 241–243.
4. Алуян В.С., Белова Е.О. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие. – Краснодар: Изд-во КубГТУ. 2003.

#### **МАЛЫЙ БИЗНЕС КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Х.М.Рзаева**

[hemayerzayeva262@gmail.com](mailto:hemayerzayeva262@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Как показывает опыт развитых стран, малые и средние предприятия играют очень важную роль в экономике и их влияние на развитие экономического роста, ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка необходимой качественной продукцией, создание дополнительных рабочих мест.

#### **SMALL BUSINESS AS A DEVELOPMENT FACTOR OF THE NATIONAL ECONOMY**

**H.M.Rzayeva**

[hemayerzayeva262@gmail.com](mailto:hemayerzayeva262@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

As the experience of developed countries, small and medium enterprises play a very important role in the economy and their effect on the development of economic growth, the acceleration of scientific and technological progress, on the saturation of the market required quality products, the creation of additional jobs.



## MÜƏSSİSƏNİN KADR POTENSİALINDAN İSTİFADƏNİN SƏMƏRƏLİLİYİNİN ARTIRILMASI

G.Q.Əsgərova

[gunelesgerova2000@gmail.com](mailto:gunelesgerova2000@gmail.com)

R.Ş.Şükürov

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsində və ya hər hansı bir xidmətin və ya işin yerinə yetirilməsində əhəmiyyətli rol kadr idarəetmə sistemində verilir. Son zamanlar təkcə işə qəbul xidmətləri deyil, həm də kadr texnologiyaları öz imkanlarını xeyli genişləndirib. Müəssisədə qarşıya qoyulan vəzifələri həll etmək üçün menecer əmək ehtiyatlarından nə dərəcədə səmərəli istifadə edildiyini, mövcud kadr strukturunun optimal olub olmadığını müəyyən etməyi bacarmalıdır.

Müəssisənin məhsuldarlığının artırılmasının əsas amili onun ixtisaslı kadr qüvvəsi ilə təmin edilməsidir. İxtisaslı kadrlarla təmin etmək üçün işçilərin əmək potensialını təhlil etmək lazımdır. Müəssisənin əmək ehtiyatlarından ən səmərəli istifadəyə nail olmaq üçün səmərəli kadr idarəetmə sistemini hazırlamaq lazımdır. Bu vəziyyətə rəşional kadr siyasəti və strategiyasının həyata keçirilməsi ilə nail olunur. [1, s. 28]

Kadr qüvvəsindən istifadə problemi ondan istifadənin səmərəliliyini yüksəltmək olduğundan insan resursları anlayışının müəyyənləşdirilməsi təbii olacaq. Kadr potensialı, əmək öhdəliklərinə uyğun olaraq müəssisənin məqsədlərinə nail olmaq üçün səmərəliliyi artırmaq üçün istifadə edilə bilən müəyyən kateqoriyalı işçi və işçilərin istifadə edilməmiş imkanlarıdır. Bu zaman kadrlar müəssisənin aktiv elementləri hesab edilir.

İşçinin kadr potensialının həyata keçirilməsi müəssisənin səmərəliliyini müəyyən edən əməyin keyfiyyətinə birbaşa təsir göstərir [2, s. 12]. Əməyin keyfiyyəti əməyin mürəkkəbliyi, intensivliyi və xalq təsərrüfat əhəmiyyəti dərəcəsidir. Əməyin keyfiyyətinə iş şəraiti də təsir edir: cəlbədicilik, ağırlıq, sağlamlığa zərərli texnoloji proseslərin olması. Əməyin keyfiyyəti işçilərin ümumi təhsil, mədəni və texniki səviyyəsinin, ixtisaslarının və peşə səriştələrinin artması ilə artır.

İşçinin kadr potensialı insanın əməyindən daha səmərəli istifadə etməyə, əməyinin təkmilləşdirilməsində ən yüksək nəticələr əldə etməyə imkan verən şəxsi fiziki və mənəvi keyfiyyətləridir. Tək bir insanın potensialını araşdıraraq qeyd etmək lazımdır ki, şəxsi potensialın inkişafı bir-biri ilə əlaqəli hərəkətverici motivasiya və tərbiyə qüvvələri, mənəvi inkişaf və özünə hörmət sisteminin tətbiqindən ibarətdir.

İnsanın kadr potensialının öyrənilməsi prosesində belə qənaətə gəlmək olar ki, şəxsi yüksəliş, daha doğrusu onun inkişafı insanın özündən, onun peşəkar bacarıqlarını inkişaf etdirmək istəyindən asılıdır. Beləliklə, mənəvi inkişaf peşəkar inkişafı birbaşa bağlıdır. Şəxsi keyfiyyətlərini inkişaf etdirməklə insan öz peşəkar bacarıqlarını təkmilləşdirir, gələcəkdə nəse etmək, öz maraqlarını reallaşdırmaq, müəyyən məqsədləri qarşıya qoyub reallığa çevirmək istəyi yaranır. [4]

Daha çox müəssisənin özü işçinin şəxsi keyfiyyətlərinin inkişafı üçün stimül rolunu oynayır. İnkişaf etmək istəyi bir çox amillərlə və ilk növbədə, məsələn: müəssisənin məqsədləri ilə müəyyən edilir; onun cəmiyyətdəki statusu və yeri; funksiyaları və

vəzifələri. Qeyd etmək lazımdır ki, müəssisənin özü üçün ən qiymətli onun məqsədlərinə cavab verən insan keyfiyyətləridir.

Müəssisənin kadr potensialından istifadənin səmərəliliyinin artırılması bir çox elementləri özündə birləşdirən mürəkkəb sistemdir. Bu sistemin qurulması çox mürəkkəb prosesdir. Bu vəzifə üçün rol, bir qayda olaraq, kadrların idarə edilməsi xidmətlərinə və ya kadr xidmətlərinə verilir. Bu sistemə bir sıra proseslər daxildir ki, onların həyata keçirilməsi etibarlı və rəqabətə davamlı komanda yaratmağa imkan verir. İstənilən müəssisənin səmərəliliyi işçilərin ixtisasından, düzgün təşkilati strukturundan asılıdır. Bütün bunlar, nəticədə, belə iqtisadi göstəricilərə təsir göstərir: görülən işlərin və ya göstərilən xidmətlərin həcmi, istehsalın artım tempi, maddi bazadan istifadə və s. [3]

İnsan resursları potensialını qiymətləndirmək üçün müəssisələr keyfiyyət və kəmiyyət göstəricilərindən istifadə edirlər. Kəmiyyət göstəricilərinə aşağıdakılar daxildir:

- İşçilərin sayı;
- Normal əmək intensivliyi rejimində işin yerinə yetirilməsi üçün ayrılmış iş vaxtının ümumi miqdarı.

İnsan resurslarının keyfiyyət göstəriciləri aşağıdakıları əks etdirir:

- Müəssisə işçilərinin fiziki potensialı (sağlamlıq vəziyyəti, dözümlülük);
- Bacarıq səviyyəsi;
- Məsuliyyət, nizam-intizam və s.

Müasir şəraitdə, iqtisadiyyatda struktur dəyişiklikləri baş verdikdə, istehsal texnologiyaları dəyişir, bazar rəqabəti güclənir, hər hansı bir müəssisənin əsas kapitalı artıq ənənəvi maddi ehtiyatlar deyil, intellektual və sahibkarlıqdır. Yəni, biznes qurumunun diqqət mərkəzində insan ideyaların, innovasiyaların generatoru, kapital mənbəyi kimi çıxış edir. Beləliklə, səmərəli peşəkar təhsilə əsaslanan yeni kadr idarəetmə formalarının yaradılmasına ehtiyac var. [5, s. 8]

Hər hansı bir müəssisənin rəqabətli işləməsi üçün zəruri şərt işçinin müasir peşə hazırlığıdır. Yenidən hazırlıq, təkmilləşdirmə də mühüm rol oynayır. Beləliklə, aşağıdakı nəticələr çıxarmaq olar:

1. İnsan resurslarının inkişafı bir çox elementləri özündə birləşdirən mürəkkəb sistemdir. Aşağı əmək potensialı problemini həll etmək üçün müəssisənin ehtiyaclarına uyğun olaraq işçilərin peşəkar bacarıqlarını sistemə uyğun şəkildə inkişaf etdirmək lazımdır.

2. Müəssisənin kadr siyasətinin uğurlu aparılması insan resurslarının inkişafına təsir edən müəyyən prinsiplərə və amillərə əməl olunması ilə müəyyən edilir.

3. İnsan resurslarının inkişafının əsas istiqamətlərinə əlavə peşə təhsili və iş yerində mentorluq daxildir. Mentorluq sisteminin və əlavə peşə təhsilinin tətbiqi işçilər üçün əsas rolun tanındığı müəssisənin inkişafı üçün düzgün konsepsiyanın formalaşmasını təmin edir.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Борщева А.В., Герасимов Б.Н. Оценка результативности реформирования системы управления производством предприятия // Вестник Самарского муниципального ин-та управления: теоретический и научно-методический журнал. Самара: Изд-во «Самарский муниципальный институт управления». 2011. № 4 (19). С. 26-34.

2. Борщева А.В. Разработка процедур совершенствования системы управления производством на промышленном предприятии: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Московский финансово-юридический университет. Москва. 2012.
3. Борщева А.В. Реформирование системы управления производства предприятий // Экономические и гуманитарные науки. 2011. № 7 (234). С. 113-119.
4. Гайдаржи Г.Х., Ильченко С.В., Шинкаренко Е.Г. Преемственность в обучении и воспитании – основа построения развивающего обучения // Славянская педагогическая культура. 2003. № 2. С. 116.
5. Гонина О.О. Психологическая подготовка будущих педагогов к профессиональной деятельности // Современные направления психолого-педагогического сопровождения детства. Новосибирск: НГПУ. 2015. С. 7-10.

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Г.Г.Аскерова**

[gunelesgerova2000@gmail.com](mailto:gunelesgerova2000@gmail.com)

**Р.Ш.Шукуров**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Цель статьи - раскрыть основные аспекты развития кадрового потенциала предприятия. В статье показаны основные направления совершенствования и повышения экономической эффективности найма человеческих ресурсов. Описаны показатели оценки кадрового потенциала предприятия, а также некоторые основные элементы современных моделей развития кадрового потенциала. Сформированы основные характеристики образовательной организации.

**INCREASING THE EFFICIENCY OF USING THE PERSONNEL POTENTIAL OF THE ENTERPRISE**

**G.G.Askerova**

[gunelesgerova2000@gmail.com](mailto:gunelesgerova2000@gmail.com)

**R.Sh.Shukurov**

**Azerbaijan Technological University**

The purpose of the article is to reveal the main aspects of the development of the personnel potential of an enterprise. The article shows the main directions for improving and increasing the economic efficiency of hiring human resources. The indicators for assessing the personnel potential of an enterprise, as well as some of the main elements of modern models for the development of personnel potential, are described. The main characteristics of the educational organization are formed.



## DÖVLƏTİN STRUKTUR SİYASƏTİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

H.S.Mustafayeva

[hebibe.mustafayeva@gmail.com](mailto:hebibe.mustafayeva@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Azərbaycan iqtisadiyyatının modernləşdirilməsinin və rəqabət potensialının gücləndirilməsinin, onun yekun nəticələrinin, əhalinin həyat səviyyəsinin və həyat şəraitinin yüksəldilməsində əsas amillərdən biri iqtisadiyyatın “necə” və “nə” strukturunun formalaşması ilə bağlıdır. İqtisadiyyat elminin keçmiş aktual problemlərinə aid olan bu sual son onillikdə daha çox aktuallaşmışdır. Bunu şərtləndirən müxtəlif səbəblər arasında Azərbaycanda struktur siyasəti formalaşdırarkən nəzərə alınmalı və ya diqqətdən kənar qalmayan bir neçə aspekti qeyd etmək məqsədüdüdür.

Ölkə iqtisadiyyatının makro səviyyədə səmərəli strukturunun formalaşdırılması çox mürəkkəb, çətin və məsuliyyətli işdir. Beləliklə, iqtisadiyyatın strukturunun dəqiq müəyyən edilməsi və əsaslandırılması müvafiq şərtlərlə bağlı və bir çox amillərin təsirinə məruz qalan uzun və mürəkkəb prosesdir. Birmənalı şəkildə qeyd etmək olar ki, heç bir ölkənin iqtisadiyyatı düz xətt üzrə inkişaf etmir, o, tənəzzül, böhran dövrləri ilə yanaşı, inkişaf və sıçrayış dövrləri ilə də müşayiət olunur. [3; s. 28]

Azərbaycan iqtisadiyyatının struktur strategiyası formalaşdırılarkən “böyüyən”, “nailiyyət” inkişaf modelinin qiymətləndirilməsi inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan və keçid dövrünü yaşayan ölkələr arasında fərqlərin aradan qaldırılması baxımından həyata keçirilir. nəzərə alınır), lakin bu faydalı imkanlar nöqtəyi-nəzərindən istifadə mexanizmlərinin müzakirəsindən daha çox onların istifadəsi baxımından qiymətləndirmə aktualdır. Onilliklərin təcrübəsi göstərir ki, bu fokuslanmış müzakirələrin böyüməsi ilə real tədqiqat təklifləri arasında böyük uçurum var.

İqtisadiyyatın struktur islahatı sahəsində xarici dövlətlərin və respublikamızın təcrübəsinin müqayisəli şəkildə öyrənilməsi ölkə iqtisadiyyatının strukturunda dövlət və özəl sahibkarlığın yerini müəyyən etməyə, onların iqtisadi inkişafın ümumi nəticələrinə təsirini göstərməyə imkan verir. Bununla belə, Azərbaycan iqtisadiyyatını dəyişdirərkən müəyyən modelləri təqlid etməkdən çəkinməlidir: məsələn, kifayət qədər potensiala malik olmasına baxmayaraq, hələ də bazar mexanizminin formalaşmasının başlanğıcıdadır, ona görə də texnologiyaların müasir dünya səviyyəsinə yüksəldilməsi üçün iqtisadiyyatda "inqilab" yox, uzun bir təkamül yolu keçməlidir.

Respublika iqtisadiyyatında struktur dəyişikliklərinin zəruriliyini və səmərəli struktur formalaşması perspektivlərini təhlil edərək ümumi fikri aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar: iqtisadiyyatın strukturunu öyrənərkən struktur dəyişikliklərinin qanunauyğunluqlarını qruplaşdırmaq, məqsəd və vəzifələri müəyyən etmək lazımdır. Bu zaman dörd əsas qanunauyğunluq nəzərə alınmalıdır: birincisi, mikro və makro səviyyədə texnoloji tənzimləmə ehtiyacı; ikincisi, iqtisadiyyatda iqtisadiyyatın dövlət və özəl sektorunda iqtisadi fəaliyyətin müxtəlif formalarının və müxtəlif islahat üsullarının uzlaşdırılması; üçüncüsü, iqtisadi təkrar istehsal sistemində regional siyasətin ərazi strukturundan asılılığının təmin edilməsi; dördüncü, istehsalın real ictimailəşməsinə uyğun olaraq iqtisadiyyatın strukturuna təsir göstərən tədbirlərin əlaqələndirilməsi. [1; s. 45]

Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrinin iqtisadi təcrübəsinə əsaslanaraq, struktur islahatlarının həyata keçirilməsində bir sıra mühüm effektiv amilləri qeyd etmək lazımdır. O cümlədən: illər ərzində ölkə iqtisadiyyatında yığılmış daxili balanssızlıqların aradan qaldırılması, təkrar istehsal ehtiyacının aradan qaldırılması; dünya iqtisadiyyatında baş verən yeniliklərə və elmi-texniki inqilabın nailiyyətlərinə uyğunlaşma zərurəti və s. Sözsüz ki, bu amillər hər bir ölkədə özünəməxsus şəkildə özünü göstərir. Milli iqtisadiyyatın imkanları, sənayenin hazırkı vəziyyəti, elmi-texniki inkişaf səviyyəsi imkan



verdikcə ölkədə ən qabaqcıl istehsal müəssisələrinin yaradılmasına meyl artır. Əksinə, potensialı zəif olan ölkələrdə iqtisadi inkişaf ləngiyir, iqtisadiyyatın geridə qalmış, ənənəvi sahələrinin, xüsusilə aqrar sektorun inkişafına üstünlük verilir. Bu mövqedən dövlətin həyata keçirdiyi struktur dəyişiklikləri siyasəti də müəyyən edilir.

Azərbaycanın sənaye müəssisələrinin əksəriyyəti son məhsul deyil, xammal göndərir, bir çox sənaye müəssisələri ittifaqın hərbi sənaye komplekslərinin sifarişlərini yerinə yetirirdi. İqtisadiyyatın infrastrukturunu zəif inkişaf etmiş, xidmət sahəsi sənayenin ümumi səviyyəsindən geri qalmışdı. Respublika ərazisində yerləşən əsas istehsal sahələrinin xammal bazası yox idi. [2; s. 17]

İqtisadiyyatın yeni əsaslar üzərində qurulması xeyli dərəcədə milli iqtisadiyyatın strukturundan və onun vəziyyətindən asılıdır. Strukturun vəziyyəti iqtisadiyyatın yenidən qurulmasında güclü amildir. Məlumdur ki, sovet dövründə Azərbaycan sənayesinin strukturunda əsas sahələr ittifaqın tərkibində olan müəssisələr olub və onların əksəriyyətini yanacaq-energetika, kimya, neft-kimya, maşınqayırma və elektron sənaye müəssisələri təşkil edirdi.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Allahverdiyev H.B., Qafarov K.S. Əhmədov Ə.M. İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi. Bakı «Nasir» nəşriyyatı. 2002. 447 səh.
2. Əliyev A., Şəkəreliyev A. Bazar iqtisadiyyatına keçid: dövlətin iqtisadi siyasəti. Bakı
3. Аббасов А., Кулиев Т. Экономика в условиях неопределенности. Баку. «Дом сказки». 2002. 110 с.

### **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТРУКТУРНОЙ ПОЛИТИКИ**

**Х.С.Мустафаева**

**Азербайджанский Технологический Университет**

[hebibe.mustafayeva@gmail.com](mailto:hebibe.mustafayeva@gmail.com)

Один из основополагающих факторов усиления модернизационного и конкурентного потенциала экономики Азербайджана, ее конечных результатов, повышения уровня жизни и уровня населения связан с формированием структуры экономики «что» и «как». Этот вопрос, относящийся к прежним актуальным проблемам экономической науки, в последнее десятилетие стал более актуальным.

### **DIRECTIONS FOR THE IMPROVEMENT OF STATE STRUCTURAL POLICY**

**H.S.Mustafayeva**

**Azerbaijan Technological University**

[hebibe.mustafayeva@gmail.com](mailto:hebibe.mustafayeva@gmail.com)

One of the fundamental factors of strengthening the modernization and competitive potential of Azerbaijan's economy, its final results, raising the living conditions and level of the population is related to the formation of the "what" and "how" structure of the economy. This issue, which belongs to the previous urgent problems of economic science, has become more urgent in the last decade.



## **VERGİ – BÜDCƏ GƏLİRLƏRİNİN ARTIRILMASININ ƏSAS MƏNBƏYİ KİMİ**

**G.R.Şirəliyeva**

[sharlin\\_985@mail.ru](mailto:sharlin_985@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Vergi dövlətin fəaliyyətini maliyyə cəhətdən təmin etmək məqsədi ilə təşkilatlardan və fiziki şəxslərdən tutulan vəsaitlərin özgəninkiləşdirilməsi şəklində məcburi, əvəzsiz, fərdi ödənişdir.

Vergilər ümumi daxili məhsul istehsalının əsas iştirakçıları tərəfindən ödənilir: [2]

- maddi və qeyri-maddi nemətlər yaradan və müəyyən gəlir əldə edən işçilər;
- sahibkarlıq sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektləri, kapital sahibləri.

Dövlət büdcəsinin gəlirlərinin sabit və mərkəzləşdirilmiş vergi yığıcı əsasında formalaşması dövləti ən böyük təsərrüfat subyektinə çevirir.

Vergilər ölkə daxilində bütün sosial məsələlərin həllinə maliyyə dəstəyidir. Həmçinin, ictimai məsələlərin maliyyələşdirilməsi ilə yanaşı, onların fiskal siyasətinin köməyi ilə tənzimlənməsi də mövcuddur. Əsas aləti vergilər olan fiskal siyasət vergilərin üzərinə qoyulmuş vəzifələri həll etməklə dövlətin və cəmiyyətin fəaliyyətinin bir çox mühüm məsələlərini həll edir.

Azərbaycan Respublikasında Vergi Məsələsinin 4-cü maddəsinə uyğun olaraq aşağıdakı vergilər müəyyən edilir və tutulur [1]:

- dövlət vergiləri;
- muxtar respublikanın vergiləri;
- yerli (bələdiyyə) vergilər.

Azərbaycan Respublikasında Vergi Məcəlləsinə uyğun olaraq xüsusi vergi rejimi tətbiq oluna bilər. Xüsusi vergi rejimi dedikdə, müəyyən dövr üçün vergilərin hesablanması və ödənilməsi üçün xüsusi prosedura başa düşülür.

Vergi məbləğləri aşağıdakı formalarda tutulur: [3]

- birbaşa mənbədən (gəlir və ya mənfəət əldə etməzdən əvvəl vergi tutulması);
- bəyannamə üzrə (gəlir və ya mənfəət əldə etdikdən sonra verginin tutulması)
- bildirişlə (vergi ödəyicisi tərəfindən vergitutma obyektinin və ərazinin dəyəri əsasında vergi orqanı və ya bələdiyyə tərəfindən hesablanmış məbləğə görə təqdim edilmiş ödəniş bildirişi əsasında verginin ödənilməsi).

Büdcə müəyyən dövr üçün təsərrüfat subyektləri tərəfindən resursların toplanması və istifadəsi üçün konkret müfəssəl plandır. Dövlət büdcəsi konkret dövlətin adətən bir il ərzində (yanvarın 1-dən dekabrın 31-dək) gəlir və xərclərini təsvir edən sənəddir.

Dövlət büdcəsinin funksiyaları: [4]

- Dövlətin pul vəsaitlərinin hərəkətini tənzimləyir, mərkəzlə dövlət subyektləri arasında əlaqələri gücləndirir;
- Hökumətin fəaliyyətinə qanuni nəzarət edir;
- Hökumətin niyyətləri haqqında məlumatları iqtisadi fəaliyyət iştirakçılarına çatdırır;
- İqtisadi siyasətin parametrlərini müəyyən edir və hökumətin mümkün tədbirləri üçün çərçivəni müəyyən edir.

Əhəmiyyətli maliyyə axınları büdcədən keçir, bu, mühüm iqtisadi göstəricilərin formalaşmasına birbaşa təsir göstərir:

Dövlət büdcəsinin gəlirləri real sektordan və maliyyə münasibətlərinin digər geniş sahələrindən daxil olan pul vəsaitlərinin hərəkətinin yekun mərhələsi, dövlət büdcəsinin xərcləri isə dövlət resurslarının dövlət və cəmiyyətin müəyyən etdiyi ehtiyaqlara hərəkətinin başlanğıc nöqtəsidir.

Dövlət büdcəsinin gəlirləri: [5]

- Hüquqi və fiziki şəxslərin gəlirlərindən vergilər;
- Real sektordan daxilolmalar (gəlir vergisi);
- Dolayı vergilərin və aksizlərin alınması;
- Rüsumlar və qeyri-vergi ödənişləri;
- Regional və yerli vergilər.

Dövlət büdcəsinin gəlirlərinin strukturunda ən böyük payı vergi daxilolmaları tutur. Vergi daxilolmaları iki qrupa bölünür: birbaşa və dolayı vergilər. Dolayı vergilər dövlət büdcəsinin vergi daxilolmalarının əsas hissəsini təşkil edir (bunlar istehlakçıdan alınan vergilərdir). Bunlar ƏDV,

aksizlər və gömrük rüsumlarından ibarətdir. Onlar qiymət səviyyəsinə (qiymətə daxildir) və istehlakın strukturuna təsir göstərilir. Birbaşa vergilər bilavasitə formalaşma mənbəyində tutulan vergilərdir. Birbaşa vergilərə daxildir: gəlir vergisi; fərdi gəlir vergisi; ümumi gəlirdən vergilər.

Dövlət büdcəsinə bütün vergi daxilolmalarının 70-90%-ni təşkil edən dolayı vergilərə aşağıdakılar daxildir: əlavə dəyər vergisi (ƏDV); aksizlər; gömrük rüsumları və ödənişləri. Eyni zamanda bu qrupda ƏDV vacibdir (dolayı vergilər qrupunda 40%-ə qədər).

Birbaşa vergilər həm dövlət, həm də yerli büdcələrdən tutulur. Bu, müəssisənin ərazi yerindən və onun miqyasından (mənfəət vergisi) asılıdır. Birbaşa vergilərə gəlir vergisi ilə yanaşı, fiziki şəxslərdən (vətəndaşlardan) alınan gəlir vergiləri də daxildir. Onun dərəcələri müxtəlif ölkələrdə fərqlidir və vergitutma bazasından (gəlirdən) asılı olaraq mütərəqqi miqyasda tutulur: 6-7%-dən 45%-ə qədər. Mənfəət vergisi də mütərəqqi miqyasda tutulur, onun dəyəri 12-15%-dən 35%-ə qədərdir.

Birbaşa vergilər bütün büdcə gəlirlərinin ikinci tərkib hissəsidir. Başqa sözlə, dövlət büdcəsinin gəlir bazası əsasən vergilərdən asılıdır. Vergilərin dövlət büdcəsinin bu və ya digər səviyyəsinə aid edilməsi qüvvədə olan milli qanunvericiliyə uyğun olaraq həyata keçirilir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. “Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi”. Bakı 2002
2. Quliyev F. Dövlət gəlirləri. Bakı 2002
3. Vəliyev Z. Dövlət büdcəsi. Bakı 2006. 216 s.
4. Александров И.М. Налоги и налогообложение: учебник / И.М. Александров; изд.-торг. корпорация «Дашков и К». – 10-е изд. перераб. И доп. М.:Дашков и К. 2010.227 с.
5. Владыка М.В., Тарасова В.Ф., Сапрыкина Т.В. Сборник задач по налогам и налогообложению: учеб.пособие / М.В. Владыка, В.Ф. Тарасова, Т.В. Сапрыкина – М: Кнорус. 2006. 360 с.

#### **НАЛОГ КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК УВЕЛИЧЕНИЯ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА**

**Г.Р.Ширалиева**

[sharlin\\_985@mail.ru](mailto:sharlin_985@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Доход играет большую роль в организации любого бюджета. Доход – это деньги, поступающие в бюджет, за исключением тех, которые покрывают дефицит бюджета. Суть налога заключается в том, что определенная часть валового внутреннего продукта собирается государством в виде обязательного взноса в пользу общества. Налоги являются важнейшим средством формирования бюджетных средств и используются для решения важных государственных вопросов.

#### **TAX AS THE MAIN SOURCE OF INCREASING BUDGET REVENUES**

**G.R.Shiraliyeva**

[sharlin\\_985@mail.ru](mailto:sharlin_985@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

Revenue plays a big role in organizing any budget. Revenue is the money coming into the budget, with the exception of those that cover the budget deficit. The essence of the tax is that a certain part of the gross domestic product is collected by the state in the form of a mandatory contribution to society. Taxes are the most important means of forming budgetary funds and are used to solve important government issues.



**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA QEYRİ-NEFT SEKTORUNUN İXRAC İMKANLARININ YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ**

**M.Q.Əliyeva**

[matanat.aliyev@mail.ru](mailto:matanat.aliyev@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Hazırda Azərbaycan Asiyadan Avropaya gedən mühüm nəqliyyat və kommunikasiya marşrutlarının beynəlxalq kəsişmə nöqtələrindən biridir. O, əhəmiyyətli karbohidrogen xammalı ehtiyatlarına malikdir ki, bu da Respublikanı müxtəlif ölkələrin və regional birliklərin maraqlarının cəmləşdiyi məkana çevirir və xarici şirkətlərin fəaliyyətinə çoxşaxəli təsir göstərir.

Yanacaq-energetika kompleksi ölkə iqtisadiyyatının əsasını təşkil edir və onun sənaye sahələri (xüsusən neft və qaz) Respublikanın iqtisadi potensialında mühüm yer tutur. [1]

Ona görə də neft və qaz yataqlarının işlənməsi enerji daşıyıcılarının rəşional istehlakının təmin edilməsi ilə birlikdə iqtisadiyyatın struktur tarazlığına və qeyri-neft sənayesinin inkişafına yeni təkən verməyə imkan verdi.

Müasir şəraitdə Azərbaycanda istehsal və sosial infrastruktur, nəqliyyat kommunikasiyaları yenidən yaradılır, ən müasir texnologiyalar və istehsal xətləri alınır, xidmət sektorunda yeni filiallar yaradılır, ölkə xarici əmtəə bazarlarına getdikcə daha çox çıxır.

Qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının yüksəldilməsi üçün mühüm şərtlər olan bir sıra amilləri fərqləndirməyə imkan vermişdir:

- Milli iqtisadiyyatın davamlı inkişafına və onun iqtisadiyyatının şaxələndirilməsinə zəruri sistemli yanaşma; strateji məqsədlərin müəyyən edilməsi və prioritet iqtisadi siyasət mexanizmlərinin müəyyən edilməsi;

- xarici iqtisadi fəaliyyətin prioritetlərinin tənzimlənməsi, bazar iqtisadiyyatının inkişafının aktivləşdirilməsi, sahibkarlığın inkişafına dövlət dəstəyinin təmin edilməsi üsullarının səmərəli modellərinin işlənilməsi və həyata keçirilməsi;

- qeyri-neft sektorunda ixrac potensialına töhfə verə biləcək iqtisadi sahələrin potensialını öyrənmək və onlardan səmərəli istifadə mexanizmlərini müəyyən etmək;

- qeyri-neft sektorunda ixrac potensialını artıracaq iqtisadi potensialın reallaşdırılması üçün iqtisadiyyatın iqtisadi rejimini təşviq edən və aktivləşdirən tənzimləmə mexanizmlərinin qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi, habelə əməliyyat standartlarının, qaydalarının və ixrac rejimlərinin hazırlanması;

- ixracyönümlü fundamental istiqamətlərinin obyektiv qiymətləndirilməsi prinsiplərinin və onların milli iqtisadiyyatın strateji iqtisadi inkişafının prioritetlərində həyata keçirilməsi mexanizmlərinin optimallaşdırılması.

Azərbaycan neft gəlirlərinin qeyri-neft sektoruna yönəldilməsi sahəsində çox yaxşı irəliləyiş əldə edib. Ötən il Azərbaycanda qeyri-neft artımı 20 faiz təşkil edib ki, bu da ölkənin bütün müstəqillik tarixində rekord göstəricidir. [2]

"Azərbaycanın yüksək ixrac potensialını və Qarabağda yeni ixracyönümlü sənaye müəssisələrinin tikintisinin gözlənildiyini nəzərə alsaq, bu həcmə asanlıqla nail olmaq olar. Azərbaycanda qeyri-neft və qaz ixracının müqayisəli dinamikasının saxlanılması istiqamətində həyata keçirilən tədbirlərlə dəstəklənən qeyri-neft və qaz ixracının rekord artımını nəzərə alaraq, ortamüddətli perspektivdə onun ümumi ixracda payı 2025-ci ilə qədər, demək olar ki, 20 faizə yüksələcək". Onun sözlərinə görə, metallurqiyanın gələcəyi ondan ibarətdir ki, onun inkişafı üçün potensial var və bunun üçün Azərbaycanda lazımi təbii ehtiyatlar və enerji potensialı var.

Son illər Azərbaycanda iqtisadi sabitliyin, təbii və maddi sərvətlərdən səmərəli istifadənin təmin edilməsi üçün sahələrarası balansın yaradılması aktual məsələ olaraq qalır. Hökumətin həyata keçirdiyi dövlət proqramları və tədbirləri qeyri-neft sektorunun inkişafının əsasını qoydu.

Hazırda dövlət qeyri-neft sektorunun inkişafını prioritet istiqamət seçib. Ona görə də ölkənin diqqəti əhalinin rifahının yaxşılaşdırılmasına, ixracyönümlü iqtisadiyyata keçidə və onun rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına yönəlib. [3]

Qeyri-neft sektorunun inkişafı iqtisadiyyatın şaxələndirilməsini tələb edir. Bu baxımdan dövlətin qarşısında duran mühüm məsələlərdən biri də şaxələndirmə prosesinin sürətləndirilməsidir. Bu sahədə ayrı-ayrı regionların inkişafı da mühüm rol oynayır. Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafı üçün əlverişli mühitin yaradılması və özəl sektorun iqtisadi fəallığının stimullaşdırılması dövlətin qarşısında duran mühüm vəzifələrdən biridir. Demək olar ki,

Azərbaycanın milli iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin olunmasında qeyri-neft sektorunun inkişafı mühüm rol oynayır.

Qeyri-neft sektorunun ixrac potensialına uyğun olaraq dünya əmtəə bazarlarında intensiv hərəkət edən əmtəə və məhsulların çeşidinin müəyyən edilməsi mexanizminin tənzimlənməsi və onların ixrac potensialına daxil edilməsi və s. Bu problemlər kontekstində rolu milli iqtisadiyyatın inkişafında qeyri-neft sektorunun ixrac potensialından səmərəli istifadə olunması xüsusi aktualıq kəsb edir. Qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının nəzəri və metodoloji əsaslarının tədqiqi materiallarına əsasən qeyd edilsin ki, bu sahənin ixrac potensialının artırılması üçün milli iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi gücləndirilməlidir.

Azərbaycan da inkişaf etmiş ölkəyə çevrilmək yolunda tarixi iqtisadi inkişaf dövrünü yaşayır. Bu amildən son məhsul, əslində, Azərbaycanın həm nəzəri, həm də praktiki aspektləri üçün strateji hədəf kimi qəbul olunmalı, qeyri-neft məhsullarının ixracını genişləndirməlidir. [4]

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Xəlilov T.T. Müasir mərhələdə Azərbaycan iqtisadiyyatının özəllikləri: namizədlik dissertasiyası. Moskva. 2012. S. 3.
2. “Azərbaycan-2020: gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyaları.
3. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Topusu. Bakı. 2014.
4. “Xalq” qəzeti. 18.01.2022. - № 13 (27816).

#### **НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ЭКСПОРТНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ НЕНЕФТЯНОГО СЕКТОРА АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**М.Г.Алиева**

[matanat.aliyev@mail.ru](mailto:matanat.aliyev@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В статье говорится об особенностях и значении развития нефтегазовой промышленности для экономики Азербайджана в современных условиях. В контексте Концепции развития «Азербайджан-2020: взгляд в будущее» изучаются пути развития нефтегазовой промышленности.

Проанализированы макроэкономические аспекты развития данной отрасли, создание благоприятной среды для инвестиций и предпринимательства, предложения, касающиеся высокотехнологичных, наукоемких и других приоритетных направлений нефтегазовой отрасли.

#### **DIRECTIONS FOR INCREASING THE EXPORT OPPORTUNITIES OF THE NON-OIL SECTOR IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

**M.G.Aliyeva**

[matanat.aliyev@mail.ru](mailto:matanat.aliyev@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

The article talks about the characteristics and importance of the development of the non-oil industry for the economy of Azerbaijan in modern conditions. In the context of the "Azerbaijan-2020: a vision of the future" Development Concept, ways of developing the non-oil industry are being investigated.

Macroeconomic aspects of the development of this industry, creation of a favorable environment for investment and entrepreneurship, proposals related to high-tech, science-intensive and other priority areas of the non-oil industry were analyzed.





## **İSTEHLAK BAZARININ TƏDQIQINDƏ MARKETİNGDƏN İSTİFADƏNİN ZƏRURİLİYİ**

**Ş.R.Cəlilova**

[Abbasova.s.99@bk.ru](mailto:Abbasova.s.99@bk.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

İstehlak bazarının tədqiqi təşkilatlara müştərilərinin ehtiyaclarını və üstünlüklərini anlamağa kömək edən mühüm prosesdir. Bu məlumat təşkilatlara bizneslərini inkişaf etdirməyə və məqsədlərinə çatmağa kömək edə biləcək effektiv marketing strategiyalarının inkişafı üçün çox vacibdir. Bununla belə, istehlak bazarı araşdırmalarının aparılması kifayət deyil. Təşkilatlar, həmçinin bazar araşdırmalarından əldə edilən fikirlərdən istifadə etmək və müştərilərinin ehtiyaclarına cavab verən effektiv strategiyalar hazırlamaq üçün marketingdən istifadə etməlidirlər. Marketing istehlak bazarı tədqiqatının vacib komponentidir, çünki o, bizneslərə hədəf auditoriyası ilə əlaqə saxlamağa və onların ehtiyac və üstünlüklərini anlamağa kömək edir. Bazar araşdırması apararaq, müəssisələr istehlakçının düşüncə tərzinə dair fikirlər əldə edə və onların satın alma davranışını müəyyən edə bilər. Bu məlumat istehlakçı ilə rezonans doğuran və satışların artmasına səbəb olan effektiv marketing strategiyaları yaratmaq üçün istifadə edilə bilər.

Marketing istehlakçı meyllərini, üstünlüklərini və satın alma davranışlarını müəyyən etməyə kömək edə bilər. Bazar araşdırması vasitəsilə toplanmış məlumatları təhlil edərək, müəssisələr hədəf auditoriyasını daha yaxşı anlamağa kömək edə biləcək nümunələri və meylləri müəyyən edə bilərlər. Buraya demoqrafik, psixografik və coğrafi yer kimi amillər daxil ola bilər. Bu amilləri başa düşmək bizneslərə hədəf auditoriyası ilə daha yaxşı əlaqə qurmaq və uğur şanslarını artırmaq üçün marketing söylərini uyğunlaşdırmağa kömək edə bilər.

Marketing həmçinin markanın tanınması və məlumatlılığının yaradılmasına kömək edə bilər. Reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr və digər marketing söyləri vasitəsilə müəssisələr bazarda güclü brend varlığı yarada bilərlər. Bu, müsbət reputasiya yaratmağa kömək edə və istehlakçıların brendi tanımasını asanlaşdırır. Brendin tanınması satışların artmasına səbəb ola bilər [1].

Marketing də satışları artırmağa kömək edə bilər. Hədəf auditoriyası ilə rezonans doğuran effektiv marketing kampaniyaları yaratmaqla müəssisələr uğur şanslarını artırır və satışları artırır. Buraya promosyon təklifləri, endirimlər və istehlakçıları alış-veriş etməyə təşviq edən digər stimullar kimi strategiyalar daxil ola bilər.

Məlumat toplamaq və hədəf auditoriyaya dair fikirlər əldə etmək üçün istifadə edilə bilən bir neçə müxtəlif növ marketing tədqiqatı üsulları mövcuddur. Bu üsulları iki əsas kateqoriyaya bölmək olar [4]:

- *keyfiyyət tədqiqatı;*
- *kəmiyyət tədqiqatı.*

Keyfiyyətli tədqiqat adətən hədəf auditoriyanın münasibətlərini, inanclarını və davranışlarını daha dərinləndirən başa düşmək üçün istifadə olunur. Bu tip tədqiqatlara fokus qrupları, dərin müsahibələr və müşahidə kimi üsullar daxil ola bilər. Keyfiyyətli tədqiqat istehlakçının təfəkkürü ilə bağlı dəyərli fikirlər verə bilər və müəssisələrə hədəf auditoriyası ilə rezonans doğuran effektiv marketing strategiyaları hazırlamağa kömək edə bilər.

Kəmiyyət tədqiqatı adətən statistik olaraq təhlil edilə bilən ədədi məlumatları toplamaq üçün istifadə olunur. Bu tip tədqiqata sorğular və təcrübələr kimi üsullar daxil ola bilər. Kəmiyyət tədqiqatı hədəf auditoriyasının ölçüsü, onların satın alma davranışı və bizneslərə effektiv marketing strategiyaları hazırlamağa kömək edə biləcək digər mühüm amillər haqqında dəyərli fikirlər verə bilər. Marketing istehlakçı bazarı tədqiqatının vacib hissəsidir, çünki o, müəssisələrə hədəf auditoriyası ilə əlaqə saxlamağa və effektiv marketing strategiyaları hazırlamağa kömək edir. Müəssisələr bazar araşdırması aparmaqla istehlakçının təfəkkürü haqqında dəyərli fikirlər əldə edə və onların ehtiyaclarını, üstünlüklərini və davranışlarını müəyyən edə bilərlər. Bu məlumat hədəf auditoriya ilə rezonans doğuran və satışları artıran effektiv marketing kampaniyaları yaratmaq üçün istifadə edilə bilər.

Keyfiyyət tədqiqatı və kəmiyyət tədqiqatı da daxil olmaqla, məlumat toplamaq üçün istifadə edilə bilən bir neçə müxtəlif növ marketing tədqiqatı texnikası mövcuddur. Bu üsullar hədəf auditoriyasının ölçüsü, onların satın alma davranışı və bizneslərə effektiv marketing

strategiyaları hazırlamağa kömək edə biləcək digər mühüm amillər haqqında dəyərli fikirlər verə bilər [2].

Nəhayət, bazar araşdırması məlumatlarını təhlil etmək və şərh etmək məlumatlı biznes qərarları qəbul etmək üçün çox vacibdir. Bu, nümunələrin və tendensiyaların müəyyən edilməsini, hədəf auditoriyanın ölçüsünün müəyyən edilməsini və marketinq kampaniyalarının effektivliyinin təhlilini əhatə edir. Bununla, müəssisələr hədəf auditoriyası ilə rezonans doğuran, satışları artıran və mənfəətlərini yaxşılaşdıran hədəflənmiş marketinq kampaniyaları inkişaf etdirə bilərlər.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Dadaşova A.S. Marketinq tədqiqatı istehlakçı davranışını anlamaq üçün bir vasitə kimi. Bakı. 2020. s.12-16.
2. Mahmudova R.N. İstehlak bazarında marketinq tədqiqatının rolu: praktiki aspektlər. Bakı. 2020. s.54-59.
3. Rüstəмова R.A. İstehlak bazarında marketinq tədqiqatı: üstünlüklər və məhdudiyyətlər. Journal of Economics and Business. (4). 2020. s. 31-35.
4. Kərimova F.G.İstehlak mallarının marketinq strategiyasının işlənilməsində hazırlanmasında marketinq tədqiqatlarının rolu. Journal of Business and Management.(3). 2019. s.44-49.

#### **НЕОБХОДИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В ИССЛЕДОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

**Ш.Р.Джалилова**

[Аббасова.с.99@bk.ru](mailto:Abbasova.c.99@bk.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Исследование потребительского рынка — важный процесс, который помогает организациям понять потребности и предпочтения своих клиентов. Эта информация имеет решающее значение для разработки эффективных маркетинговых стратегий, которые могут помочь организациям развивать свой бизнес и достигать своих целей. Однако проведения исследования потребительского рынка недостаточно. Организации также должны использовать маркетинг, чтобы использовать информацию, полученную в результате исследования рынка, и разрабатывать эффективные стратегии, отвечающие потребностям своих клиентов. Маркетинг является важным компонентом исследования потребительского рынка, поскольку он помогает компаниям установить связь со своей целевой аудиторией и понять ее потребности и предпочтения. Проводя маркетинговые исследования, предприятия могут получить представление о мышлении потребителей и определить их поведенческие привычки. Эта информация может быть использована для создания эффективных маркетинговых стратегий, которые находят отклик у потребителей и приводят к увеличению продаж.

#### **THE NEED TO USE MARKETING IN CONSUMER MARKET RESEARCH**

**Sh.R.Dzhalilova**

[Аббасова.с.99@bk.ru](mailto:Abbasova.c.99@bk.ru)

**Azerbaijan Technological University**

Consumer market research is an important process that helps organizations understand the needs and preferences of their customers. This information is critical to developing effective marketing strategies that can help organizations grow their business and achieve their goals. However, conducting consumer market research is not enough. Organizations must also use marketing to use the information gained from market research to develop effective strategies that meet the needs of their customers. Marketing is an important component of consumer market research because it helps companies connect with their target audience and understand their needs and preferences. By conducting market research, businesses can gain insight into the mindset of consumers and determine their buying behavior. This information can be used to create effective marketing strategies that resonate with consumers and lead to increased sales.



**MÜƏSSİSƏLƏRDƏ UÇOT SİYASƏTİNİN TƏŞKİLİ VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ  
İSTİQAMƏTLƏRİ**

**A.A.Abdullazadə**

[ayna.abdullazade@gmail.com](mailto:ayna.abdullazade@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Müəssisələrin uçot siyasəti, ilkin müşahidə, xərclərin ölçülməsi, cari qruplaşdırılması və iqtisadi fəaliyyət faktlarının yekun ümumiləşdirilməsi daxil olmaqla, təşkilat tərəfindən qəbul edilmiş uçot metodlarının məcmusudur. Mühasibat uçotu metodları vacib hesab olunur, belə ki, onların tətbiqi barədə məlumatı olmayan maliyyə hesabatlarının maraqlı istifadəçiləri tərəfindən təşkilatın maliyyə vəziyyətini, pul vəsaitlərinin hərəkətini və ya maliyyə nəticələrini etibarlı şəkildə qiymətləndirmək mümkün deyil. Təşkilatın uçot siyasətinin formalaşmasında qəbul edilmiş və maliyyə hesabatlarında açıqlanmalı olan mühasibat uçotu metodlarına əsas vəsaitlərin, qeyri-maddi və digər aktivlərin amortizasiyası, ehtiyatların, malların, bitməmiş istehsalın və hazır məhsulların qiymətləndirilməsi, mənfəətin tanınması üsulları daxildir. Mühasibat uçotunun konkret məsələləri üzrə təşkilatın uçot siyasətinə dair maliyyə hesabatlarında açıqlanacaq məlumatların tərkibi və məzmunu müvafiq mühasibat uçotu qaydaları ilə müəyyən edilir. [1]

Müəssisələrin uçot siyasəti biznes fəaliyyətini idarə etmək üçün əvəzsiz vasitədir. Bu, fəaliyyət sahəsindən asılı olmayaraq müəssisənin inkişaf strategiyası ilə birlikdə təsərrüfat subyektini üçün mühasibat uçotu sistemini yaratmağa, uçot prosesini təhlil etməyə və modelləşdirməyə, mühasibat uçotunun ən yaxşı üsullarını təyin etməyə imkan verir. Xarici investisiyaları cəlb etmək və beynəlxalq bazara çıxmaq üçün təxminən 30 ildir yerli müəssisələr maliyyə hesabatlarının xarici istifadəçiləri ilə global resurs və kapital bazarının bütün iştirakçıları üçün başa düşülən universal beynəlxalq maliyyə hesabatı standartlarının dilində ünsiyyət qurmağı öyrənirlər. Bütün müəssisələrin xarici maliyyə əlaqələri ilə maraqlanmadığı üçün yerli mühasibat uçotunun beynəlxalq qaydalara uyğun transformasiyasında tarazlığın tapılması vacibdir. Belə bir tarazlığa ehtiyac təsərrüfat subyektinin strategiyası, fəaliyyətin məqsədləri, fəaliyyət mühitinin şərtləri, yerli təşkilatların mühasibat uçotu və vergi qanunvericiliyinin qayda və qaydalarına riayət etmək öhdəliyi ilə bağlıdır. Mühasibat uçotunun qurulmasına amillərin təsirinin təhlili, onun ən optimal variantının seçilməsi müəssisənin uçot siyasətinin formalaşdırılması mexanizmini təkmilləşdirməyə imkan verir. Onun optimallaşdırılması üçün rıçaq daxili və xarici istifadəçilər üçün mühasibat məlumatlarının vaxtında, etibarlılıq, şəffaflıq, yüksək keyfiyyət tələblərinin yerinə yetirilməsidir. Müəssisənin uçot siyasətinin hüquqi tənzimlənməsinin ziddiyyətlərinin düzəldilməsi üçün tövsiyələr, onun müddələrinin formalaşmasının təkmilləşdirilməsi üçün təkliflər, təriflərin aydınlaşdırılması müasir iqtisadi şəraitdə zəruridir. Mühasibat uçotunun əhəmiyyətli üsulları təşkilatın hesabat ili üçün maliyyə hesabatlarına daxil edilmiş izahat qeydində açıqlanmalıdır. Aralıq maliyyə hesabatlarında, əgər sonuncu uçot siyasətini açıqlayan əvvəlki il üçün illik maliyyə hesabatlarının hazırlanmasından sonra dəyişməyibsə, müəssisənin uçot siyasəti haqqında məlumat ola bilməz. Mühasibat uçotunun aparılması və təşkili üçün müəyyən bir istiqamətdə müəssisənin uçot siyasətini formalaşdırarkən, mühasibat uçotu ilə bağlı qanunvericilik və normativ hüquqi aktların icazə verdiyi bir neçə üsuldən biri seçilir. Müəyyən bir məsələ ilə bağlı normativ sənədlərdə mühasibat uçotu üsulları müəyyən edilməmişdirsə, o zaman uçot siyasətini formalaşdırarkən müəssisə bu və digər mühasibat uçotu müddələrinə əsaslanaraq müvafiq metod hazırlayır. Müəssisələrin bölmələri, struktur bölmələri arasında münasibətlər təşkilatın rəhbəri və ya onun səlahiyyət verdiyi şəxs tərəfindən təsdiq edilmiş müvafiq əsasnamə və digər təşkilati-inzibati sənədlərlə müəyyən edilir. [2]

Uçot siyasəti müəssisənin baş mühasibi tərəfindən onun strukturu, sahəsi və fəaliyyətinin xüsusiyyətləri nəzərə almaqla formalaşdırılır və müəssisə rəhbərliyi tərəfindən təsdiq edilir. Müəssisə hər dəfə analitik uçot məlumatlarını sintetik uçot məlumatları ilə tutuşduraraq mühasibat uçotu və hesabatının düzgünlüyünü yoxlayır.[3]

Təşkilatın uçot siyasəti baş mühasib tərəfindən formalaşdırılır və təşkilatın rəhbəri tərəfindən təsdiq edilir. Bura daxildir:

- hesablər planı;

## **Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyinə həsr olunmuş “Dördüncü sənaye inqilabı və innovativ texnologiyalar” Beynəlxalq elmi-praktik konfransı**

- ilkin uçot sənədlərinin standart formaları təqdim olunmayan təsərrüfat fəaliyyəti faktlarının qeydiyyatı üçün istifadə edilən ilkin uçot sənədlərinin formaları, habelə daxili maliyyə hesabatları üçün sənədlərin formaları;
- təşkilatın aktiv və öhdəliklərinin inventarizasiyasının aparılması qaydası;
- aktiv və öhdəliklərin qiymətləndirilməsi üsullarını;
- sənəd dövriyyəsi qaydaları;
- təsərrüfat əməliyyatlarına nəzarət qaydası.[3]

### **ƏDƏBİYYAT**

1. “Mühasibat uçotu haqqında”. Azərbaycan Respublikasının qanunu. Bakı. 2004
2. Səbzəliyev S.M. “Mühasibat (maliyyə) hesabatı”. Bakı. 2003.
3. Rzayev Q. “Beynəlxalq mühasibat uçotu standartları və maliyyə hesabatı”. Bakı. 2004.

### **ОРГАНИЗАЦИЯ И УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**А.А.Абдуллазаде**

[ayna.abdullazade@gmail.com](mailto:ayna.abdullazade@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Учетная политика предприятия представляет собой совокупность принятых в организации методов учета, включающих первоначальное наблюдение, стоимостное измерение, текущую группировку и окончательное обобщение фактов хозяйственной деятельности. Методы бухгалтерского учета считаются важными, поскольку заинтересованные пользователи финансовой отчетности, не осведомленные об их применении, не могут надежно оценить финансовое положение, движение денежных средств или финансовые результаты организации. К методам учета, принятым при формировании учетной политики организации и подлежащим раскрытию в бухгалтерской отчетности, относятся амортизация основных средств, нематериальных и иных активов, оценка запасов, товаров, незавершенного производства и готовой продукции, методы признания прибыли. Состав и содержание информации, подлежащей раскрытию в финансовой отчетности об учетной политике организации по отдельным вопросам бухгалтерского учета, определяются соответствующими правилами бухгалтерского учета.

### **ORGANIZATION AND IMPROVEMENT OF ACCOUNTING POLICY IN ENTERPRISES**

**A.A.Abdullazadeh**

[ayna.abdullazade@gmail.com](mailto:ayna.abdullazade@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

Accounting policy of enterprises is a set of accounting methods adopted by the organization, including initial observation, cost measurement, current grouping and final summarization of economic activity facts. Accounting methods are considered important because interested users of financial statements who are not aware of their application cannot reliably evaluate the financial position, cash flow, or financial results of an organization. The accounting methods adopted in the formation of the organization's accounting policy and which must be disclosed in financial statements include depreciation of fixed assets, intangible and other assets, evaluation of reserves, goods, unfinished production and finished products, and methods of profit recognition. The composition and content of the information to be disclosed in the financial reports on the organization's accounting policy on specific accounting issues are determined by the relevant accounting rules.





## SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFIN REGIONAL ASPEKTLƏRİ

S.R.Mirzəyeva

[psff2023@mail.com](mailto:psff2023@mail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

A.H.Həmidov

Gəncə Dövlət Universiteti

İstənilən regional sistemin sosial-iqtisadi inkişafı regional sistemin mövcud vəziyyətinin xüsusiyyətlərini təşkil edən bir çox mövcud və yaranan amillərlə müəyyən edilir. Bununla belə, rayonun davamlı sosial-iqtisadi inkişafına nail olmaq vəzifəsi hələ də əlçatmaz olaraq qalır. Bütövlükdə rayonun sosial-iqtisadi inkişafının prioritetləri coğrafi, tarixi, təbii, iqtisadi amillərin təsiri nəticəsində yarandığından, bu yolla müəyyən edilmiş prioritetlər bölgələrdə mövcud problemlərin aşkara çıxarılması və aradan qaldırılmasında mühüm rol oynayır. Sosial-iqtisadi inkişafın prioritetləri müəyyən edildikdən sonra regionların sosial-iqtisadi inkişaf trayektoriyasının müsbət istiqamətə yönəldilməsində mühüm amil dövlət tərəfindən səmərəli tədbirlərin həyata keçirilməsidir. Bölgənin sosial-iqtisadi inkişafının xüsusiyyətlərinin qiymətləndirilməsi mövcud problemlərin və prioritetlərin nəzəri-metodoloji baxımdan obyektiv müəyyənləşdirilməsinə kömək edir ki, bu da rayon subyektləri tərəfindən qəbul edilən qərarların keyfiyyətində və səmərəliliyində mühüm rol oynayır. [1; s. 54]

Sosial-iqtisadi proseslərin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi mürəkkəb mexanizmdir. Dövlətin sosial-iqtisadi inkişafın təmin edilməsində ayrılmaz bir sistem kimi çıxış etməsi ilə yanaşı, dövlət sahibkarlar üçün rəqabət üçün bərabər şərait yaratmaq məqsədilə inhisarçılığını məhdudlaşdırır, həmçinin iqtisadi fəaliyyətdə iştirak etməklə bazar gəlirlərinin sosial ədalətli bölgüsünü təmin edir. Bununla yanaşı, bazar mexanizmi insanların kollektiv tələbatını tam ödəmədiyi üçün dövlət bir çox ictimai məhsul və xidmətlərin istehsalına diqqət yetirir. Təbii ki, rayonun sosial-iqtisadi sahədə inkişafının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi hər bir regionun demografik, sosial-iqtisadi və milli-mədəni inkişafı ilə bağlı məlumatların uçotu, toplanması, təhlili və yayılmasının daimi sisteminin formalaşdırılmasını tələb edir. Belə bir sistemin olması rayonun sosial-iqtisadi inkişafı üzrə proqnozların işlənilib hazırlanmasını təmin edəcək və aşağıdakı üstünlüklərə malik olacaqdır: [3; s. 107]

- regional inkişaf prioritetlərinin müəyyən olunması;
- regional dövlət siyasətinin həyata keçirilməsində dövlət orqanlarının fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi;
- ayrı-ayrı rayonlara dövlət yardımının göstərilməsi;
- regional inkişafın dövlət tənzimlənməsinin həyata keçirilməsi mexanizmlərinin seçilməsi;
- mümkün problemlərin müəyyən olunması.

Rayonun sosial-iqtisadi səviyyəsinin qiymətləndirilməsinin əsas prinsipləri aşağıdakılardır: [2; s. 90]

- ardıcılıq prinsipi - regional inkişaf komponentinin qarşılıqlı əlaqəli əsas və fərdi göstəricilər sisteminin yaradılmasını təmin edən ardıcılıq;
- reprezentativlik prinsipi - sosial-iqtisadi inkişafın əsas aspektlərini qiymətləndirmək üçün göstəricilər nümunəsinin hazırlanması;
- mürəkkəblik prinsipi - region subyektlərinin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsini xarakterizə edən bütün göstəricilərin tam əhatə olunmasının təmin edilməsi;
- uyğunlaşma prinsipi - mövcud statistik hesabatların imkanları üçün istifadə olunan göstəricilər sisteminin regionların sosial-iqtisadi inkişafının monitorinqi və proqnozlaşdırılması vəzifələrinə uyğunlaşdırılması.



Regional siyasət dövlətin aqrar, demoqrafik və digər tədbirlərin regional aspektlərini əhatə etməlidir. İstər dövlət, istərsə də regional və yerli hakimiyyət orqanları tərəfindən regionların sosial-iqtisadi vəziyyətinin yaxşılaşdırılması üçün müəyyən tədbirlər görmək lazımdır. Regionların inkişafında sosial-iqtisadi vəziyyətin müqayisəli təhlilinin aparılması, regiona dəstək verən qərarların vaxtında qəbul edilməsi, regionun inkişaf səviyyəsinin qiymətləndirilməsi üsul və üsullarının müəyyən edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Hüseyn C.A., Əhmədov M.A. İqtisadiyyatın Dövlət tənzimlənməsinin əsasları. Bakı, 2011
2. Mahmudov M.M., Mahmudova İ.M. Regionların sosial-iqtisadi inkişafının tənzimlənməsi. Bakı. 2011
3. Илаева З.М. Специфика федеральных программ поддержки регионов // Материалы III Международной научно-практической конференции «Кавказ: история и современность». Пятигорск. РИА-КМВ. 2014

#### **РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

**С.Р.Мирзаева**

[psff2023@gmail.com](mailto:psff2023@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**А.Г.Гамидов**

**Гянджинский государственный университет**

Социально-экономическое развитие любой региональной системы определяется многими существующими и создаваемыми факторами, составляющими характеристики современного состояния региональной системы. Однако задача достижения устойчивого социально-экономического развития региона пока остается недостижимой. В целом приоритеты социально-экономического развития региона создаются в результате действия природных, географических, исторических, экономических факторов, поэтому определенные таким образом приоритеты играют важную роль в выявлении и устранении существующих проблем в регионах.

#### **REGIONAL ASPECTS OF SOCIAL-ECONOMIC DEVELOPMENT**

**S.R.Mirzayeva**

[psff2023@gmail.com](mailto:psff2023@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

**A.Kh.Khamidov**

**Ganja State University**

The socio-economic development of any regional system is determined by many existing and created factors, which constitute the characteristics of the current state of the regional system. However, the task of achieving sustainable socio-economic development of the region remains unattainable so far. In general, the priorities of the socio-economic development of the region are created as a result of natural, geographical, historical, economic factors, so the priorities defined in this way play an important role in identifying and eliminating existing problems in the regions.



## XARİCİ İNVESTİSİYA QOYULUŞUNUN NƏZƏRİ METEDOLOJİ ƏSASLARI

L.S.Mehtiyeva<sup>1</sup>

[leylamehtiyeva87@gmail.com](mailto:leylamehtiyeva87@gmail.com)

N.A.Nərimanov<sup>2</sup>

Azərbaycan Texnologiya Universiteti<sup>1</sup>

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti<sup>2</sup>

Son zamanlar iqtisadiyyata dair ədəbiyyatlarda “investisiya” anlayışı get- gedə geniş şəkildə istifadə edilməyə başlanmışdır. Bu anlayış keçmiş dövürlərdəki kimi istifadə olunan “kapital qoyuluşları” və “yığım” anlayışlarını bir növ əvəz etmişdir. Müasir dövüdə iqtisadçı alimlər “yığım” və “kapital qoyuluşu” anlayışına bir növ yaxın olan “investisiya” anlayışını da daha geniş şəkildə istifadə etməyə başlamışdır.

Geniş mənada investisiyalar ölkə iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsinə və onun artımının təmin edilməsi üçün lazım olan maliyyə ehtiyatlarının təminat mexanizmini özündə cəmləşdirir. [1; s.10]

Beləliklə, bu anlayışlar arasında bəzi oxşar əlamətlər mövcud olsa da eyni zamanda onlar ciddi şəkildə bir-birindən o dərəcədə fərqlənirlər. Birinci növbədə onu vurğulamaq istədim ki, «investisiya» termini daha geniş münasibətləri əks etdirir. Yəni ki, investisiya pul vəsaitlərinin onların dəyərinin saxlanması və artırılması, gəlirin təmin olunması məqsədi ilə yerləşdirilməsini nəzərdə tutur. Investisiya anlayışının bir neçə izahı vardır: səhm və ya istiqrazların əldə edilməsini özündə əks etdirir; real aktivlərin göstərilməsində yaxından iştirak edir. Məsələn, müəyyən bir əmtəənin istehsal edilməsi və sonda satışını həyata keçirmək üçün lazım olunan məşinlər.

Beynəlxalq bazarlara açılmaq üçün müxtəlif yollara baş vurulur. Bunun üçün müxtəlif əlavə üsullar mövcuddur. Bunların içində ən geniş istifadə olunan vasitə aşağıdakılardır:

- mövcud və ya yeni istehsal sahələrinə kapital qoyuluşu;
- ticarət markalarının, lisenziya, patent və digər qeyri-material hüquqların alınması;
- xarici qiymətli kağızların alınması;
- məhsulların ixracı;

Qeyd etmək istədim ki, kapital anlayışlarına portfel və birbaşa kapital anlayışları daxildir. Burada birbaşa kapital anlayışı dedikdə, xarici investorların istehsala kapital qoyulması və onlara nəzarəti həyata keçirən səhm paketinin əldə edilməsi nəzərdə tutulur.

Birbaşa xarici investisiyaların bir sıra əhəmiyyətli xüsusiyyətləri vardır. Məsələn, ixrac məhsullarının qiymətləndirilməsində yaxından iştirak edir.

Onuda qeyd etmək istədim ki, xarici investiyalı firmalara öz işinin mütəxəssisi olan yüksək ixtisaslı işçi qüvvələrinə ehtiyac vardır. Bu isə əhəlinin rifahının yaxşılaşdırılmasında əvəzsiz rol oynayır.

Bu vəziyyətdə mümkün olan gəlir və risk əmanətçinin istehsal qabiliyyətindən deyil, onun gələcəyi görmə qabiliyyətindən asılı olacaqdır. [2; s.561]

Milli qanunvericilikdə isə investisiyalar bir az başqa növ izah olunur. Azərbaycan Respublikasının Investisiya fəaliyyəti haqqında Qanununda müəyyən edilmişdir ki, investisiya - gəlir (mənfəət) və ya sosial səmərə əldə etmək məqsədi ilə sahibkarlıq və

digər fəaliyyət növləri obyektlərinə qoyulan maliyyə vəsaitindən, habelə maddi və intellektual sərvətlərdən ibarətdir. [3]

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Kaşiyeva F. “Azərbaycan banklarının investisiya fəaliyyətinin prioritet istiqamətləri” 2015
2. [www.economy.gov.az](http://www.economy.gov.az) – Azərbaycan Respublikası İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin rəsmi saytı. Xarici investisiyalar
3. “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı şəhəri. 13 yanvar 1995-ci il. № 952. Qanunu. Bakı şəhəri. 13 yanvar 1995-ci il. № 952
4. Барышева А.В. и др. Инновации Москва. 2009. 384 с.

### **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНОСТРАННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ**

**Л.С.Мехтиева<sup>1</sup>**

[leylamehtiyeva87@gmail.com](mailto:leylamehtiyeva87@gmail.com)

**Н.А.Нариманов<sup>2</sup>**

**Азербайджанский Технологический Университет<sup>1</sup>**

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет<sup>2</sup>**

В широком смысле инвестиции включают в себя механизм предоставления финансовых ресурсов, необходимых для развития и роста экономики страны.

### **THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF FOREIGN INVESTMENT**

**L.S.Mehtiyeva<sup>1</sup>**

[leylamehtiyeva87@gmail.com](mailto:leylamehtiyeva87@gmail.com)

**N.A.Narimanov<sup>2</sup>**

**Azerbaijan technology university<sup>1</sup>**

**Azerbaijan State Agrarian University<sup>2</sup>**

In a broad sense, investments include a mechanism for providing financial resources necessary for the development and growth of the country's economy.



## HEYƏTİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ İQTİSADI METODLARIN TƏSİRİ

S.V.Əkbərova

[akberovas1999@mail.ru](mailto:akberovas1999@mail.ru)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

İdarəetmədə iqtisadi idarəetmə üsulları arzu olunan nəticələrə nail olmaq üçün işçilərin münasibət və maraqlarına təsir göstərməyə imkan verir. Onların tək cə müəssisənin deyil, həm də dövlətin və hər bir işçinin maraqlarını nəzərə almaları vacibdir.

İdarəetmənin iqtisadi üsulları iqtisadi qanunların fəaliyyətinə əsaslanır və təşkilatların və işçilərin əmlak mənafeələrinə təsir göstərir.

Heyətin idarə edilməsinin iqtisadi üsulları idarəetmə təsirinin dolayı təbiətinə malikdir, yəni tətbiq edildikdə avtomatik nəticələrə etibar etmək olmaz, bu da onların təsirinin gücünü və effektivliyini müəyyən etməyi çətinləşdirir.

Bu üsullar insanların davranışının maddi motivlərindən istifadəyə əsaslanır və onlara qarşı əsas tələblər bunlardır:

- fərdiləşdirmə, yəni hər bir işçi öz işinin yekun nəticələrinə görə layiq olduğu şeyi almalıdır;
- fərdi maddi mükafatların formalaşdırılması üçün vahid sistemin olması.

Şəxsi iqtisadi təsirin ölçüsünü və üsullarını təyin edərkən, işçilərin rifahının bütün təşkilat üçün səmərəlilik mənbəyi kimi nəzərdən keçirilməli olduğu mövqedən çıxış etmək lazımdır. [1]

Heyətin iqtisadi motivasiyası üç əsas komponentdən ibarətdir:

- 1) birbaşa maddi mükafat, o cümlədən əmək haqqı, mükafatlar (bonuslar), mənfəətin bölüşdürülməsi;
- 2) sosial müavinətlər, o cümlədən: maddi-texniki bazadan şəxsi məqsədlər üçün güzəştli qiymətlərlə istifadə etmək imkanı (məsələn, avtomobil, kompüter icarəsi və s.); ərzaq subsidiyaları; təşkilatın mallarını (xidmətlərini) daxili qiymətlərlə almaq imkanı; təhsil haqqının ödənilməsində yardım; müxtəlif kurslarda öyrənmə imkanlarının təmin edilməsi; müxtəlif klublara (idman, sosial və s.) üzvlük imkanı; müxtəlif sığorta və tibbi xidmətlərin göstərilməsi; ödənişli məzuniyyətlərin və işdən başqa fasilələrin verilməsi; pensiya təminatı;
- 3) cərimələr.

Heyətin idarə edilməsinin iqtisadi metodlarının əsasını əmək haqqı təşkil edir ki, bu da təşkilatın işinin nəticəsi üçün işçi ilə bağlı öhdəliklərinin pulla yerinə yetirilməsidir. Müəssisənin gəlirlərinin vəziyyətindən asılı olmayaraq işçinin qanuni olaraq onu almaq hüququ vardır.

Əmək haqqına münasibətdə bu öhdəlik əmək qanunvericiliyində təsbit olunmuş əmək münasibətlərinin əsasını təşkil edir. Əmək haqqı işçi və işəgötürən üçün əsaslı şəkildə fərqli cəhətlərə malikdir, burada bu iki tərəfin əks iqtisadi maraqları toqquşur. İşəgötürən üçün o, məsrəfləri təmsil edir və beləliklə, ayrıca götürüldükdə, müəssisənin uğuruna və likvidliyinə mənfi təsir göstərir. İşçi üçün əmək haqqı ümumiyyətlə əsas gəlir mənbəyidir və bununla da onun həyat səviyyəsinin maliyyə əsasını təşkil edir, sosial həyatda iştirak etmək imkanı yaradır. [2]

Fərdi işçiyə tətbiq edilən mükafat, kateqoriyalara və ya əmək haqqı formalarına bölünə bilən ədalətli əmək haqqının təşkilinin müxtəlif elementlərinin məcmusundan ibarətdir.

Əgər işçinin əməyinin gözlənilən nəticəsini ödəmək lazımdırsa, onda bu əməyin ekvivalentinin səbəbli tərifi istifadə edilir. Bu ekvivalentin dəyəri əmək xərclərini və ya işçi üçün tələbləri və onun yerinə yetirdiyi işi birləşdirir. Əmək haqqının səbəb ekvivalentinin köməyi ilə əməyin gözlənilən nəticəsi həvəsləndirilir.

Mədəniyyət sahəsində təşkilatlar səviyyəsində tətbiq edilən iqtisadi üsullar, əsasən, xidmətlərin qiymətlərinin müəyyən edilməsi, özünütəminat, məsrəflərin uçotu, rentabellik kimi alətlərdən istifadədən ibarətdir. Heyətin idarə edilməsinin iqtisadi üsulları insanın öz ehtiyacları olan bir fərd olduğunu başa düşməyə əsaslanır. Məhz bu ehtiyaclar onları təkcə işləməyə deyil, həm də yaxşı işləməyə sövq edən əsas motivasiyaya çevrilir. [3]

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Proxorova V.V., Kolomyts O.N., Kobozeva E.M. İdarəetmə: dərslik. müavinət. – Krasnodar. 2017. 419 s.
2. Belova E.O. İntellektual kapital təşkilatların inkişafında strateji amil kimi // Elmi-metodiki elektron jurnal Konsepsiya. 2016. - № S6. - S. 19-24.
3. Kobozeva E.M., Kravçenko D.B. İşçilərin əmək motivasiyası müəssisənin effektiv idarə olunması amili kimi // Müasir cəmiyyətlərin inkişafının aktual məsələləri. VI Beynəlxalq Elmi-Praktik Konfransın elmi məqalələr toplusu. 2016. - S. 144-147.

### **ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ**

**С.В.Акбарова**

[akberovas1999@mail.ru](mailto:akberovas1999@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Экономические методы управления в менеджменте позволяют воздействовать на установки и интересы сотрудников для достижения желаемых результатов. Важно, чтобы они учитывали интересы не только предприятия, но и государства и каждого работника.

Экономические методы хозяйствования основаны на действии экономических законов и затрагивают имущественные интересы организаций и работников.

### **EFFECT OF ECONOMIC METHODS IN STAFF MANAGEMENT**

**S.V.Akbarova**

[akberovas1999@mail.ru](mailto:akberovas1999@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

Economic management methods in management allow influencing the attitudes and interests of employees to achieve desired results. It is important that they take into account the interests of not only the enterprise, but also the state and each employee.

Economic methods of management are based on the operation of economic laws and affect the property interests of organizations and employees.





## TEKSTİL MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ KEYFİYYƏTİN YÜKSƏLDİLMƏSİNİN İQTİSADI SƏMƏRƏSİ

A.Ə.Hüseynov

[azeraz@mail.ru](mailto:azeraz@mail.ru)

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

Müasir istehsal şəraitində məhsulun keyfiyyəti müəssisənin rentabelliyində səmərəliliyin vacib tərkib hissəsidir. Buna görə də ona daima diqqət ayırmaq vacibdir. Müəssisənin rəhbərliyindən başlayaraq ixtiyari əməliyyatın konkret icraçısına qədər istehsal prosesində bütün iştirak edənlərin hamısı keyfiyyətli məşğul olmalıdır. Bu şəraitdə məhsulun keyfiyyətinin kompleks idarə edilməsinin və istehsalın səmərəliliyinin əhəmiyyəti artır. Müxtəlif müəssisələrdə fəaliyyətdə olan keyfiyyətin idarə olunması sistemi individualdır. [1-2]

Buna baxmayaraq dünya elmi və təcrübəsi bu sistemin ümumi əlamətlərini və həmçinin hər birindən istifadə oluna bilən metod və prinsipləri formalaşdırmışdır. Xalq təsərrüfatına, əhaliyə və ixraca istehsal olunan məhsula progressiv tələbləri müəyyənləşdirir. Hal-hazırda keyfiyyət məhsulun orbitində (ətrafında) təqdim olunan istehlakçıya orientasiya olunmaqdır. Buna uyğun olaraq keyfiyyət istehlakçının ehtiyacına və onun gözləntisinə aid edilməlidir: [3-4]

- istehlakçı məhsulu onun üçün alır ki, özünün spesifik tələbini ödəsin və öz problemini həll etsin;

- istehlakçı məhsulu alanda və istifadə edəndə qiyməti.

İstehlakçı alternativ təklifləri müqayisə edərək, onların hər birindən qiymət və dəyər nisbəti onu qane edəcək ekvivalenti ölçür. Deməli, bazarda konkurentlik aparan kompaniya bu məsələlər üzərində çalışmalıdır ki, bu nisbəti artırsın. İstehlakçı üçün məhsulun keyfiyyəti yerinə yetirmə dərəcəsi və səmərəli fəaliyyətinin dərəcəsidir və belə məhsulun qiyməti onun xarakteristikası yaxşılaşdıqca eyni ölçüdə yüksəlir. [5]

Məhsulun keyfiyyətinin idarə olunması və onun yüksəldilməsi üçün keyfiyyət səviyyəsini qiymətləndirmək lazımdır. Məhsulun keyfiyyətinin kəmiyyətə qiymətləndirilməsi əlaqəli fəaliyyət sahəsi kvalimetriya adlanır. Məhsulun səviyyəsinin və keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsi sistemində vacib idarəedici təsirin emalı üçün əsasdır. Məhsulun keyfiyyət səviyyəsinin qiymətləndirilməsi üçün keyfiyyət göstəricilərindən istifadə edilir. Keyfiyyətin yüksəldilməsinin planlaşdırılması zamanı müəssisənin maliyyə və istehsal imkanlarının nəzərə alınması vacibdir. Eyni bir göstərici buraxılan məhsuldan asılı olaraq müəssisə üçün müxtəlif dərəcəli əhəmiyyətə malik ola bilər. [6]

İqtisadi meyar kimi məhsulun keyfiyyəti müəssisəsinin işində əhəmiyyətli dərəcədə maya dəyəri, qiyməti, gəliri və rentabellik kimi iqtisadi göstəriciləri formalaşdırır. Keyfiyyətin yaxşılaşdırılmasından iqtisadi səmərə aşağıdakı kimi istifadə oluna bilər: [7]

$$I_{səm} = G - X = G - (3_d + 3_e),$$

burada  $I_{səm}$  - iqtisadi səmərə;

X - xərclər;

$X_n$  - iqtisadi səmərəyə nail olunan xərclər;

$X_{is}$  – istismara sərf olunan xərclər;

G – gəlirdir.

İstehsalın səmərəsi hətta bəzi hallarda realizə olunan həcmnin azaldılması zamanı yüksələ bilər. Amma bu o vaxt mümkündür ki, istehsal və realizasiya həcmnin azalma tempi məhsulun keyfiyyətinin yüksəlmə tempindən az olsun.

Məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və müəssisənin iqtisadi səmərəsinin təyini üçün aşağıdakılar vacibdir: [7]

- keyfiyyətin yaxşılaşdırılması üçün əlavə olaraq cari və birdəfəli xərclər vacibdir;

- məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsindən müəssisə iqtisadi səmərəni istehlakçıdan alır. Bu halda məhsul realizə olunur və istehsalçı gəlirini artırır.

Qənaəti zay məhsulun sayının azaldılması əsas götürməklə hesablamaq məqsədəuyğun hesab olunur.

Keyfiyyətin yaxşılaşdırılmasından müəssisə məhsulun buraxılışının və realizasiyasının artırılmasından, realizasiya qiymətinin artırılmasından, idxalın artırılmasından iqtisadi gəlir əldə edir. Nəticə bu faktorlar əlavə qazancın alınmasında özünü göstərir. Bunu isə aşağıdakılar nəzərə alınmaqla təyin etmək olar: [8]

- istehsaldan və realizasiyanın həcminin artırılmasından alınan əlavə gəlir;
- realizasiya qiymətinin artırılmasından alınan əlavə gəlir;
- məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması ilə əlaqəli istehsala və realizasiyaya əlavə xərcdən;
- zay məhsulun miqdarının azaldılması ilə əlaqədar istehsala qoyulan xərcin azaldılması həddi ilə.

Məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasından alınan illik iqtisadi səmərə də aşağıdakı göstəricilər nəzərə alınmaqla hesablanabilir:

- kapital qoyuluşunun səmərəliliyin normativ əmsalı;
- məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına vacib olan kapital qoyuluşu.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Hairulliza Mohamad Judi, Ruzzakiah Jenal, Devendran Genasan. Quality Control Implementation in Manufacturing Companies: Motivating Factors and Challenges. InTech China, 2011. URL: <http://cdn.intechopen.com/pdfs-wm/14857.pdf> (дата обращения 01.06.2016).
2. Экономическая энциклопедия. Классификация показателей качества. URL: <http://www.ngpedia.ru/id86022p1.html> (дата обращения 03.06.2016).
3. Электронный ресурс «менеджменте качества» // Аудит СМК, стандарты ISO 9000. URL: <http://www.kpms.ru/standart.htm> (дата обращения 12.05.2016).
4. Электронный научный журнал «Портал дистанционного консультирования малого бизнеса». URL: <http://www.dist-cons.ru/> (дата обращения 13.05.2016)
5. (ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения)
6. (ISO 9000 - Международная организация по стандартизации. Разработчик и издатель международных стандартов.)
7. [https://standartgost.ru/g/%D0%93%D0%9E%D0%A1%D0%A2\\_4.51-87](https://standartgost.ru/g/%D0%93%D0%9E%D0%A1%D0%A2_4.51-87)
8. <http://www.grandars.ru/college/biznes/pokazateli-kachestva-p.html>

#### **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА НА ТЕКСТИЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**А.А.Гусейнов**  
[azeraz@mail.ru](mailto:azeraz@mail.ru)

#### **Азербайджанский Государственный Экономический Университет**

Исследованы повышение качества продукции, общая эффективность производства, источник экономического роста, важные направления интенсивного развития экономики. Показано, что управление качеством продукции базируется на стандартизации, включающей в себя нормативно-техническую основу. В целях определения, обеспечения и поддержки качества продукта управления качеством на необходимом уровне, его создания, были проанализированы нормативно-технические мероприятия по управлению качеством.

#### **ECONOMIC EFFICIENCY OF QUALITY IMPROVEMENT IN TEXTILE ENTERPRISES**

**A.A.Huseynov**  
[azeraz@mail.ru](mailto:azeraz@mail.ru)

#### **Azerbaijan State Economic University**

Product quality improvement, general production efficiency, source of economic growth, important directions of intensive economic development were investigated. It is shown that product quality management is based on standardization, which includes a normative-technical basis. In order to determine, ensure and support the quality of the quality management product at the necessary level, its creation, quality management normative-technical activities were analyzed.



## ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Л.Ю.Рзаева

[rzaevaleyla@yandex.ru](mailto:rzaevaleyla@yandex.ru)

### Азербайджанский Технологический Университет

Сегодня опытные и успешные банки понимают важность эффективных стратегий обучения и развития персонала для достижения конкурентных преимуществ и улучшения качества обслуживания клиентов. Пандемия повлияла на рынок финансовых технологий, заставив его внедрять новые технологии в индустрии финансовых услуг. Поскольку современные тенденции требуют современных решений, предприятия сейчас обращаются к высокотехнологичным решениям для обучения, которые состоят из множества методов

Один из подходов к совершенствованию системы отбора и корпоративного обучения линейного персонала в банковской сфере основан на использовании международного опыта. Этот подход основан на изучении лучших практик обучения и развития персонала в мировых банковских компаниях, адаптации этих методов к местным условиям и реализации их в банках. Обучение и развитие персонала являются ключевыми факторами успеха банковской сферы. А для достижения успеха необходимо использовать эффективные стратегии и практики обучения. Несколько таких стратегий приведены в таблице 1.

Таблица 1

#### Эффективные стратегии обучения и развития персонала

Тип обучения	Характеристика
Смешанное обучение	комбинация онлайн-обучения и традиционного классического обучения
Геймификация	использование игровых механизмов и элементов в обучении с целью повышения мотивации и интереса сотрудников к обучению
Цифровое обучение	использование современных технологий и интерактивных средств для обучения, например, вебинары, онлайн-курсы, симуляторы и мобильные приложения
Микрообучение	короткие уроки, которые можно получить в любое время и в любом месте с помощью мобильных устройств. Этот метод, который включает предоставление обучающего контента в виде коротких фрагментов информации, разбитых на отдельные модули. Каждый модуль обычно занимает до 10 минут и сфокусирован на достижении одной конкретной учебной цели за раз.

Однако с появлением новых технологий и изменением условий на рынке, постоянно возникают новые подходы и методы обучения и развития персонала в банках, что требует постоянного изучения и анализа.

Некоторые из лучших практик применения этих стратегий в банковской сфере включают проведение онлайн-курсов и вебинаров, создание виртуальных симуляций и обучающих игр, применение мобильных приложений и микрообучающих курсов. Использование симуляторов в обучении сотрудников банка - это один из инновационных подходов к обучению и развитию персонала в банковской сфере.

Быстрые темпы технического прогресса, которые были заметны еще до начала пандемии COVID-19, привели к тому, что навыки, необходимые для выполнения повседневной работы, быстро меняются. С началом пандемии и внедрением новых методов работы этот процесс ускорился еще больше. По данным исследования, проведенного консалтинговой фирмой McKinsey, к 2030 году более 45% мирового трудового потенциала будет нуждаться в переквалификации. [5]

Один из крупнейших банковских компаний Испании BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria) использовал симуляторы для обучения своих сотрудников по всему миру. Отмечу, что третий год подряд BBVA получает наивысшую оценку в категории европейских банков и вторую по величине оценку в мире в последнем индексе устойчивости Доу-Джонса — эталонном глобальном эталоне устойчивости. Симуляторы позволили сотрудникам банка пройти обучение, получив практический опыт работы с новыми продуктами и услугами, такими как банковские кредитные карты и кредитные продукты. Использование симуляторов в обучении позволило банку BBVA повысить эффективность обучения и ускорить процесс внедрения новых продуктов и услуг на рынок. Кроме того, симуляторы позволяют сотрудникам банка получить более полное понимание потребностей клиентов и лучше понимать, как работают продукты и услуги, которые они предлагают.

Использование симуляторов является одной из эффективных стратегий обучения и развития персонала в банковской сфере, которая позволяет сотрудникам банка получать практический опыт работы с новыми продуктами и услугами без риска для банка и клиентов.

Существует несколько способов, как банки могут приобрести симуляторы в обучении сотрудников.

Во-первых, банки могут разработать свои собственные симуляторы, обучающие программы и электронные обучающие курсы. Это требует значительных инвестиций в разработку и тестирование программного обеспечения, а также персонала, способного создавать такие программы.

Во-вторых, банки могут приобрести готовые симуляторы и программное обеспечение от специализированных поставщиков. Например, компании-разработчики программного обеспечения, такие как SAP, Oracle, IBM, могут предоставлять готовые обучающие программы и симуляторы.

В-третьих, банки могут арендовать оборудование и программное обеспечение для проведения обучения и тренировок. Например, существуют компании, предоставляющие обучающие симуляторы для банков и других финансовых учреждений на условиях аренды.

Независимо от того, какой способ выбрать, важно выбрать симуляторы, которые наилучшим образом соответствуют потребностям банка и его сотрудников в обучении и развитии.

Таким образом, рассмотренные подходы могут не только улучшить компетенции сотрудников, но и способствовать более эффективному

использованию времени и ресурсов, что может значительно повысить эффективность обучения и развития персонала в банковской сфере.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. "Microlearning: A New Way to Develop Bank Employees" (Ghosh and Sen, 2020).
2. <https://learnsure.ai/microlearning-for-banking-and-finance/>
3. <https://www.bbva.com/en/corporate-information/>
4. <https://www.bbva.com/en/reskilling-bbva-trains-its-employees-in-new-strategic-skills/>
5. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/global-banking-annual-review>
6. Islam M., Ahmed S., Kabir M.R., Ali M.A. Digital Learning: An Innovative Approach to Employee Development in Banking. Journal of Human Resources Management and Labor Studies. 7(2). (2019). 146-167.
7. Международный журнал обучения и развития 22 (4). Gamification of employee training and development. Michael B. Armstrong and Richard N. Landers. [https://www.researchgate.net/publication/324433185\\_Gamification\\_of\\_employee\\_training\\_and\\_development\\_Gamification\\_of\\_employee\\_training](https://www.researchgate.net/publication/324433185_Gamification_of_employee_training_and_development_Gamification_of_employee_training)

#### **BANK SEKTORUNDA EFEKTLİ KADR TƏLİMİ VƏ İNKİŞAF STRATEGİYALARI**

**L.Y.Rzayeva**

[rzaevaleyla@yandex.ru](mailto:rzaevaleyla@yandex.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Tezisdə bank sahəsində çalışan işçilərin bacarıqlarını yaxşılaşdırma bilən və personalın təlim və inkişafını effektivləşdirə bilən zaman və resursların daha yaxşı istifadəsinə kömək edən yanaşmalar araşdırılıb.

#### **EFFECTIVE STRATEGIES FOR TRAINING AND DEVELOPMENT OF PERSONNEL IN THE BANKING INDUSTRY**

**L.Y.Rzayeva**

[rzaevaleyla@yandex.ru](mailto:rzaevaleyla@yandex.ru)

**Azerbaijan Technological University**

The thesis explores approaches that can improve the competencies of employees working in the banking sector and enhance the effectiveness of training and development of personnel by facilitating better use of time and resources.





**AZƏRBAYCAN YÜNGÜL SƏNAYE SAHƏLƏRİNİN İNVESTİSİYALAŞMASINDA  
BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏNİN ROLU**

**Ş.R.Abbasova**

[sehla.abbasova.2018@mail.ru](mailto:sehla.abbasova.2018@mail.ru)

**Y.K.Quliyeva**

**Gəncə Dövlət Universiteti**

Azərbaycanda infrastrukturun təkmilləşdirilməsi işləri son vaxtlar qeyri-neft sektorunun düzgün investisiyalaşmasına və inkişafına müsbət təsir etmişdir. Bu sahədə inkişaf etmiş ölkələrin investisiyası, təcrübələri və dəstəyindən istifadə etmək olduqca əlverişli bir seçimdir. “Gələcəyə Baxış: 2020” İnkişaf Konsepsiyası, “Milli İqtisadiyyatın Əsas Sektorları üçün Strateji Yol Xəritəsi” qeyri-neftsektoru kimi yüngül sənayenin inkişafında ən prioritet sahələri və şaxələndirmənin zəruriliyini aşlıyır. Qeyri-neft sahəsi olan yüngül sənayenin inkişafı bölgələrin sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsində, eyni zamanda dövlət büdcəsinin gəlirlərinin artırılmasında və idxalın əvəz edilməsinə köməklik göstərir. Bunlara əsaslanaraq “Azərbaycanın bütün bölgələrində qeyri-neft sektoru kimi yüngül sənayenin düzgün diversifikasiyası olduqca vacibdir.

Qeyri-neft sektorunun inkişafını, ixracı stimullaşdırmaq, iqtisadiyyatı inkişaf etdirmək məqsədilə inkişaf etməkdə olan ölkələrin və digər inkişaf etmiş ölkələrin beynəlxalq təcrübəsindən istifadə edilməlidir. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ABŞ-ın ikinci dünya müharibəsinin ardınca Qərbi Avropa ölkələrinə və digər ölkələrə (xüsusən İngiltərə, Fransa, habelə Qərbi Almaniya) göstərdiyi maliyyə yardımlarını misal göstərmək olar. Bu yardımın ümumi məbləği 90 milyard dollar təşkil etmiş və bu maliyyə yardımı birbaşa kapital qoyuluşları və kreditlər şəklində yönəldilmişdir. [1]

Marşal Planı Qərbi Avropa sənayesinin inkişafına, beynəlxalq ticarətə və valyutalarının güclənməsinə müsbət təsir göstərmişdir. Beynəlxalq kreditləşmə beynəlxalq iqtisadi sistemin güclənməsi, istehsalın beynəlmilləşməsi, beynəlxalq əmək bölgüsünün daha da dərinləşməsi, habelə beynəlxalq capital axınının sürətlənməsi ilə nəticələnir.

Azərbaycan Respublikası 2020- ci ildə milli iqtisadi maraqlara əsaslanan iqtisadi inkişaf strategiyası qəbul etmişdir. Hal-hazırda ölkəmiz digər ölkələrlə beynəlxalq əməkdaşlığı daha da gücləndirərək, qeyri-neft sektorundakı mövcud vəziyyət bu sektorun digər sahələrinin inkişaf tempinin realıqlarını tam əks etdirmədiyini göstərir. Rabitə və nəqliyyat sahəsinə qoyulan hər 1 manatın 4,7 manat əlavə ÜDM yaratması qeyri-neft sektorunun kreditləşdirilməsi sayəsində bu sektorun ixrac potensialının inkişafının göstəricisidir.

İqtisadiyyata qoyulan xarici investisiyalar istehlak malları və xidmət istehsalının artırılmasına, yeni texnologiyaların, qabaqcıl idarəetmə sahələrinin mənimsənilməsinə və real bazar münasibətlərinə uyğun bir infrastrukturun yaradılmasına imkan verir. Xarici ölkələrdən alınan borc və kreditlərdən fərqli olaraq xarici investisiyalar xarici kreditlər üçün əlavə bir yük yaratmamaqla yanaşı investorların ölkə iqtisadiyyatına sərmayəsini formalaşdırır. [2]

Qeyri-neft sektoruna investisiya yatırımı edən ölkələrin marağı xeyli artmışdır, belə ki, Türkiyə, Yaponiya, Hollandiya, ABŞ, Almaniya, Rusiya, İngiltərə, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, İsveçrə, İtaliya, Fransavə İran ön sıralarda yer alır. Həmçinin Avropa Birliyi və beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən Azərbaycana göstərilən yardımlar xüsusi yer tutur.



Mənbə: <http://gov.state.az/files/k/5.pdf-Qeyri-neftsektoru2020>.

2020- ci ilin fevral-mart aylarında əsas kapitalla qoyulan investisiya həcmi 4908,7 milyonmanat, yəni 2019-cu ilin müvafiq dövrünə nisbətən 2,9% azalmışdır.

Beynəlxalq təcrübə kimi BƏƏ-nin təcrübələrindən geniş şəkildə istifadə olunmağa başlanmışdır ki, bunlara sənaye parkları və məhəllələrinin yaradılması, xalçaçılığın genişləndirilməsini misal göstərə bilərik. Azərbaycanda bu sahədə çoxlu tədbirlər görülmüş, sənaye parkları və məhəllələrinin yaradılması ölkəmizdə qeyri-neft sektorunun inkişafı prosesində mühüm rol oynamaqdadır. [3] Prezidentimiz İ.Əliyev Nazirlər Kabinetinin 2019-cu ilin birinci rübündə sosial-iqtisadi inkişafının yekunlarına və qarşıda duran vəzifələrə həsr edilmiş iclasında qeyri-neft sektorunun inkişafının vacibliyini və bu sahədə beynəlxalq zəmində dünya təcrübəsinin vacibliyini qeyd etmişdir: “Sənaye parklarında sakinlərin sayı təxminən 50 nəfərdir. Sənaye parklarının yaradılması öz effektivliyini artıq göstərir: Hal-hazırda bu parklarda həyata keçirilən və həyata keçiriləcək layihələrin ümumi dəyəri 3,7 milyard dollar dəyərindədir. [4]

Qeyri-neft sektorunun vacib sahələrindən biri olan xalçaçılığın genişləndirilməsi diqqət mərkəzindədir. Prezidentin tapşırığı ilə 10 bölgədə xalça emalatxanaları artıq istifadəyə verilərək, daha 10 emalatxana, 5 yun və boya qəbul məntəqələri, həmçinin Sumqayıt Kimya Sənaye Parkında rəngləmə fabriki inşa olunmuşdur. Fabrik yerli xammala əsaslanan iplik istehsalına başlamışdır həmçinin, 10 xalça emalatxanasının tikintisi 2019-cu ildə başa çatmış və 30 atelye fəaliyyətə başlamışdır. [5]

Qeyri-neft sektoru olan Yüngül sənayedə istehsal prosesini sürətləndirmək və hədəflərə çatmaq məqsədi ilə aşağıdakı vəzifələr nəzərdə tutulur:

- İnkişaf amillərini nəzərə alaraq qeyri-neft sənayesində, texniki bazanın, qeyri-neft sənayesinin infrastrukturunun modernləşdirilməsinin sürətləndirilməsi;
- Qabaqcıl texnologiyaya dair transfer sisteminin qurulması, risk müəssisələri üçün dəstək mexanizminin göstərilməsi;
- Neft ölkələrində qeyri–neft sənayesinin inkişaf modellərindən istifadə edilməsi;
- Qeyri-neft sənayesi üçün təkmilləşdirilmiş yenilik strukturu və sistemi formalaşdırılması.

Azərbaycanda qeyri-neft sektoruna xarici investisiyaların artırılması üçün təşviqlər tətbiq edilməli və qeyri-neft yönümlü sektorun inkişafı üçün dövlət-özəl investisiya əməkdaşlığı daha da inkişaf etdirilməlidir.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. [https:// www.stat.gov.az/news/index.php?id](https://www.stat.gov.az/news/index.php?id).
2. <http://gov.state.az/files/k/5.pdf-Qeyri-neftsektoru2020>.
3. [https:// www.stat.gov.az/news/index.php?id](https://www.stat.gov.az/news/index.php?id).
4. <https://www.stat.gov.az/news/macroecopage=8&arxiv=1–DövlətStatistikaKomitəsiməlumatları2021>.
5. [https:// www.stat.gov.az/news/index.php?id](https://www.stat.gov.az/news/index.php?id).

### **РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА В ИНВЕСТИЦИИ ОБЛАСТЕЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ АЗЕРБАЙДЖАНА**

**Ш.Р.Аббасова**

[sehla.abbasova.2018@mail.ru](mailto:sehla.abbasova.2018@mail.ru)

**Ю.К.Гулиева**

**Гянджинский государственный университет**

В последнее время работы по улучшению инфраструктуры в Азербайджане оказали положительное влияние на надлежащее инвестирование и развитие не нефтяного сектора. Это был очень благоприятный вариант использования инвестиций, опыта и поддержки развитых стран в этой области. «Взгляд в будущее: 2020», «Концепция развития», «Стратегическая дорожная карта по основным отраслям национальной экономики» закрепляют наиболее приоритетные направления развития легкой промышленности, такие как не нефтяной сектор, и необходимость диверсификации. Развитие мелкой промышленности, не являющейся нефтяной отраслью, будет способствовать ускорению социально-экономического развития регионов, одновременно увеличивать доходы государственного бюджета и способствовать замещению импорта. Исходя из этого, «очень важна правильная диверсификация легкой промышленности как не нефтяного сектора во всех регионах Азербайджана.

### **THE ROLE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE IN INVESTMENT OF AZERBAIJAN LIGHT INDUSTRY AREAS**

**Sh.R.Abbasova**

[sehla.abbasova.2018@mail.ru](mailto:sehla.abbasova.2018@mail.ru)

**Y.K.Guliyeva**

**Ganja State University**

Recently, infrastructure improvement work in Azerbaijan has had a positive impact on proper investment and development of the non-oil sector. It was a very favorable option for using investments, experience and support from developed countries in this area."Looking to the Future: 2020", "Development Concept", "Strategic Roadmap for the Main Sectors of the National Economy" reinforce the most priority areas for the development of light industry, such as the non-oil sector, and the need for diversification. The development of small industry, which is not the oil industry, will help accelerate the socio-economic development of the regions, at the same time increase state budget revenues and promote import substitution. Based on this, "the correct diversification of light industry as a non-oil sector in all regions of Azerbaijan is very important.



## **İNNOVASİYALARI NƏZƏRƏ ALMAQLA BAZARA NÜFÜZ ETMƏ STRATEGİYASININ HAZIRLANMASI**

**L.Ş.Həsənlı**

[hv0020@mail.ru](mailto:hv0020@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Marketing anlayışı bütün dünyada hələ 20-ci əsrin əvvəllərindən məlumdur. Ötən dövr ərzində o, tərifiindən tutmuş fəaliyyət istiqamətinin reallaşdırılmasında istifadə olunan alətlərə qədər böyük dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Müasir dövrdə marketing kompaniyanın öz fəaliyyətini reallaşdırdığı sferadan asılı olmayaraq istənilən biznes fəaliyyətində ən mühüm komponentlərdən biridir. Marketing sahəsində çoxlu müxtəlif strategiyalar var ki, bu anlayışdan keyfiyyətə istifadə etməyə şərait yaradır. Hal-hazırkı dövrdə bu strategiyaların bir çoxunun forması dəyişir və yeni forma alır. Texnologiyalar əsərində marketing strategiyalarının maksimal tez müddətdə tətbiq edilməsi və çevik vəziyyətə gətirilməsi çox mühümdür, belə ki, dəyişikliklər qəflətən və böyük sürətlə baş verə bilər. Əgər tam marketing sahəsindən söhbət gedirsə, bazara daxil olma çox vacibdir. İndiki şəraitdə bu prosesə və bazara daxil olma strategiyalarına çox diqqət yetirmək lazımdır. Doğrudur marketing və bazara nüfuz etmə sahəsində çoxlu sayda elmi əsərlər var, qanunlar və aktlar qəbul edilib, bütün dünya dövlətləri, o cümlədən Azərbaycan Respublikası tərəfindən də bu sahəyə daimi diqqət yetirilir. Buna baxmayaraq tədqiqatın mövzusu ilə bağlı yerli bazarımız, xüsusilə də marketing bazarı ilə əlaqədar məlumatlar qıtdır. Marketing sahəsində bazara daxil olma prosesində ən mühüm elementlərdən biri də innovasiyalar və onların tətbiqidir. Bu məsələnin həllində gecikmə olma, çünki xüsusilə son illər innovasiyaların həm həcmi, həm də keyfiyyəti bütün bazarlarda və bütün sahələrdə çox fəal və aktiv dəyişir.

Tədqiqat işinin əsas məqsədi kompaniyalara bazara daxil olmanın səmərəli marketing strategiyasını hazırlamaqda köməklik göstərməkdir. Hesab edirik ki, kompaniyalar aşağıdakı məsələləri həll etməklə yuxarıda qeyd etdiyimiz məqsədə qismən nail ola bilərlər.

- İnnovasiyaların və bazara daxil olma strategiyasının nəzəri-metodoloji əsaslarını müəyyən etmək;
- Bazar segmentlərini və marketing strategiyalarını öyrənmək, həmçinin yenilərini müəyyən etmək;
- Kompaniyanın daxili və xarici mühitini təhlil etmək;
- Kompaniyanın bazara daxil olma strategiyalarını tədqiq etmək, bu strategiyaları və marketing fəaliyyətini qiymətləndirmək;
- İnformasiya texnologiyalarından istifadə etməklə marketing strategiyalarının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərini öyrənmək.

İlk iki məsələ həll olunduqdan sonra marketing sahəsində kompaniyanın bazara yeni daxil olma strategiyası hazırlanmalıdır. Bu məqsədlə həm kompaniyanın, həm də kompaniyanın marketing strategiyasının təhlili aparılmalıdır. Kompaniyanın təhlili zamanı həm daxili, həm də xarici mühit təhlil olunmalıdır. SWOT və PESTLE təhlillərdən istifadə etməklə kompaniyanın xarici mühiti haqqında tam təsəvvür və kompaniyadan kənarında baş verən hadisələr haqqında məlumat əldə etmək olar. Kompaniyanın yeni bazara daxil olma strategiyası hazırlanarkən hər bir xidmətə fərdi yanaşmaq lazımdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, aparılan təhlillər əsasən marketing sahəsinə istiqamətlənib. Amma bu heç də o demək deyil ki, digər kompaniyalar bu yanaşmadan istifadə edə bilməzlər. Fikrimizcə, təklif olunan yanaşmadan digər kompaniyalara xidmət göstərən kompaniyalar da müvəffəqiyyətlə istifadə edə bilərlər. Belə firmalara misal olaraq konsalting, hüquq, audit, İT, outsorsinq və digərlərini göstərmək olar. İstehsalla məşğul olan firmalar isə bu işdə təklif olunan qaydaları özlərinə uyğun müəyyən dəyişiklikləri aparmaqla istifadə edə bilərlər.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Deimler M., Lesser R., Rhodes D. and Sinha J., (2012), Own the Future: 50 Ways to Win from the Boston Consulting Group. 365 p.;
2. <https://www.marketing.spb.ru/read/article/a54.htm>

#### **РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОНИКНОВЕНИЯ НА РЫНОК С УЧЕТОМ ИННОВАЦИЙ**

**Л.С.Гасанлы**

[hv0020@mail.ru](mailto:hv0020@mail.ru)

**Азербайджанский технологический университет**

В исследовательской работе выявлены необходимые вопросы для разработки стратегии проникновения на рынок с учетом инновации. Обосновано, что консалтинговые, юридические, аудиторские, ИТ, аутсорсинговые и им подобные фирмы, оказывающие услуги другим компаниям, могут использовать предложенный подход с учетом определенных особенностей.

#### **DEVELOPING A MARKET PENETRATION STRATEGY WITH INNOVATION INTO CONSIDERATION**

**L.S.Hasanli**

[hv0020@mail.ru](mailto:hv0020@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

In the research work, the necessary issues for the development of a market penetration strategy are identified, taking into account innovations. It is justified that consulting, law, audit, IT, outsourcing and similar firms that provide services to other companies can use the proposed approach, taking into account certain characteristics.





## **KİÇİK BİZNESDƏ INNOVASİYALAR İQTİSADİ İNKİŞAF AMİLLƏRİNDƏN BİRİ KİMİ**

**X.Ə.Musazadə**

[musayev.xaliq32@gmail.com](mailto:musayev.xaliq32@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Yeni bir şeyin inkişafı və yaradılması prosesi həyatın bütün sahələrində, o cümlədən iqtisadiyyatda böyük rol oynayır. Ən sadə mənada yenilik əvvəllər istifadə olunmamış innovativ bir şey kimi başa düşülür. Eyni zamanda, yenilik artıq istifadə olunan materialların, metodların və texnologiyaların xüsusiyyətlərindən keyfiyyətə üstün olan faydalı xüsusiyyətlərə malik olmalıdır.

“İnnovasiya” termini hazırda iqtisadi və sosial proseslərin demək olar ki, bütün sahələrinə tətbiq edilir, lakin bu məqalədə yeni ideyaların iqtisadiyyata və kiçik biznesə təsiri nəzərdən keçiriləcək. [4]

Kiçik biznesdə innovasiyaları aşağıdakı sahələrdə təsnif etmək olar:

- ideyalar və texnologiyalar;
- biznesin idarə edilməsi üsulları;
- yenilikçi və ya qabaqcıl yeniliklər.

Texnologiyaların modernləşdirilməsinə, məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına, istehsal vaxtının azaldılmasına və həcmi artırılmasına yönəlmiş innovativ ideyalar məhsulların, malların və xidmətlərin maya dəyərinin aşağı salınmasına, rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və nəticədə gəlirliliyin artırılmasına kömək edir. [3]

Biznesin idarə edilməsi metodları altında müəssisədə iş prosesinin təşkilinə yanaşmalar başa düşülür. Bir tərəfdən, innovasiyaların idarə edilməsi birbaşa idarəetmə və prioritet məqsəd və vəzifələrin müəyyən edilməsi, iş planlarının qurulması və kadrların seçilməsidir. Digər tərəfdən, innovativ layihələrin və ideyaların həyata keçirilməsinə kurasiya və nəzarətdir. Müəssisələrdə mütəxəssislərin işini əlaqələndirən, ideyaların yaradılması prosesini idarə edən və onların həyata keçirilməsinin gedişatına nəzarət edən şöbələr yaradılır. Onlar həmçinin biznes ideyasının həyata keçirilməsini planlaşdırır, vaxtını və həcmi müəyyən edirlər. [2]

Bu, çox məsuliyyətli bir işdir, çünki innovativ inkişafın yalnız 20%-i biznesdə tətbiq olunur və yalnız 7-10% effektivdir və gəlir gətirir. Menecer ideyaları silməli, ən perspektivlilərini seçməli, uzaqqörən və riskli olmalıdır. İnnovasiya menecerlərinin işinin təşkili, bir qayda olaraq, şirkətin bütün bölmələrinə nəzarət etmək üçün başdan-başa qurulur. [1]

Biznesdə aparıcı və ya innovativ ideyalar hələ heç bir yerdə istifadə olunmamış və bazara çıxarılmamış tamamilə yeni növ məhsul və ya texnologiyaların yaradılmasına yönəlməlidir. Bunlar həm biznesin, həm də bütövlükdə iqtisadiyyatın hərəkətverici qüvvələridir. Məhz bu innovasiya növü yeni fəaliyyət istiqamətinin - innovasiyaların və innovativ ideyaların dəstəklənməsi və maliyyələşdirilməsi üçün birbaşa yaradılan vençur fondlarının yaranmasına səbəb olmuşdur.

Aparıcı biznes innovasiyalarına misal olaraq gündəlik həyatda artıq möhkəm şəkildə qurulmuş, enerjiyə qənaət edən və xərcləri azaldan LED işıq lampalarını göstərmək olar. İnnovativ biznesə dəstək: innovasiya biznesin inkişafının əsas hərəkətverici qüvvəsi olmaqla yanaşı, həm də onun ən bahalı elementidir. Onlar ideyanın yaradılmasının, onun eksperimental sınaqdan keçirilməsinin, sınaq dəstəsinin yaradılmasının, bazara çıxarılmasının və reklam dəstəyinin ilk mərhələsindən maliyyə tələb etdiyindən bahalı element hesab olunur.

Ancaq ən vacib hissə ideyanın yaradılmasıdır. Hər müəssisənin alim kadrlarını saxlamaq imkanı yoxdur. Vençur fondları bu məsələdə aparıcı rol oynaya bilər, lakin onlar cəmiyyətimizdə hələ kök salmayıb və əsasən innovativ layihələrin yüksək risk dərəcəsinə görə o qədər də inam yaratmır. Buna görə də hökumətin müdaxiləsi sadəcə zəruridir. [5]

Beləliklə, həm kiçik, həm də digər bizneslərdə innovativ inkişaf biznesin inkişafı üçün əhəmiyyətlidir. Dövlət innovasiya prosesini qanunvericilik səviyyəsində tənzimləməklə

yanaşı, ixtisaslaşdırılmış elmi-tədqiqat mərkəzləri yaradır, elmi-tədqiqat institutlarının fəaliyyətini maliyyələşdirir, kiçik biznesin inkişafına kömək edir. İnnovativ ideyalar yaratmaq üçün alimləri, sınaqçıları, dizaynerləri, menecerləri bir araya gətirən sənaye parkları dünyada geniş yayılmışdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Агаркова Л.В., Подколзина И.М. Пути улучшения финансовых результатов предприятия. Экономика. Бизнес. Банки. 2015. № 2 (11). С. 79-84.
2. Бинатов Ю.Г., Гладилин А.В., Пархоменко С.А. Санаторно-курортный комплекс кавказских минеральных вод в рыночной экономике. Ставрополь, 2005.
3. Гладилин А.В., Герасимов А.Н., Громов Е.И. Эконометрика. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / А. В. Гладилин, А. Н. Герасимов, Е. И. Громов. Москва, 2011. (3-е изд., стер.)
4. Гладилин А.В., Попов М.Н., Коломыц О.Н. Анализ и оценка социально-экономической среды реализации региональных инвестиционных проектов. Москва, 2013.
5. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Экономические перспективы проекта северо-кавказский туристический кластер. В сборнике: Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы. Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 37-38.

#### **ИННОВАЦИИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

**Х.А.Мусазаде**

[musayev.xaliq32@gmail.com](mailto:musayev.xaliq32@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Стремление повысить эффективность управления приводит руководство предприятия и его владельцев к потребности в инновациях. Под инновационным процессом понимается понимание инновации как совокупности целенаправленных действий по выбору, применению, разработке и коммерческому использованию какой-либо инновации, приобретению информационной системы предприятия и ее дальнейшей эксплуатации. Инновация – это интеллектуальный продукт, вошедший в сферу производства, внедряемый в эту сферу и вызывающий в ней важные изменения. Инновация – это процесс обновления и улучшения продукта или услуги путем применения новых процессов, новых методов или успешных идей для создания новой ценности.

#### **INNOVATIONS IN SMALL BUSINESS AS ONE OF THE FACTORS OF ECONOMIC DEVELOPMENT**

**Kh.A.Musazade**

[musayev.xaliq32@gmail.com](mailto:musayev.xaliq32@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The desire to improve management efficiency leads the management of the enterprise and its owners to the need for innovation. The innovation process is understood as the understanding of innovation as a set of targeted actions for the selection, application, development and commercial use of any innovation, the acquisition of an enterprise information system and its further operation. Innovation is an intellectual product that has entered the sphere of production, is introduced into this sphere and causes important changes in it. Innovation is the process of updating and improving a product or service by applying new processes, new methods, or successful ideas to create new value.



**SOSIAL İDARƏETMƏ MEXANİZMLƏRİNİN BƏRPASINDA VƏ SAXLANILMASINDA RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATIN ROLU**

**M.G.Gülaliyev**

[m.gulaliyev@uteca.edu.az](mailto:m.gulaliyev@uteca.edu.az)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**A.F.Hacıyeva**

[almaz.haciyeva.96@gmail.ru](mailto:almaz.haciyeva.96@gmail.ru)

**Azərbaycan Dövlət Aqrar Universteti**

Rəqəmsal transformasiya cəmiyyətə müxtəlif səviyyələrdə, əsasən iqtisadi və idarəetmə sahələrində təsir göstərmişdir. Bu məqalə rəqəmsal iqtisadiyyatın sosial idarəetmə mexanizmlərinə təsirini araşdırır. Bundan əlavə, burada sosial islahatlar və davamlı rəqəmsal iqtisadiyyat kimi dolayı təsirlər və ya vasitəçi qüvvələr nəzərdən keçirilir. Rəqəmsal texnologiyaların çoxsaylı tətbiqləri bu yaxınlarda “rəqəmsallaşma” adlı nəhəng transformasiya prosesini stimullaşdırmışdır. Rəqəmsallaşma cəmiyyətə hər cür məlumatı emal etməyə, istehsal etməyə, ötürməyə və mübadilə etməyə kömək edir. Rəqəmsal transformasiya cəmiyyətə müxtəlif səviyyələrdə, əsasən də iqtisadi səviyyədə təsir göstərmişdir. İstehsal həcmnin artırılması, xərclərin azaldılması və əməliyyat sisteminin təkmilləşdirilməsi kimi müxtəlif biznes əməliyyatlarının avtomatlaşdırılması müəssisələrin davamlı inkişafına böyük faydalar gətirmişdir. Rəqəmsal iqtisadiyyat biznes və iş bazarı üçün yeni imkanlar təklif etdir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın təklif etdiyi geniş və müxtəlif xidmətlər həm sahibkarlıq, həm də məşğulluq bazarlarına təsir edən çoxsaylı yeni iş yerləri yaratmışdır. Rəqəmsal iqtisadiyyat, səhiyyə və təhsil kimi eyni ictimai xidmətlərin daha səmərəli şəkildə çatdırılmasına kömək edən əməliyyat çərçivəsi üçün böyük miqdarda məlumatlardan istifadə edir. Davamlı rəqəmsal iqtisadiyyat hökumətlər və onların vətəndaşları arasında qarşılıqlı əlaqənin keyfiyyətini yaxşılaşdıraraq sosial idarəetmə mexanizmlərinə də təsir göstərmişdir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın digər mühüm və əhəmiyyətli təsiri insanların sosial münasibətləri və davranışlarıdır, çünki o, sosial inteqrasiya və birgə ünsiyyət imkanlarını təmin edir. Bununla yanaşı, biznesin rəqəmsallaşmasının bəzi çatışmazlıqlara malik olduğunu qeyd etmək lazımdır. Məsələn, internet fırıldaqçıları və kibercinayətlər, biznes kəsilməsi, şirkətin yoxa çıxması və fərdi səviyyədə sosial təcrid. Bu çatışmazlıqlar tənzimləyiciləri və siyasətçiləri iqtisadiyyatın daim dəyişən rəqəmsallaşdırılmasını daha yaxşı başa düşməyə çağırır. Davamlı rəqəmsal iqtisadiyyata nail olmaq üçün rəqəmsallaşma eyni vaxtda iki proses kimi nəzərdən keçirilməlidir: tədqiqat, inkişaf və texnologiyaları qəbul edən istehlakçılar, bizneslər və hökumətlər arasında innovasiya vasitəsilə təkamül. Rəqəmsal iqtisadiyyatın təsiri dəfələrlə öyrənilib və bu yeni fikir deyil. Qeyd etmək lazımdır ki, rəqəmsal iqtisadiyyatın əsas xüsusiyyəti artıq texnologiya deyil, innovasiyadır. İnternet, köhnə ekoloji və sosial problemləri olan neft və kimya sektorlarından fərqli olaraq, yenilikçi beyinlərə köhnə problemləri həll etmək üçün yeni yollar inkişaf etdirməyə imkan verir. Lakin, digər tərəfdən, e-biznes modelləri bu məsələləri çox sadə səviyyədə ehtiva edir. Rəqəmsal iqtisadiyyat bu məsələlərin vacibliyini özündə əks etdirir. Buna görə də, sürətlə dəyişən sektor bu rəqəmsal tədbirləri ənənəvi düşüncədə qalan hər hansı köhnə təşkilatdan daha asan qəbul edə bilər. Rəqəmsal iqtisadiyyat düzgün baxış, düzgün siyasət və yaradıcı təxəyyül ilə davamlı inkişafa nail olmağa kömək edə bilər.

Rəqəmsal iqtisadiyyat istehlakçılar və biznes arasında güc balansını dəyişdirən davamlı elektron ticarəti yaratdı. İstehlakçılar üçün ən böyük fayda ucuz məhsul və xidmətlərin olmasıdır, çünki qiymətləri bir kliklə müqayisə etmək olar. Bununla belə, bütün sistemin elektron ticarətdən faydalanan yeganə iştirakçıları istehlakçılar deyil. Şübhəsiz ki, internet məsuliyyətli biznes modelləri təqdim edir, lakin o, həm də aydın etik meyarların yaradılmasını tələb edir. Müasir rəqəmsal iqtisadiyyat, onlayn əməliyyatlarla bağlı həll edilməmiş məxfilik və təhlükəsizlik problemləri səbəbindən tez-tez istehlakçılar tərəfindən şübhə altına alınır. Rəqəmsal iqtisadiyyat həm biznesdən istehlakçıya, həm də biznesdən biznesə daxil olmaqla qurulmuş daha mürəkkəb qarşılıqlı əlaqə modelinə çevrildikcə, onlayn olaraq satılan məhsul və xidmətlərin həm sosial, həm də ətraf mühitə təsirləri də daxil olmaqla bir sıra problemlər yaradır.

İnternet artıq demək olar ki, hər bir sektorda ənənəvi sərhədləri sildiyyindən, o cümlədən informasiya əldə etmək baxımından sosial sinif ayrılıqlarını aradan qaldırmaq və hökuməti öz sərhədlərindən çıxarmaqdır. Bu məqalənin məqsədi rəqəmsal iqtisadiyyat kimi tanınan

internetin daha mürəkkəb fenomenini və onun davamlılığa, sosial islahatlara və sosial idarəetmə mexanizmlərinə təsirini araşdırmaqdır. Hazırkı araşdırmalar internetin yeni tərəfdaşlıq və ittifaqlar qurmaq üçün əsas mənbə olduğunu göstərir. Beləliklə, davamlı rəqəmsal iqtisadiyyat qurmaq üçün dünya dots-ları birləşdirməlidir. İqtisadiyyatın hər bir sektorunda davamlılığa nail olmaq üçün bütün əsas dot-coms, o cümlədən dots-təşkilatları və dots-hökumətləri fikir mübadiləsi aparmalı və mövcud problemlərə yeni həll yolları tapmalıdır. Rəqəmsal iqtisadiyyat, davamlılıq, sosial islahatlar və idarəetmə mexanizmləri arasındakı əlaqəni qiymətləndirmək vacibdir. Rəqəmsal iqtisadiyyat inkişaf etdikcə müəssisələr üçün bazar liderliyini saxlamaq getdikcə çətinləşir. Bu sahədə tədqiqat və təkmilləşdirmələr ona görə vacibdir ki, biznes iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində innovasiyaların sürətini nə qədər yaxşı saxlaya bilsə də, kifayət qədər tədqiq edilməyi təqdirə ciddi problemlərlə üzləşə bilər. Bir sözlə, rəqəmsal iqtisadiyyat o qədər sürətlə dəyişir ki, bizneslərin davamlı üstünlüyü saxlamaq mümkünsüz görünür. İstənilən şirkət üçün rəqabət üstünlüyünü qoruyub saxlamağın yeganə yolu tədqiqatların inkişafı vasitəsilə iqtisadiyyatın rəqəmsal transformasiyası ilə ayaqlaşmasıdır.

**РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В ВОССТАНОВЛЕНИИ И ПОДДЕРЖАНИИ  
МЕХАНИЗМОВ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

**М.Г.Гулалиев**

[m.gulaliyev@uteca.edu.az](mailto:m.gulaliyev@uteca.edu.az)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**А.Ф.Гаджиева**

[almaz.haciyeva.96@gmail.ru](mailto:almaz.haciyeva.96@gmail.ru)

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

Роль цифровой экономики в развитии механизмов социального управления незаменима. Кроме того, поддержание устойчивой социальной цифровой экономики является ключевым компонентом формирования механизмов управления. В этом исследовании рассматривается влияние цифровой экономики на механизмы социального управления. Он также включает в себя влияния или посреднические силы, такие как социальные реформы и долгосрочная цифровая экономика. Чтобы создать надежные механизмы социального управления, политики и правительственные агенты работают над управлением цифровой экономикой. Реализация устойчивой цифровой экономики и социальных реформ цифровой экономики служит укреплению механизма социального управления.

**THE ROLE OF THE DIGITAL ECONOMY IN RESTORING AND SUSTAINING SOCIAL  
GOVERNANCE MECHANISMS**

**M.G. Gulaliyev**

[m.gulaliyev@uteca.edu.az](mailto:m.gulaliyev@uteca.edu.az)

**Azerbaijan Technological University**

**A.F.Hajiyeva**

[almaz.haciyeva.96@gmail.ru](mailto:almaz.haciyeva.96@gmail.ru)

**Azerbaijan State Agricultural University**

The role of the digital economy in the development of social governance mechanisms is indispensable. In addition, maintaining a sustainable social digital economy is a key component in the formation of governance mechanisms. In this article examines the impact of the digital economy on social governance mechanisms. It also includes influences or intermediary forces such as social reforms and the long-term digital economy. In order to create reliable social governance mechanisms, politicians and government agents are working to manage the digital economy. The implementation of a sustainable digital economy and social reforms of the digital economy serve to strengthen the social governance mechanism.



## MARKETİNG FƏALİYYƏTİNDƏN İSTİFADƏNİN QIDA SƏNAYESİNİN DAYANIQLI İNKİŞAFINA TƏSİRİ

F.Q.Əliyeva

[fatimaaliyevhaa@gmail.com](mailto:fatimaaliyevhaa@gmail.com)

F.A.İsgəndərov

[ferman.isganderov@bk.ru](mailto:ferman.isganderov@bk.ru)

### Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Qida məhsulları istehsalı Azərbaycan Dövlətinin daim xüsusi diqqət yetirdiyi əsas sahələrindən biri hesab edilir. Təsadüfi deyildir ki, Dövlətin iqtisadi siyasətində "Azərbaycan Respublikasının ərzaq təhlükəsizliyi" barədə ayrıca proqram qəbul edilmişdir (2.03.2001-ci il). Bu proqramın qəbulundan sonrakı dövrlərdə Qida müəssisələrinin inkişafı istiqamətində əsaslı islahatlar həyata keçirilmişdir və nəticədə qida məhsullarının inkişafında nəzərəçarpan inkişaf olmuşdur. Apardığımız müşahidələrdən belə nəticəyə gəlirik ki, qida məhsulları istehsal edən müəssisələrin həyata keçirdikləri fəaliyyətdə müəyyən problemlər mövcuddur və onları aradan qaldırmaqla yüksək iqtisadi nailiyyətlər əldə etmək olar.

Bildiyimiz kimi müasir iqtisadi inkişafın əsas yolu Marketing araşdırmalarından keçir. Bazar iqtisadiyyatının tələblərinə əsaslanan istənilən fəaliyyət sahəsində o cümlədən qida sənaye müəssisələrində ilk növbədə bazar konyukturasının öyrənilməsi diqqət yetiriləcək əsas istiqamətdir.

Beləliklə tələb və təklif arasında münasibətlər öyrənilir və onların sayəsində qiymət münasibətləri formalaşır. Bu marketingin ilkin fəaliyyəti hesab olunur. Marketing fəaliyyətindən istifadə nəticəsində istehlakçıların tələbatları öyrənilir və fəaliyyətin istiqaməti müəyyənləşdirilir. Beləliklə həm istehlakçı həm də məhsul seqmentini müəyyən etmək olur ki, bu da məhsullarının reallaşması prosesini sürətləndirilməsinə təsir edən amildir.

Marketing fəaliyyətindən istifadə etməklə qida məhsulları istehsal edən müəssisələr öz məhsullarının çeşidini istehlakçıların tələbatlarına daha tez uyğunlaşdırırlar, məhsulun istehsal vaxtını və yerini düzgün müəyyənləşdirə bilirlər.

Qida müəssisələrinin marketing fəaliyyətindən istifadəsi istehsalın iqtisadi səmərəliliyini yüksəltməyə səbəb olur. Çünki, istehsalçıların öz məhsullarını reallaşdırmağa inamları artır, istehsalın çevikliyinə, rəqabət qabiliyyətli məmulatlar buraxılışına nail olunur, tələbata uyğun yeni məhsulun vaxtında mənimsənilməsi və hazırlanaraq bazara daxil edilməsi prosesi baş verir ki, nəticədə yarana biləcək əlavə xərclərdən müəssisə azad olur.

Marketing tətbiq etməklə çoxsaylı istehlakçı qruplarını müəyyən əlamətləri üzrə seqmentlərə ayırmaq mümkün olur və beləliklə həm istehlakçıların tələbatlarının daha dolğun ödənilməsinə və müəssisənin idarə edilməsinin sadələşdirilməsinə şərait yaranır. Eyni zamanda müəssisənin rəqiblərini təhlil etməklə rəqiblər qiymətləndirilir, müəssisənin potensial imkanları, satışın istiqamətləri, məhsulun tanınması, qiymət strategiyası, məhsulun təkmilləşdirilməsinin zəruriliyi kimi məsələləri həll etmək mümkün olur və s.



Apardığımız araşdırmanın nəticəsi olaraq qeyd edirik ki, Respublikamızda qida sənayesinin dayanıqlı inkişafının təmin edilməsinin əsas yolu marketing fəaliyyətindən istifadədir.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Məmmədov A.T. "Marketing" B-2014
2. Kotler F. Marketingin əsasları. Bakı. 1993
3. <https://amapola.az/> Marketing və onun tədbirlərinin təşkili sahəsində əhəmiyyəti
4. Управление маркетинговой деятельностью на предприятиях пищевой промышленности. Воронеж. 2000
5. Особенности маркетингового подхода и экономические аспекты предприятий пищевой промышленности. 2021

### **ВЛИЯНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Ф.Г.Алиева**

**Ф.А.Искандаров**

[fatimaaliyevhaa@gmail.com](mailto:fatimaaliyevhaa@gmail.com)

[ferman.isgenderov@bk.ru](mailto:ferman.isgenderov@bk.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В заключение проведенного нами исследования отметим, что основным способом обеспечения устойчивого развития пищевой промышленности в нашей республике является использование маркетинговой деятельности.

### **THE IMPACT OF THE USE OF MARKETING ACTIVITIES ON THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE FOOD INDUSTRY**

**F.Q.Aliyeva**

**F.A.Isgandarov**

[fatimaaliyevhaa@gmail.com](mailto:fatimaaliyevhaa@gmail.com)

[ferman.isgenderov@bk.ru](mailto:ferman.isgenderov@bk.ru)

**Azerbaijan Technological University**

As a result of our research, we note that the main way to ensure the sustainable development of the food industry in our Republic is the use of marketing activities.



**İQTİSADİYYATIN RƏQƏMSAL TRANSFORMASIYASI KONTEKSTİNDƏ KƏND TƏSƏRRÜFATI SAHƏSİNDƏ KADR HAZIRLIĞI: TRENDLƏR, PERSPEKTİVLƏR**

**R.A.Hüseynova**

[h.ruhiyye76@mail.ru](mailto:h.ruhiyye76@mail.ru)

**Mingəçevir Dövlət Universiteti**

**M.Ş.Qarayev**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Rəqəmsal texnologiyaların geniş tətbiqi, informasiya infrastrukturunun yaradılması və genişləndirilməsi, iqtisadi fəaliyyətlərin və sektorların əksəriyyətində işçilərin rəqəmsal bacarıqlarının minimum tələblər toplusuna sahib olmaq tələblərinin artması fonunda insanları rəqəmsal iqtisadiyyata hazırlamaq vəzifəsi getdikcə geniş vüsət alır. Rəqəmsal texnologiyaların yayılması ilə yeni texnoloji nizamın məqsəd parametrlərinə keçidi həyata keçirmək üçün həll edilməli olan kadr hazırlığı sahəsində bir sıra məsələlər ortaya çıxır. Rəqəmsal texnologiyanın inkişafı, texnologiyanın yarandığı, köhnəldiyi və çox tez dəyişdiyi dinamik və sürətlə genişlənən sahədir. Bunun əksinə olaraq, təhsil standartlarının hazırlanması prosesi o qədər də dinamik deyil və tez-tez iqtisadiyyatın daim inkişaf edən ehtiyaclarından geri qalır. Bu istiqamətdə hesab edilən nəzərə alınması zəruri olan bəzi məsələlərin ardıcillığı və siyahısı aşağıdakı kimidir:

- Regionlardakı rəqəmsal bərabərsizliyin aradan qaldırılması (xüsusilə kənd yerlərində), rəqəmsal texnologiyaların əlçatanlığının genişləndirilməsi;
- Multidissiplinar bacarıqlar tələb edən yeni peşələrin yaranması;
- Təhsil proqramlarının real sektorun ehtiyaclarına davamlı uyğunlaşdırılması tələbi.

Təhsil proqramlarının spesifik tələblərə və xüsusiyyətlərə uyğunlaşma potensialının aşağı olması, təhsil müəssisələrinin tələbələri arasında inkişafın olmaması; əmək bazarı tələblərinin monitorinqi, aqrotexnoloji, kənd təsərrüfatı, biotexnoloji və peşə bacarıqlarının formalaşdırılması, müəyyən sahələr, təhsil sistemi ilə icra və istifadə sahəsi arasında əlaqənin olmaması rəqəmsal texnologiyaların daimi və çoxtərəfli inkişafını zəruri edir.

İqtisadiyyat Nazirliyinin Dördüncü Sənaye İnqilabının Təhlili və Koordinasiya Mərkəzinin (4SİM) fevral 2023-cü il tarixli məlumatına əsasən **Azərbaycanda rəqəmsal savadlılıq 53-55% arasındadır**. Bu, bəzi inkişaf etmiş ölkələrin göstəricilərinə yaxındır. Hazırda bu savadlılıq Bakıda daha yüksəkdir. Regionlarda isə rəqəmsal bərabərsizlik var. Bu da regionlarda rəqəmsal savadlılığın artırılmasını bizim üçün vacib edir. Azərbaycanda əhali arasında internetdən istifadə sayı 80 %-i keçib: "Bu göstəricinin formalaşmasında əsas rolunu Bakı oynayır: "Amma regionlarda da bu istiqamətdə addımlar atılır. Azərbaycanda 2016-2021-ci illər ərzində iş yerlərində İT sahəsinə tələb 5 dəfə artıb: "Bu göstərici hər il daha da yüksəlir. Eyni zamanda ötən ilin göstəricilərinə görə Azərbaycanda nağdsız ödənişlərin həcmi 3 milyard manatı keçib". [3]

Sənayenin rəqəmsal iqtisadiyyata keçidi şəraitində, hətta adi peşələrdə insanın funksional bacarıqlarının və istedadlarının inkişafı, əlavə təhsil və peşəkar inkişafa yanaşma tərzində dəyişiklik tələb edən mütəxəssislərə ehtiyac və tələb vardır. Belə hesab etmək olar ki, yenidən hazırlıq, ömürboyu təhsilə keçid, təlim və iş fəaliyyətinin uğurlu inteqrasiyası lazımdır. İqtisadiyyatın, texnologiyanın geniş miqyaslı rəqəmsallaşdırılması zərurəti vardır. Kənd təsərrüfatında texnika və texnologiyanın geniş miqyasda tətbiqinə nail olmaqla, rəqəmsal kənd təsərrüfatına keçidə çalışmaq əvəzində inteqrasiyaya, iqtisadiyyatın kənd təsərrüfatı üzrə rəqəmsallaşmasına nail olmaq mümkündür.

Ölkə və regional səviyyədə kiçik və orta müəssisələrdə istehsal proseslərinin rəqəmsallaşdırılması eyni zamanda bəzi çatışmamazlıqları göstərir: kənd təsərrüfatı proseslərinin informasiyalaşdırılmasında sistemləşdirmənin olmaması; avtomatlaşdırmanın aşağı səviyyəsi; operativ idarəetməni həyata keçirmək üçün yüksək hazırlıqlı menecer və mütəxəssislərin olmaması; texnoloji proseslərin informasiyalaşdırılmaması şəraitində işləmək və s.

Kənd təsərrüfatı istehsalının idarə edilməsində vahid avtomatlaşdırılmış məlumat idarəetmə sistemi, rəqəmsal texnologiyaların təşviqi istehsalın idarə edilməsində rəqəmsal texnologiyaların təşviqi, sənaye prosesinə nəzarətin informasiya təminatı əsas olaraq qəbul edilir. Beləliklə, kənd təsərrüfatı bitkilərinin davamlı inkişafı üçün resursların səmərəli idarə edilməsi, məhsulun keyfiyyətinə nəzarətin təşviqi və bitkilərin zərərvericilərdən və xəstəliklərdən vaxtında qorunması üçün profilaktik tədbirlərin işlənilməsi, kənd təsərrüfatı istehsalında texniki nailiyyətlərin rəqəmsallaşdırılması tələb olunur. Rəqəmsal istifadə texnologiyaları gələcəyin planlaşdırılması üçün vacib olan bir sıra faktları müəyyən etməyə imkan verdi. Ərazilərin davamlı inkişafı:

- yüksək məhsuldarlıqla səciyyələnir;
- şəhər yerlərinin inkişafı çox vaxt münbit torpaqlarla bağlıdır;
- bəzi ərazilərdə suvarma və drenaj şəbəkələrinin uzunluqları arasında balanssızlıq torpaq deqradasiyası, bataqlıq və şoranlaşmanın sürətlənməsinə təsiri ilə əlaqədardır.

Davamlı inkişaf planlarının idarə edilməsi ilə əlaqədar qərar qəbulunda məlumat platforması, geniş inteqrasiya imkanları ilə dəqiq məlumat bazasının yaradılması, əhəmiyyətli bir vasitədir. Ümumiyyətlə, belə qənaətə gəlmək olar ki, kənd təsərrüfatında texnoloji proseslər, kənd təsərrüfatının rəqəmsallaşması, mütəxəssislərin cəlb edilməsi və bu sahə üzrə menecerlərin hazırlanması zəruriliyini yaradır.

İstehsal proseslərinin rəqəmsallaşdırılmasında şəbəkələrin bütün işçilərinin fəaliyyətlərinə diqqət yetilir. İkinci yerdə – “İnformasiya resursları” təlimlərində kadr hazırlığına ehtiyac üstünlük təşkil edir. İşçilərin funksional sistemləri, bilik bazaları ilə bütün müəssisə məlumatlarına çıxışı üçün prosesləri təmin edilir. Kənd təsərrüfatı üçün mütəxəssislərə daha çox tələbat vardır. Robototexnika, proqram təminatının inkişafı, kompüter avadanlığı təchizatı və arxitektura və s. inkişaf istiqamətləri dünya təcrübəsində əsas prioritetlərdəndir.

Müxtəlif ölkələrdə universitetlərin elmi və pedaqoji heyətinin səlahiyyətlərini artırmaq, mobil proqramların hazırlanması, məkan məlumatlarının təhlili, mexanizmlərin dizaynı, informasiya sahəsində peşəkar rəqəmsal sərəfşələr (“hard” bacarıqlar) arasında texnologiya, ekspert icmasına görə, ən çox aşağıdakı gözləntilər ola bilər:

- ✓ planlaşdırma prosesində - yeni texnologiyaların, məhsullar, əmlaklar və onların təhlili və qiymətləndirilməsi;
- ✓ icra prosesində – informasiya sistemlərinin inteqrasiyası;
- ✓ əməliyyat prosesində - informasiya sistemlərinin istifadəçilərinə dəstək;
- ✓ prosesin təmin edilməsində – istifadəçilərin təlimi və maarifləndirilməsi;
- ✓ idarəetmədə – proseslərin optimallaşdırılması.

### **NƏTİCƏ**

1. Kadr hazırlığını diqqətdə saxlamaq. Bu istiqamət üzrə ixtisasların sayının artırılıb inkişaf etdirilməsi prioritet olaraq qəbul edilməlidir.
2. Rəqəmsal iqtisadiyyat şəraitdə kadr hazırlığının səmərəliliyini artırmaq iqtisadiyyatın transformasiyası üçün maddi-texniki bazanın yaxşılaşdırılması zəruridir, universitetlərin Elmi Şuralarında İT şirkətlərinin və regionun ən böyük kənd təsərrüfatı holdinqlərinin nümayəndələrinin təmsil olunması kənd təsərrüfatının rəqəmsallaşması üçün

fənlərarası təlim prinsipləri üzərində təhsil texnologiyalarını inkişaf etdirməklə mütəxəssislər hazırlamağa töhfə verir.

3. İqtisadiyyatın rəqəmsal transformasiyası proseslərinin başa düşülməsi rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ilə əlaqədar daha çox texnoloji sahələrdə reallaşır, belə ki, məhsulların istehsalı və robot sistemlərinin istifadəsini tələb edir.

4. Əvvəllər tələb olunmayan yeni bacarıqların inkişafı prosesini müəyyən etmək, müvafiq metodik şuraların formalaşdırılması lazımdır.

5. İqtisadiyyatın qeyri-texnoloji sektoru kimi kənd yerlərində əməyin imicini və əhalinin kənd təsərrüfatına münasibətini formalaşdırmaq məqsədilə yüksək səviyyəli mütəxəssislərin cəlb edilməsini məqsəduyğun hesab edirik.

6. Regionda əhali üçün rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ilə əlçatanlığı artırmaq, şəhər və kənd arasındakı rəqəmsal bərabərsizliyi aradan qaldırmaq, rəqəmsal infrastrukturunu daha da inkişaf etdirmək məqsəduyğundur.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. “Təhlükəsiz infotelekommunikasiya sistemləri: nəzəriyyədən tətbiqə” mövzusunda Beynəlxalq konfransın materialları, AzTU, Bakı, 8-10 dekabr 2021-ci il
2. Mitchell S., Weersink A., Erickson B. Adoption of precision agriculture technologies in Ontario crop production, Canadian Journal of Plant Science, 2018
3. <https://xeberler.az/new/details/regionlarda-ise-reqemsal-berabersizlik-var--29503.htm>

### **ПОДГОТОВКА КАДРОВ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ: ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Р.А.Гусейнова**

[h.ruhiyye76@mail.ru](mailto:h.ruhiyye76@mail.ru)

**Мингячевирский Государственный Университет**

**М.Ш.Гараев**

**Азербайджанский Технологический Университет**

В статье представлены проблемы, тенденции, перспективы и результаты теоретических исследований подготовки кадров для сельского хозяйства в условиях трансформации цифровой экономики, проблемы и решения перехода к цифровому сельскому хозяйству, направления подготовки кадров.

### **STAFF TRAINING IN AGRICULTURE IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY: TRENDS, PERSPECTIVES**

**R.A.Huseynova**

[h.ruhiyye76@mail.ru](mailto:h.ruhiyye76@mail.ru)

**Mingachevir State University**

**M.Sh.Garayev**

**Azerbaijan Technological University**

The article presents the problems, trends, perspectives and theoretical research results in the training of personnel for agriculture in the context of the transformation of the digital economy, the problems and solutions of the transition to digital agriculture, and the directions of personnel training.



**AZƏRBAYCANDA DAXİLİ AUDİT İŞİNİN TƏŞKİLİNİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ**

**E.E.Rzayev**

[rzayevelmeddin57@gmail.com](mailto:rzayevelmeddin57@gmail.com)

**R.K.Məmmədov**

[rovshan\\_mamedov@gmail.com](mailto:rovshan_mamedov@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Azərbaycanın iqtisadiyyatında bazar münasibətlərinin strukturunun formalaşması, sahibkarlıq fəaliyyətinin məqsədli olaraq əhatə dairəsinin genişlənməsi və bununla bağlı təsərrüfat subyektlərinin yaranması maliyyə nəzarəti sisteminin yenidən və müasir tələblərə cavab verəcək şəkildə strukturlaşmasında zərurətə çevrildi. Dünya təcrübəsində maliyyə nəzarətinin ən geniş yayılmış forması kimi çıxış edən audit sisteminin təşkili və tənzimlənməsinin əsasları ölkəmizdə «Auditor xidməti haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə tənzimlənir. Qeyd etmək lazımdır ki, audit sisteminin təkmilləşdirilməsi ölkənin maliyyə mexanizminə innovasiyalar gətirməklə, nəzarət qurumlarına aid olan keyfiyyətləri özündə birləşdirməklə, bu sistemin bir qolu olan daxili audit həm özəl, həm də dövlət müəssisələrinin uçot, maliyyə-təsərrüfat əməliyyatlarını düzgün, tam və vaxtında əks etdirməklə hər iki müəssisənin idarəetmə sisteminin səmərəliliyinin yüksəldilməsinə səbəb olacaq. Bazar münasibətləri şəraitində daxili audit rəhbərliyi mənfəətin və satışın proqnozu; maliyyə təhlili; ehtiyatların aşkar edilməsi və effektiv inkişaf istiqamətlərinin müəyyən edilməsi və bu kimi digər məlumatlarla təmin edir. Daxili audit sisteminin qurulması sahəsində Azərbaycan Respublikasının Auditorlar Palatası da bir çox beynəlxalq audit qurumları, o cümlədən 1941-ci ildə daxili audit sahəsində ilk peşə birliyi kimi qurulmuş və hazırda bu peşənin dünyada şəxsiz lideri sayılan beynəlxalq Daxili Auditorlar İnstitutu (ABŞ) ilə bu istiqamətdə məqsədyönlü iş apararaq, Daxili Auditorlar İnstitutu İdarəetmə Şurasının Kvebek (Kanada) şəhərində keçirilən 1999-cu il 26 iyun tarixli iclasında Azərbaycan Respublikası Auditorlar Palatasının müraciəti əsasında ölkəmizdə Daxili Auditorlar İnstitutunun «Audit-Azərbaycan» bölməsinin yaradılması haqda qərar qəbul edilmişdir. [1] Yaradılan «Audit-Azərbaycan» bölməsinin əsas məqsədlərindən biri daxili auditor peşəsinin zəruriliyini ön planda tutmaqla ölkəmizdə daxili auditor peşəsinin yayılması və inkişaf etdirilməsini təmin etmək, bundan başqa daxili audit standartları və normalarının işlənilib hazırlanmasına nəzarət etmək, onun təkmilləşdirilməsi məsələlərinə istiqamətlənmək, son olaraq daxili auditorların peşə müstəqilliyinin təmini və mənafeələrinin qorunmasını, peşəkarlıqlarının artırılmasıdır.

**ƏDƏBİYYAT**

1. <https://www.audit.gov.az/>
2. «Auditor xidməti haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanunu Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi. Bakı. 1994
3. Azərbaycan Respublikasının “Daxili audit haqqında” Qanunu. Bakı 2007
4. Hacıyev F.Ş., Əliyev Ş.H. Audit. dərs vəsaiti. ADİU-nun nəşriyyatı. 2011

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**Э.Э.Рзайев**

[rzayevelmeddin57@gmail.com](mailto:rzayevelmeddin57@gmail.com)

**Р.К.Мамедов**

[rovshan\\_mamedov@gmail.com](mailto:rovshan_mamedov@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В тексте отражено современное состояние внутреннего аудита в Азербайджане, проделанная работа в направлении его развития. Также были проанализированы улучшения аудиторской работы и предпринятые шаги в этом направлении, прогнозы и описаны важные нюансы.

**DEVELOPMENT PROSPECTS OF ORGANIZATION OF INTERNAL AUDIT WORK IN AZERBAIJAN**

**E.E.Rzayev**

[rzayevelmeddin57@gmail.com](mailto:rzayevelmeddin57@gmail.com)

**R.K.Mammadov**

[rovshan\\_mamedov@gmail.com](mailto:rovshan_mamedov@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The latest state of internal audit in Azerbaijan, the work done in the direction of its progress is reflected in the text. Also, improvement of audit work and steps taken in this area, forecasts were analyzed and important nuances were described.





## BANKLARDA ƏMƏLIYYAT RİSKLƏRİNİN SƏVIYYƏSİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ R.O.Novruzova

### Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Əməliyyat riskləri daxili proseslərdəki uğursuzluqlar, insan səhvləri, texnologiya uğursuzluqları və bankdankənar xarici hadisələrdən yaranır. Bu risklər maliyyə itkiləri, bankın reputasiyasının zədələnməsi və tənzimləyici sanksiyalarla nəticələnə bilər. Buna görə də, bankların üzləşdikləri əməliyyat risklərinin səviyyəsini qiymətləndirmələri və onları azaltmaq üçün müvafiq risklərin idarə edilməsi strategiyaları hazırlamaları vacibdir.

Əməliyyat risklərini effektiv idarə etmək üçün banklar möhkəm risklərin idarə edilməsi çərçivəsinə malik olmalıdırlar. Risklərin effektiv idarə edilməsi çərçivəsinin əsas komponentlərinə aşağıdakılar aiddir:

- Risk Mədəniyyəti: Banklar təşkilatın bütün səviyyələrində risklərin idarə edilməsini təşviq edən riskdən xəbərdar mədəniyyət inkişaf etdirməlidirlər. Bu, işçilər arasında risklərin idarə edilməsi zehniyyətinin yaradılmasını və hesabatlılıq mədəniyyətinin təşviqini nəzərdə tutur.
- Riskin Müəyyənləşdirilməsi və Qiymətləndirilməsi: Banklar mütəmadi olaraq əməliyyat risklərini müəyyən etməli və qiymətləndirməlidirlər. Bu, potensial riskləri müəyyən etmək və qiymətləndirmək üçün risk registrləri, əsas risk göstəriciləri və ssenari təhlili kimi alət və üsullardan istifadəni əhatə edir.
- Riskin Monitorinqi və Nəzarəti: Banklar əməliyyat risklərinə davamlı olaraq nəzarət etməli və onları azaltmaq üçün müvafiq nəzarət vasitələri hazırlamalıdırlar. Bu, əməliyyat risklərinin ehtimalını və potensial təsirini azaltmaq üçün siyasət və prosedurların həyata keçirilməsini əhatə edir.
- Risk Hesabatı: Banklar əməliyyat riskləri barədə mütəmadi olaraq yüksək səviyyəli rəhbəriyyə və direktorlar şurasına məlumat verməlidirlər. Bu, bankın risk profili, risklərə məruz qalmaları və risklərin idarə edilməsi fəaliyyətləri haqqında vaxtında və dəqiq məlumatların verilməsini nəzərdə tutur.

Əməliyyat risklərinin idarə edilməsinin məqsədi Bankın əməliyyat risklərinə məruz qalma ehtimalını müəyyən etmək, onların səbəblərini başa düşmək, bu risklərə qarşı kapital ehtiyatlılığı yaratmaq, onların əvvəlcədən proqnozlaşdırılmasına kömək edəcək daxili və xarici meylləri müəyyən etməkdir.

Əməliyyat risklərinin ölçülməsi metodları davamlı olaraq inkişaf etsə də bu metodlar bazar və kredit risklərinin ölçülməsi metodlarında olduğu qədər dəqiq və geniş deyil. Bu baxımdan əməliyyat risklərinin dəqiq ölçülməsindən daha çox onların qiymətləndirilməsi müzakirə mövzudur. Bankların üzləşdikləri əməliyyat risklərinin səviyyəsini qiymətləndirmək üçün istifadə edə biləcəkləri bir neçə alət və üsullar mövcuddur:

*Risk Reyestrləri* - riskləri müəyyən etmək, qiymətləndirmək və idarə etmək üçün istifadə olunan bir vasitədir. Onlar bankın əməliyyat riskləri və onların azaldılması üçün mövcud nəzarət vasitələrinin hərtərəfli görünüşünü təmin edir.

*Əsas Risk Göstəriciləri* - bankın əməliyyatlarının xüsusi sahələrində risk səviyyəsini ölçmək üçün istifadə olunan ölçülərdir. Potensial risklər üçün erkən xəbərdarlıq sistemini təmin edirlər.

*Ssenari təhlili* - konkret hadisələrin bankın fəaliyyətinə potensial təsirinin qiymətləndirilməsini əhatə edir. Bu texnika təbii fəlakətlər, kiberhücumlar və geosiyasi risklər kimi xarici hadisələrin potensial təsirini müəyyən etmək və qiymətləndirmək üçün faydalıdır.

*Daxili nəzarət* - əməliyyat risklərini azaltmaq üçün həyata keçirilən siyasət və prosedurlardır. Bunlara vəzifələrin ayrılması, giriş nəzarəti və məlumat təhlükəsizliyi protokolları kimi tədbirlər daxildir.

Xarici iqtisadi fəaliyyət sahəsində iştirak etmək müxtəlif növ risklərin-kommersiya, siyasi, valyuta və digər risklərin yaranması deməkdir. Biz beynəlxalq hesabatları sənədli əməliyyatların istifadəsi ilə həyata keçirərək minimuma endirə bilərik. Bu bizə əməliyyatların keçirilməsinin bütün mərhələlərində yarana biləcək problemləri öncədən nəzərdə tutmaq və işgüzar əməkdaşlığın etibarlığını qiymətləndirmək imkanı verəcəkdir.

Sənədli akkreditiv bir çox ölkələrdə xarici ticari əməliyyatlar üzrə ümumi ödəniş vasitəsidir. Akkreditiv bankın dəqiq şərti pul öhdəliyindən ibarətdir. Burada o, akkreditiv şərtlərinə müvafiq sənədlərin vaxtında təqdim edilməsi zamanı ixracçıya pul vəsaitlərin göstərilən məbləğinin ödəməyə hazır olduğunu təsdiq edir. Bu zaman bank alıcı ilə satıcı arasında vasitəçi rolunu oynayır, belə ki, onun vasitəsilə sənədlərin təqdim edilməsindən sonra ödəniş həyata keçirir.

Qeyd etmək lazımdır ki, öhdəliyi öz üzərinə məhz bank götürür. Alıcı ilə hər hansı hadisənin belə baş verdiyi təqdirdə müqavilə üzrə hesabat hər hansı bir halda baş verəcəkdir. Sənədli akkreditivlərin vahid unifikasiya olunmuş qaydala təhkim edilməsi sövdələşmə üzrə partnyorların yerli qanunvericiliyin və biznesin həyata keçirilməsi üzrə ölkə xüsusiyyətinin yerinə yetirilməməsi ilə əlaqədar olan mümkün risklərdən qoruyur.

Beləliklə, banklarda əməliyyat risklərinin səviyyəsinin qiymətləndirilməsi banklara potensial riskləri müəyyən etməyə, onların potensial təsirlərini ölçməyə, onlara davamlı olaraq nəzarət etməyə və onların azaldılması üçün müvafiq risklərə nəzarət strategiyaları hazırlamağa imkan verən kritik prosesdir. Banklar əməliyyat risklərini effektiv şəkildə idarə etmək və özlərini potensial maliyyə itkilərindən, nüfuza ziyan vurmaqdan və tənzimləyici sanksiyalardan qorumaq üçün möhkəm risklərin idarə edilməsi çərçivəsinə malik olmalıdırlar.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Hacıyeva N.A., Xurşudov Ş.N., Hacıyeva S.T. Bank Marketingi Dərs vəsaiti - Bakı-“Sabah” -2017.
2. Əhmədov M.M. Xidmət sahələrinin marketingi:- Bakı:”İqtisad Universiteti”nin nəşriyyatı, 2015.
3. <http://www.cbar.az/Azərbaycan Respublikası Mərkəzi bankı>

### **ОЦЕНКА УРОВНЯ ОПЕРАЦИОННЫХ РИСКОВ В БАНКАХ**

**Р.О.Новрузова**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Управление операционным риском включено в систему управления рисками Банка. Необходимость управления операционным риском объясняется большим объемом возможных операционных убытков, которые могут нанести ущерб финансовому положению Банка.

### **ASSESSMENT OF THE LEVEL OF OPERATIONAL RISKS IN BANKS**

**R.O.Novruzova**

**Azerbaijan Technology University**

Operational risk management is included in the Bank's risk management system. The need for operational risk management is explained by the large volume of possible operational losses that may harm the Bank's financial position.



## MÜASİR ŞƏRAİTDƏ DÖVLƏT BÜDCƏSİNİN FORMALAŞMASI VƏ İSTİFADƏ PROBLEMLƏRİ

Ü.N.Səmədova – Sadıqova

[ulviyya.samadova.95@gmail.com](mailto:ulviyya.samadova.95@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Z.Q.Abbasov

[zabbasov20@mail.ru](mailto:zabbasov20@mail.ru)

Gəncə Dövlət Universiteti

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində büdcə münasibətləri sisteminin səmərəliliyi prioritet vəzifələrdən biridir ki, onun həlli büdcə qanunvericiliyində aparılan islahatların nəticələrinə təsir göstərir.

Müasir şəraitdə dövlət büdcəsinin formalaşdırılması və icrası dövlət nizamnaməsinə müvafiq olaraq dövlət orqanları tərəfindən müstəqil şəkildə həyata keçirilir. Dövlət büdcəsinin formalaşdırılması vahid metodologiya və sosial normalar tətbiq edilməklə həyata keçirilməlidir. [2]

Dövlət büdcəsinin formalaşdırılması və icrasında büdcənin gəlirlərinin və xərclərinin funksional iqtisadi, inzibati və digər prinsiplər əsasında qruplaşdırılmasını təmin edən vahid büdcə təsnifatı tətbiq edilir.

Hazırda büdcə sferasındakı əsas istifadə problemlərini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar: [1]

- büdcələrin tarazlığının təmin edilməsi;
- büdcə vahidliyinin, büdcə resurslarının tənzimlənməsi sisteminin və büdcə prosesinin təkmilləşdirilməsi;
- büdcə vəsaitlərinin məqsədli, qənaətli və səmərəli istifadəsinə maliyyə nəzarəti sisteminin gücləndirilməsi;
- büdcənin formalaşdırılması və büdcə vəsaitlərinin bölüşdürülməsi üçün metodoloji yanaşmaların, metod və metodikaların işlənilməsi və hazırlanması.

Büdcə sistemində islahatların aparılması toplanmış təcrübənin dərk edilməsini, təkamül proseslərini müəyyən edib öyrənməyi, onların büdcə sistemi və büdcə prosesi praktikasında həyata keçirilməsi üçün işlənilməsi və hazırlanmış prinsipləri, metod və metodikaları ümumiləşdirməyi tələb edir.

Büdcə gəlirlərinin əsas mənbəyi kimi vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi, ilk növbədə, aşağıdakıları əhatə edir: [4]

- vergilərin yığılmasının artırılmasının təmin edilməsi;
- vaxtı keçmiş borcların müddətinin azaldılması;
- maliyyə nəzarətinin gücləndirilməsi.

Büdcə sisteminin nəzəri müddəaların ümumiləşdirilməsi əsasında optimallaşdırılması o deməkdir ki, mövcud metodları, texnikaları, yanaşmaları, prinsipləri, məntiqi və riyazi asılılıqları, modelləri, alqoritmləri təkmilləşdirmək və ya inkişaf etdirmək və onlardan büdcə sisteminin optimal strukturunu və onun elementləri arasında əlaqəni əsaslandırmaq üçün istifadə etmək lazımdır.

Büdcə vəsaitlərinin nəzarəti və səmərəli xərclənməsi problemlərini həll etmək üçün büdcələrin formalaşdırılmasına, büdcə vəsaitlərinin məqsədyönlü xərclənməsinə görə, büdcə sisteminin bütün səviyyələrdə idarəetmə orqanlarının vəzifəli şəxslərinin şəxsi məsuliyyətinin tətbiqi, habelə fəaliyyətin nəticələrinə görə əməyin ödənilməsi sisteminin tətbiqi mümkündür.

Ölkə iqtisadiyyatının büdcə istifadəsinin səmərəliliyinin artırılmasının mütərəqqi istiqaməti uzunmüddətli maliyyə planlaşdırması və proqnozlaşdırılmasıdır. [3]

Büdcənin tənzimləyici gəlirlərdən asılılığı büdcəni böhrana sürükləyə bilər. Bunun qarşısını almaq üçün büdcənin gəlir hissəsini öz gəlirlərimiz hesabına artırmaq lazımdır. Bu, yerli büdcənin vergi daxilolmalarını artırmaqla və ya qeyri-vergi daxilolmaları hesabına həyata keçirilə bilər.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Ələkbərov Ə.Ə. Azərbaycan dövlətinin sosial-iqtisadi inkişafında vahid büdcə sisteminin rolu. Bakı. 2005.
2. Novruzov M, İbrahimov E. Büdcə sistemi (dərslük). Bakı. 2012.
3. Бушмин Е. Роль и место бюджетных процедур в системе государственных финансов. Журнал «Вопросы экономики». №5. 2003. стр. 42-46.
4. Brzeski, W. Jan. “Global Position Paper on Property Tax Reforms”. International Property Tax Institute. Toronto. Canada. 2012.

#### **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**У.Н.Самадова – Садыгова**

[ulviyya.samadova.95@gmail.com](mailto:ulviyya.samadova.95@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**З.Г.Аббасов**

[zabbasov20@mail.ru](mailto:zabbasov20@mail.ru)

**Гянджинский Государственный Университет**

В статье «Проблемы формирования и использования государственного бюджета в современных условиях» сгруппированы основные проблемы использования в бюджетной сфере.

Подчеркнуто, что при формировании и исполнении государственного бюджета применяется единая бюджетная классификация, обеспечивающая группировку доходов и расходов бюджета по функционально-хозяйственному, административному и иным принципам.

#### **PROBLEMS OF THE FORMATION AND USE OF THE STATE BUDGET IN MODERN CONDITIONS**

**U.N.Samadova – Sadygova**

[ulviyya.samadova.95@gmail.com](mailto:ulviyya.samadova.95@gmail.com)

**Azerbaijan Technology University**

**Z.G.Abbasov**

[zabbasov20@mail.ru](mailto:zabbasov20@mail.ru)

**Ganja State University**

The article “Problems of formation and use of the state budget in modern conditions” grouped the main problems of use in the budget sector.

It is emphasized that in the formation and use of the state budget, the unite budget classification is used, which ensures the grouping of budget revenues and expenditures according to functional, economic, administrative and other principles.



## MÜƏSSİSƏLƏRDƏ UÇOT SIYASƏTİNİN FORMALAŞMASI VƏ ONUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

X.V.Qurbanova

[xatira-yusif@mail.ru](mailto:xatira-yusif@mail.ru)

H.H.Qasımova

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Uçot siyasətinin təşkili və mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi, kənd təsərrüfatı müəssisələrində uçot siyasətinin qurulması və tətbiqi, eləcə də kənd təsərrüfatı müəssisələrində maliyyə hesabatının beynəlxalq standartlara uyğun transformasiyasında uçot siyasətindən istifadə edilməsi məsələləri tədqiq edilir. Burada göstərilir ki, müasir şəraitdə Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin 23 yanvar 1997-ci il tarixli əmri ilə təsdiq olunmuş “Müəssisələrin uçot siyasəti haqqında əsasnamə” artıq qüvvədən düşmüşdür və onun şərtləri əsasında uçot siyasəti tərtib edilmədiyindən, demək olar ki, heç bir kənd təsərrüfatı müəssisəsində standartlaşmış və ya konkret formaya malik uçot siyasəti yoxdur.(1) Baxmayaraq ki, MHBS tələblərindən biri də uçot siyasətinin vacibliyidir. Hesab edirik ki, uçot siyasətinin formalaşmasında əsasən aşağıdakılar nəzərdə tutulmalıdır:

- subyekt öz əmlakını və öhdəliklərini fərqləndirməyi bacarmalıdır;
- müəssisə fəaliyyətinin davamlılığına əmin olmalıdır və hesablama metodunun tələblərinə cavab verməlidir;
- müəssisə uçot siyasətini Azərbaycan Respublikasının mühasibat uçotu sistemini tənzimləyən qanunverici sənədlərə uyğun olaraq hesabat ili üçün qəbul edir.

Kənd təsərrüfatı müəssisələrində maliyyə hesabatının beynəlxalq standartlara uyğun transformasiyasında uçot siyasətindən geniş istifadə edilir. Belə ki, ABŞ üzrə kənd təsərrüfatında maliyyə standartları təlimatına əsasən “uçot siyasətinin təyin edilməsi əsasən maliyyə hesabatlarının hazırlanmasında müəssisə üçün istənilən metodların, qiymətləndirmələr və tanınma anlayışlarının məcmusu başa düşülməlidir. Əsas anlayış olaraq prinsip və siyasət anlayışları fərqlilidir. Belə ki, prinsiplər əməl edilməsi vacib qaydalar olduğu halda, siyasət bu qaydaların həyata keçirilməsi üsullarıdır. Zamanla bir çox dövrlərdə prinsiplərdə əsaslı dəyişikliklər ola bilər. Beləliklə, Azərbaycanda hesabatların beynəlxalq standartlara müvafiq transformasiyasında ilk mərhələ ənənəvi uçot qaydaları əsasında hazırlanan hesabatlarla beynəlxalq standartların tələbatına cavab verən hesabatlar arasında olan fərqliliklərin müəyyən olunması və maliyyə hesabatlarının beynəlxalq standartların prinsipləri əsasında yenidən qurulmasından ibarətdir. (2)

Uçot siyasətinin təşkilində əsas məsələ rəhbərliyin mövcud qanunvericiliyə əsaslandırılmış elə uçot siyasətinin hazırlanması başa düşülməlidir ki, bu zaman gələcək faydanın itirilməməsi ilə yanaşı, həm də düzgün qərarların əldə olunmasında şəffaf və dürüst informasiyaya nail olunsun. Bu standartın tələblərinə görə uçot siyasətinin seçilməsi və tətbiq edilməsi zamanı müəyyən standart xüsusi olaraq hər hansı əməliyyata, digər hadisə və ya şərtlərə tətbiq edildikdə, həmin əməliyyat, hadisə və ya şərtlərə tətbiq ediləcək uçot siyasəti müvafiq MUBS-da göstərilən uçot siyasətinə uyğun olmalıdır.



Araşdırmadan da məlum olur ki, bir çox müəssisələrdə maliyyə hesabatlarının keyfiyyət göstəricilərinə riayət edilmir və məlumatın emalında düzgün qərarların qəbulu üçün bu göstəricilər olduqca vacibdir: münasiblik, əhəmiyyətlik, düzgün təqdimat, mahiyyətin formadan üstünlüyü, ehtiyatlılıq, tamliq, neytrallıq, etibarlılıq, ardicillıq, anlaşıqlılıq, müqayisəlilik.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Kənd təsərrüfatı müəssisələrində uçot siyasəti: problemlər və onların həlli istiqamətləri. “Kooperasiya” elmi nəzəri jurnalı, № 4(27), Bakı-2012. s.104-109. 3.
2. Kənd təsərrüfatına Milli Mühasibat Uçotunun tətbiqi: çatışmazlıqlar və onların həlli istiqamətləri. Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutunun Elmi əsərləri. Bakı. 2013-2. s.5-10.
3. Kənd təsərrüfatı müəssisələrində uçotun formalaşmasında kadrların rolu. Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutunun 4. Elmi əsərləri, Bakı, 2014-1. s.91-97.
5. Müəssisələrdə uçot siyasəti: formadan mahiyyətə doğru. “Kooperasiya” elmi nəzəri jurnalı. № 2(33). Bakı-2014. s.165-170.

### **ФОРМИРОВАНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ И ЕЕ ОЦЕНКА**

**Х.В.Гурбанова**

[xatira-yusif@mail.ru](mailto:xatira-yusif@mail.ru)

**Х.Х.Гасымова**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Основным вопросом в организации учетной политики должна стать подготовка такой учетной политики на основе действующего законодательства со стороны руководства, чтобы, помимо неутраты будущих выгод, была достигнута прозрачная и честная информация для того, чтобы правильные решения.

### **FORMULATION OF ACCOUNTING POLICY IN ENTERPRISES AND ITS EVALUATION**

**Kh.V.Gurbanova**

[xatira-yusif@mail.ru](mailto:xatira-yusif@mail.ru)

**H.H.Qasimova**

**Azerbaijan Technological University**

The main issue in the organization of the accounting policy should be the preparation of such an accounting policy based on the current legislation by the management, so that, in addition to not losing future benefits, transparent and honest information is achieved in order to make the right decisions.



## İSTEHLAK BAZARININ TƏDQIQINDƏ MARKETİNGDƏN İSTİFADƏNİN ZƏRURİLİYİ

Ş.R.Cəlilova

[Abbasova.s.99@bk.ru](mailto:Abbasova.s.99@bk.ru)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

İstehlak bazarının tədqiqi təşkilatlara müştərilərinin ehtiyaclarını və üstünlüklərini anlamağa kömək edən mühüm prosesdir. Bu məlumat təşkilatlara bizneslərini inkişaf etdirməyə və məqsədlərinə çatmağa kömək edə biləcək effektiv marketing strategiyalarının inkişafı üçün çox vacibdir. Bununla belə, istehlak bazarı araşdırmalarının aparılması kifayət deyil. Təşkilatlar, həmçinin bazar araşdırmalarından əldə edilən fikirlərdən istifadə etmək və müştərilərinin ehtiyaclarına cavab verən effektiv strategiyalar hazırlamaq üçün marketingdən istifadə etməlidirlər. Marketing istehlak bazarı tədqiqatının vacib komponentidir, çünki o, bizneslərə hədəf auditoriyası ilə əlaqə saxlamağa və onların ehtiyac və üstünlüklərini anlamağa kömək edir. Bazar araşdırması apararaq, müəssisələr istehlakçının düşüncə tərzinə dair fikirlər əldə edə və onların satın alma davranışını müəyyən edə bilər. Bu məlumat istehlakçı ilə rezonans doğuran və satışların artmasına səbəb olan effektiv marketing strategiyaları yaratmaq üçün istifadə edilə bilər.

Marketing istehlakçı meyllərini, üstünlüklərini və satın alma davranışlarını müəyyən etməyə kömək edə bilər. Bazar araşdırması vasitəsilə toplanmış məlumatları təhlil edərək, müəssisələr hədəf auditoriyasını daha yaxşı anlamağa kömək edə biləcək nümunələri və meylləri müəyyən edə bilərlər. Buraya demoqrafik, psixografik və coğrafi yer kimi amillər daxil ola bilər. Bu amilləri başa düşmək bizneslərə hədəf auditoriyası ilə daha yaxşı əlaqə qurmaq və uğur şanslarını artırmaq üçün marketing söylərini uyğunlaşdırmağa kömək edə bilər. Marketing həmçinin markanın tanınması və məlumatlılığının yaradılmasına kömək edə bilər. Reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr və digər marketing söyləri vasitəsilə müəssisələr bazarda güclü brend varlığı yarada bilərlər. Bu, müsbət reputasiya yaratmağa kömək edə və istehlakçıların brendi tanımasını və tanımasını asanlaşdırmağa kömək edə bilər. Brendin tanınması satışların artmasına səbəb ola bilər. [1]

Marketing də satışları artırmağa kömək edə bilər. Hədəf auditoriyası ilə rezonans doğuran effektiv marketing kampaniyaları yaratmaqla müəssisələr uğur şanslarını artırmağa və satışları artırmağa bilərlər. Buraya promosyon təklifləri, endirimlər və istehlakçıları alış-veriş etməyə təşviq edən digər stimullar kimi strategiyalar daxil ola bilər.

Məlumat toplamaq və hədəf auditoriyaya dair fikirlər əldə etmək üçün istifadə edilə bilən bir neçə müxtəlif növ marketing tədqiqatı üsulları mövcuddur. Bu üsulları iki əsas kateqoriyaya bölmək olar:

- *keyfiyyət tədqiqatı*;
- *kəmiyyət tədqiqatı*. [4]

Keyfiyyətli tədqiqat adətən hədəf auditoriyanın münasibətlərini, inanclarını və davranışlarını daha dərindən başa düşmək üçün istifadə olunur. Bu tip tədqiqatlara fokus qrupları, dərin müsahibələr və müşahidə kimi üsullar daxil ola bilər. Keyfiyyətli tədqiqat istehlakçının təfəkkürü ilə bağlı dəyərli fikirlər verə bilər və müəssisələrə hədəf auditoriyası ilə rezonans doğuran effektiv marketing strategiyaları hazırlamağa kömək edə bilər.

Kəmiyyət tədqiqatı adətən statistik olaraq təhlil edilə bilən ədədi məlumatları toplamaq üçün istifadə olunur. Bu tip tədqiqata sorğular və təcrübələr kimi üsullar daxil ola bilər. Kəmiyyət tədqiqatı hədəf auditoriyasının ölçüsü, onların satın alma davranışı və bizneslərə effektiv marketing strategiyaları hazırlamağa kömək edə biləcək digər mühüm amillər haqqında dəyərli fikirlər verə bilər. Marketing istehlakçı bazarı tədqiqatının vacib hissəsidir, çünki o, müəssisələrə hədəf auditoriyası ilə əlaqə saxlamağa və effektiv marketing strategiyaları hazırlamağa kömək edir. Müəssisələr

bazar araşdırması aparmaqla istehlakçının təfəkkürü haqqında dəyərli fikirlər əldə edə və onların ehtiyaclarını, üstünlüklərini və davranışlarını müəyyən edə bilirlər. Bu məlumat hədəf auditoriya ilə rezonans doğuran və satışları artıran effektiv marketing kampaniyaları yaratmaq üçün istifadə edilə bilər.

Keyfiyyət tədqiqatı və kəmiyyət tədqiqatı da daxil olmaqla, məlumat toplamaq üçün istifadə edilə bilən bir neçə müxtəlif növ marketing tədqiqatı texnikası mövcuddur. Bu üsullar hədəf auditoriyasının ölçüsü, onların satın alma davranışı və bizneslərə effektiv marketing strategiyaları hazırlamağa kömək edə biləcək digər mühüm amillər haqqında dəyərli fikirlər verə bilər. [2]

Nəhayət, bazar araşdırması məlumatlarını təhlil etmək və şərh etmək məlumatlı biznes qərarları qəbul etmək üçün çox vacibdir. Bu, nümunələrin və tendensiyaların müəyyən edilməsini, hədəf auditoriyanın ölçüsünün müəyyən edilməsini və marketing kampaniyalarının effektivliyinin təhlilini əhatə edir. Bununla, müəssisələr hədəf auditoriyası ilə rezonans doğuran, satışları artıran və mənfəətlərini yaxşılaşdıran hədəflənmiş marketing kampaniyaları inkişaf etdirə bilirlər.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Dadaşova A.S. Marketing tədqiqatı istehlakçı davranışını anlamaq üçün bir vasitə kimi. Bakı. 2020. s.12-16.
2. Mahmudova R.N. İstehlak bazarında marketing tədqiqatının rolu: praktiki aspektlər. Bakı. 2020. s.54-59.
3. Rüstəмова R.A. İstehlak bazarında marketing tədqiqatı: üstünlüklər və məhdudiyyətlər. Journal of Economics and Business. (4). 2020. s. 31-35.
4. Kərimova. F.G. İstehlak mallarının marketing strategiyasının işlənilməsində hazırlanmasında marketing tədqiqatlarının rolu. Journal of Business and Management. (3).2019. s.44-49.

### **НЕОБХОДИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В ИССЛЕДОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

**Джалилова Ш.Р.**

[Abbasova.s.99@bk.ru](mailto:Abbasova.s.99@bk.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Исследование потребительского рынка — важный процесс, который помогает организациям понять потребности и предпочтения своих клиентов. Эта информация имеет решающее значение для разработки эффективных маркетинговых стратегий, которые могут помочь организациям развивать свой бизнес и достигать своих целей.

### **THE NEED TO USE MARKETING IN CONSUMER MARKET RESEARCH**

**Sh.R. Jalilova**

[Abbasova.s.99@bk.ru](mailto:Abbasova.s.99@bk.ru)

**Azerbaijan Technological University**

Consumer market research is an important process that helps organizations understand the needs and preferences of their customers. This information is critical to developing effective marketing strategies that can help organizations grow their business and achieve their goals.



## RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATDA MARKETİNG VƏ MENECEMENTİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

D.D.Fərəcova

[faracova.dilbar@mail.ru](mailto:faracova.dilbar@mail.ru)

**Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti**

Yaranmaqda olan rəqəmsal iqtisadiyyat şəraitində müəssisə ilə istehlakçılar arasında daha səmərəli və effektiv kommunikasiya sisteminin formalaşdırılması vacibdir. İnformasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişafına və onlardan istifadəyə xüsusi əhəmiyyət verməmiş şirkətlər üçün bu sahənin liderləri ilə rəqabət aparmaq getdikcə çətinləşir. Tərəqqinin bu yeni müasir prosesləri inkişafın sənaye mərhələsindən çox uzaqlaşmış cəmiyyətin inkişafının prinsipinə yeni mərhələsindən danışmağa imkan verir. Tədqiqatın məqsədi rəqəmsal iqtisadiyyat dövründə marketing və idarəetmənin inkişaf xüsusiyyətlərini müəyyən etməkdir. İşdə elmi biliklərin müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə, sistemləşdirmə, tarixi-məntiq metodları tətbiq edilmişdir. Məqalədə marketing və menecmentin ən əhəmiyyətli tendensiyaları və onların biznes subyektləri üçün təsirləri təsvir edilmişdir.

XX əsrin 70-80-ci illərindən informasiya resurslarının istehsalının maddi dəyərlərin istehsalından daha vacib olduğu informasiya cəmiyyəti nəzəriyyəsinin formalaşması prosesi sürətlə inkişaf etməyə başlamışdır. Həmin dövrün tədqiqatlarında əsas problem informasiyanın əldə edilməsi, işlənməsi və yayılması vasitələrinin, habelə onlardan iqtisadi sahədə istifadənin nəticələrinin təkmilləşdirmə ehtiyacı idi. Bu problemin yaranmasına qlobal bazarlarda inqilabi dəyişikliklərlə müşayiət olunan informasiya və telekommunikasiya texnologiyalarının aktiv inkişafı səbəb olmuşdur.

İqtisadi tərəqqinin təkanverici qüvvəsi kimi informasiyanın dominantlığı, milli iqtisadiyyatların dünya birliyinə qlobal inteqrasiyası – bütün bu faktorlar istər lokal, istərsə də beynəlxalq miqyasda şəbəkələrin yaranmasını şərtləndirir. Bu qlobal şəbəkələrdən biri də yeni iqtisadiyyatın uğurlu fəaliyyəti üçün cəlbedici informasiya və kommunikasiya mühiti yaradan internetdir. Hazırkı şəraitdə yeni iqtisadiyyatı şəbəkə mallarının istehsalı və paylanması ilə əlaqəli şəbəkə iqtisadiyyatı kimi xarakterizə etmək olar.

M.Kastels öz tədqiqatlarında yeni iqtisadiyyatın beş fərqli xüsusiyyətini qeyd edir:

- məhsuldarlıq elm və texnikanın nailiyyətlərindən, eləcə də informasiya və menecmentin keyfiyyətindən asılıdır;
- maddi istehsaldan informasiya fəaliyyətinə keçid prosesində istehsalçıların və istehlakçıların maraqlarında uzlaşma baş verir;
- istehsal prosesinin təşkilinin dərin transformasiyası; iqtisadiyyatın qloballaşması, dünya bazarının yaranması və milli sərhədlərin silinməsi;
- informasiya texnologiyalarına əsaslanan texnoloji dəyişikliklərin inqilabi xarakteri. [1]

İnternet bazarlarında fəaliyyət göstərən şirkətlər iqtisadiyyatın ənənəvi sektorlarındakı şirkətlərə nisbətən daha sürətli inkişaf edir. Bununla belə, oflayn fəaliyyət göstərən şirkətlər də uğurlarının təminatçısına çevrilən şəbəkənin imkanlarından fəal şəkildə istifadə etməyə başlayırlar. Hədəf auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqə qurmağa kömək edən, yeni müştərilərin cəlb olunmasına yardımçı olan, bir çox biznes proseslərinin avtomatlaşdırılmasına və müəssisələrin qarşılıqlı faydalı fəaliyyətinə səbəb olan İnternet sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətində əvəzolunmaz hala gəlir.

Yeni iqtisadiyyatda biznesin inkişafındakı digər mühüm tendensiya iri şirkətlərin biznesinin şaxələndirilməsidir. İdarəetmənin təşkilinin şaquli sistemi daxili əməliyyatların çərçivəsindən kənara çıxan və tədarükçüləri, istehlakçıları və dəyər yaratma zəncirinin bütün əsas tərəfdaşlarını əhatə edən üfüqi qarşılıqlı əlaqələrlə tamamlanır. Bu isə öz

növbəsində, şirkətin təşkilati mədəniyyətinin və etikasının dəyişməsinə, işçinin şəxsi keyfiyyətlərinə istiqamətlənmiş olan motivasiya sisteminin yenidən qurulmasına gətirib çıxarır.

Strateji məqsədlərə çatmaq üçün təşkilatın məlumatdan səmərəli istifadə etməsini ehtiva edən şirkətin “informasiya gəlirliliyi” anlayışı meydana çıxır. Bu şirkətin informasiya texnologiyalarının imkanlarının internetin yaratdığı imkanlarla birləşməsi nəticəsində baş verir. Texnoloji yeniliklərin, innovasiyaların daimi tətbiqi şirkətlərin rəqabət üstünlükləri və effektiv inkişafına səbəb olur. Hazırda bu cür bacarıqlar əsasən daha çevik idarəetmə formalarının tətbiqinə imkan verən və və cari məsələləri daha az xərclə həll etməyə yardımçı olan yeni təşkilati təcrübənin toplanmasından ibarətdir.

Qeyd etmək vacibdir ki, rəqəmsal texnologiyalar strateji məqsədlərə münasibətdə idarəetmə ilə bağlı qavrayışı modifikasiya edir və müvafiq olaraq, bazarda sahibkarlıq subyektlərinin davranışını dəyişdirir. Həmçinin, istehlakçı seçimi nəzəriyyəsinin konteksti dəyişir: bu gün istifadəçilər tanışları və etibar etdikləri şəxslərin rəylərinə inanırlar.

Marketinqin inkişafındakı global tendensiya total rəqəmsallaşmadır, yeni təşkilatçılıq mədəniyyətinin və müştərilərlə qarşılıqlı əlaqənin qurulmasına yeni yanaşma. Bütün rəqəmsal transformasiya məlumatlarla işləmək ətrafında qurulur. Məlumat getdikcə daha çox artan strateji bir sərvətdir. Onları nəinki düzgün toplamaq və bir-biri ilə əlaqələndirmək, həm də onların əsasında qərarlar qəbul etmək vacibdir. [2]

Qeyd etmək lazımdır ki, rəqəmsal iqtisadiyyat daimi təcrübəni ehtiva edir. Əvvəllər məhsulun sınaqdan keçirilməsi baha başa gəlirdi bahalı. Bunun üçün əvvəlcə son məhsulu hazırlamaq və yalnız bundan sonra sınaqdan keçirmək lazım idi. Yeni istehsal modeli məhsulun minimal funksionallıqla bazara çıxarılmasıdır. Onun inkişafı və funksionallığının genişləndirilməsi istifadəçi ilə daimi dialoqda baş verir. Yeni siz məhsulu istehlakçı ilə birlikdə hazırlayırsınız. [3]

Marketinqin inkişafındakı digər tendensiya videonun, eləcə də əlavə reallıq (AR) texnologiyalarının artan roludur. Video məzmununun populyarlığının səbəbləri aşağıdakılardır: vizual məzmun məndən 60 000 dəfə tez işlənir; daha yaxşı ROI göstəriciləri; unikal vizual məzmandan istifadə edərkən dönüşüm göstəriciləri 7 dəfə yüksəkdir; kommersiya təklifinin alınmasına və yadda qalanlığına müştərinin marağını artırmaq. [4]

Beləliklə, rəqəmsal iqtisadiyyat dövründə marketinq həm də yeni formatların istifadəsini (aşağı rəqabət səbəbindən) və şəxsi məlumatlarınızla işləməyi nəzərdə tutur (verilənlər bazasının segmentasiyası, onun əsasında oxşar auditoriyaların yaradılması, səmərəsiz segmentlərin istisna edilməsi, daimi sınaq).

Innovativ - rəqəmsal iqtisadiyyat şəraitində marketinq və menecmentin inkişafının yuxarıda qeyd olunan tendensiyaları istehlakçı seçimlərinin izlənməsi və qeydə alınması, istehlakçı davranışı modelinin müəyyən edilməsi və s. şərtləndirir.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура/Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
2. 11 трендов маркетинга 2018 для брендов, которые хотят быть лучшими. [Электронный ресурс] URL: <https://rusability.ru/internet-marketing/11-marketingovyh-trendov-2018-kotorye-zasluzhivayut-vashegovnimaninya/> (дата обращения: 23.03.2018).
3. Тренды интернет-маркетинга 2018: прогноз от руководителей «Текстерры». [Электронный ресурс]. URL: <https://texterra.ru/blog/trendy-internet-marketinga-2018-prognoz-ot-rukovoditeley-teksterry.html> (дата обращения: 23.03.2018).



4. 8 глобальных трендов маркетинга в 2018 году от Zenith. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/8-globalnykh-trendov-marketinga-v-2018-godu-ot-zenith-30308.html> (дата обращения: 23.03.2018).

## **ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**Д.Д.Фарайова**

[faracova.dilbar@mail.ru](mailto:faracova.dilbar@mail.ru)

**Азербайджанский Государственный Экономический Университет**

В условиях формирующейся цифровой экономики необходимо формирование более эффективной и результативной системы коммуникаций между предприятием и потребителями. Компании, которые не придали особую важность развитию информационных и коммуникационных технологий и использованию их, становится все сложнее конкурировать с лидерами отрасли. Эти новые современные процессы в развитии позволяют говорить о принципиально новом этапе развития общества, далеко ушедшем от индустриального этапа развития. Цель исследования – выявить специфику развития маркетинга и менеджмента в эпоху цифровой экономики. В работе были применены такие методы научного познания, как сравнительный анализ, обобщение, систематизация, историко-логический метод. В статье обозначены наиболее значимые тенденции в маркетинге и менеджменте и их последствия для субъектов хозяйствования.

## **FEATURES OF MARKETING AND MANAGEMENT IN THE DIGITAL ECONOMY**

**D.D. Farajova**

[faracova.dilbar@mail.ru](mailto:faracova.dilbar@mail.ru)

**Azerbaijan State Economic University**

In the conditions of the emerging digital economy, it is necessary to form a more efficient and effective communication system between the enterprise and consumers. Companies that have not attached particular importance to the development of information and communication technologies and their use, it is becoming increasingly difficult to compete with industry leaders. These new modern processes in development allow us to speak about a fundamentally new stage in the development of society, far removed from the industrial stage of development. The purpose of the study is to identify the specifics of the development of marketing and management in the era of the digital economy. In the work were applied such methods of scientific knowledge, as a comparative analysis, generalization, systematization, historical and logical method. The article identifies the most significant trends in marketing and management and their implications for business entities.



## AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA MALİYYƏNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

### MEXANİZMLƏRİ

Z.Q.Abbasov

[zabbasov20@mail.ru](mailto:zabbasov20@mail.ru)

Gəncə Dövlət Universiteti

F.A.Səfərli

### Azərbaycan Texnologiya Universiteti

31 iyul 2018-ci il tarixində ölkə prezidenti cənab İlham Əliyev “Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın inkişafına dövlət dəstəyi mexanizminin təkmilləşdirilməsi haqqında” fərman imzalamışdır. Fərmanda əsasən sahibkarlığın inkişaf mexanizminin təkmilləşdirilməsi, qeyri-neft sektorunda yeni texnologiyalara yönəlik innovativ istehsal, emal və infrastruktur mərkəzlərinin yaradılması, ixrac əməliyyatlarının genişləndirilməsi, özəl sektora investisiyaların cəlbediciliyinin sürətləndirilməsi və biznes subyektlərinin maliyyə resurslarına əlçatanlığının genişləndirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. [1]

Aydındır ki, kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsində bəzən müəyyən çətinliklər yarana bilər. Bəs onda bu çətinliklər nədən ibarətdir? Qeyd etdiyimiz kimi kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin ən başlıca maliyyə mənbəyi məhz elə dövlət büdcəsi hesab edilir. Ancaq bir məsələ var ki, Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi müvafiq sərəncamı verməyəne kimi, dövlət büdcəsindən kiçik və orta sahibkarlıq üçün nəzərdə tutulmuş maliyyə vəsaitinin onlara çatması qeyri mümkündür. [2] Əlbəttə nəzərə alsaq ki, ölkədə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı həyat rifahının yaxşılaşdırılması, işsizliyin qisməndə olsa azaldılması, eyni zamanda iqtisadi və siyasi baxımdan əhəmiyyətli olduğu üçün həmin bu sahənin inkişafı daim diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.

Bir nüansı qeyd etmək istərdim ki, dövlət büdcəsinin vəsaiti bölüşdürülərkən müəssisələri üçün ayrılan maliyyə vəsaiti arxa plana atılmamalıdır. Dünya ölkələrində olduğu kimi ölkəmizdə də kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına, o cümlədən maliyyələşməsinə təmin edən müəyyən təsisatlar mövcuddur. [3] Və bunlar aşağıdakılardır:

- ✓ *Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu;*
- ✓ *Kənd Təsərrüfatı Kreditləri üzrə Dövlət Agentliyi;*
- ✓ *İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı Dövlət Fondu;*
- ✓ *Azərbaycan Investisiya Şirkəti.*

Qeyd etmək istərdim ki, yuxarıda adı çəkilən fondların verdikləri kreditlər dövlət büdcəsindən ayrılan pul vəsaitləri vasitəsi ilə təmin edilir.

Kiçik və orta biznesinə xas olan ən mühüm əlamətlərdən birincisi maliyyə resurslarına çıxışlarının olması və onlardan uğurla bəhrələnmələridir. [4]. Kiçik və orta biznes tərəfindən maliyyə resurslarından uğurla istifadə olunması yeni iş yerlərinin fəaliyyətə başlaması, sahibkarların müəyyən innovativ yeniliklər etməsi, daha da sürətlə inkişaf etməsi deməkdir. Onu da vurğulamaq yerinə düşər ki, həmin bu sahibkarlıq fəaliyyəti üçün maliyyə çıxışını asanlaşdırmaqdan ötrü bankların kreditləri daha güzəştli şərtlərlə verməsi, dövlətin bir sıra proqramları hazırlaması və onun icratını həyata keçirilməsini misal göstərmək olar.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 28 dekabr 2017-ci il tarixli “Kiçik və orta sahibkarlıq sahəsində idarəetmənin daha da təkmilləşdirilməsinin təkmilləşdirilməsi haqqında ” Fərmanı. Bakı - 2017.
2. Abdullayev Ş.Ə. Bankların resursları və onların idarə olunması. Çəşioğlu, Bakı: 2009, 472 s.
3. Kəlbəyev Y.A. Fiskal siyasət və milli iqtisadiyyatın dərinləşməsi problemləri. Monoqrafiya / Y.A.Kəlbəyev - Bakı: Elm - 2005, - 486 s.
4. Abdullayev Ş.Ə., Əsgərova R.V. Bank işi. Ali məktəblər üçün dərslik. Bakı. Çəşioğlu. 2008. 188s.

### **МЕХАНИЗМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСОВ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**З.Г.Аббасов**

[zabbasov20@mail.ru](mailto:zabbasov20@mail.ru)

**Гянджинский Государственный Университет**

**Ф.А.Сафарли**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Основной целью тезиса является направление совершенствования финансирования малых и средних предприятий в стране, их основные источники финансирования, средства, выделяемые из государственного бюджета на развитие предпринимательства.

### **FINANCE IMPROVEMENT MECHANISMS IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

**Z.G.Abbasov**

[zabbasov20@mail.ru](mailto:zabbasov20@mail.ru)

**Ganja State University**

**F.A.Safarli**

**Azerbaijan Technological University**

The main purpose of the thesis is the direction of improving the financing of small and medium-sized enterprises in the country, their main sources of financing, funds allocated from the state budget for the development of entrepreneurship.



## LAYİHƏLƏR ÜZRƏ RISKLƏR VƏ ONLARIN İDARƏ EDİLMƏSİ

S.E.Bayramova

[sevinj.bayramova@aztelekom.az](mailto:sevinj.bayramova@aztelekom.az)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Risklərin idarə edilməsinin planlaşdırılması, layihə risklərini idarə etmək üçün yanaşmaların müəyyən edilməsi və əməliyyatların planlaşdırılması prosesidir. Risklərin idarə edilməsi fəaliyyətlərini yerinə yetirmək üçün kifayət qədər vaxt və resurslar ayırmağa və risklərin qiymətləndirilməsi üçün ümumi əsasları müəyyən etməyə imkan verir.

Layihələr üzrə risklərin idarə edilməsi risklərin qiymətləndirilməsini və bu risklər üçün azaldılması strategiyasını ehtiva edən bir prosesdir. Riskin qiymətləndirilməsi həm potensial riskin müəyyənləşdirilməsini, həm də riskin potensial təsirinin qiymətləndirilməsini əhatə edir. Riskin azaldılması planı risk hadisələrinin - layihəyə mənfi təsir göstərən hadisələrin təsirini aradan qaldırmaq və ya minimuma endirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Riskin müəyyən edilməsi həm yaradıcı, həm də intizamlı bir prosesdir. Yaradıcı proses beyin fırtınası sessiyalarını əhatə edir, burada komandadan səhv gedə biləcək hər şeyin siyahısını yaratması tələb olunur. Bu mərhələdə bütün ideyalar qəbul edilir və sonradan gələn ideyalar dəyərləndirilir.

Risklərin idarə edilməsi planı təşkilat üçün potensial riskləri və işçilərin bu riskləri məqbul səviyyədə saxlamaq üçün atmalı olduğu addımları sənədləşdirir. Təşkilatın müxtəlif riskləri həll etmək üçün bir çox risk idarəetmə planları olacaq.

Əsas maraqlı tərəflər, o cümlədən yüksək səviyyəli rəhbərlik, uyğunluq üzrə məsul şəxslər və şöbə menecerləri yüksək səviyyəli və strateji riskləri həll etmək üçün risklərin idarə edilməsi planı hazırlaya bilərlər. Və ya layihənin idarə edilməsi şəraitində, layihə meneceri layihə riskləri üçün xüsusi bir risk idarəetmə planı yaratmaq üçün layihə komandası ilə işləyir.

Risklərin idarə edilməsi planının əhatə dairəsindən asılı olmayaraq, layihə müxtəlif potensial riskləri necə müəyyən etməyi və risk təhlilini aparmağı bilən bir qrup maraqlı tərəf tərəfindən hazırlanır. [1]

Bir çoxumuz riskin idarə edilməsi planının və riskin qiymətləndirilməsinin sinonim olduğunu güman edirik; amma deyil. Risklərin idarə edilməsi planı identifikasiya, qiymətləndirmə və riskin azaldılması daxil olmaqla bütün prosesi sənədləşdirir. Buraya həmçinin riskə nəzarət monitorinqi, mənfəət-xərc təhlili və maliyyə təsirləri daxildir.

Bunun əksinə olaraq, risklərin qiymətləndirilməsi risklərin idarə edilməsi prosesinin xüsusi hissəsidir. Siz mümkün nəticələri təsvir etmək və riski azaltmaq üçün addımları prioritetləşdirmək üçün hər bir riski ehtimal və şiddətə görə təsnif edirsiniz. Riskin qiymətləndirilməsi ümumi risklərin idarə edilməsi prosesinin mühüm elementidir və əsas diqqəti risklərin müəyyən edilməsinə və təhlilinə yönəldir. [2]

Hər bir təşkilat risklərə məruz qalır. Risklərin idarə edilməsi təbii fəlakətlərdən tutmuş kibertəhlükəsizlik təhdidlərinə qədər saysız-hesabsız qeyri-müəyyən hadisələr üçün bu riskləri necə idarə etməyimizdən ibarətdir.

Risklərin idarə edilməsi yalnız işin davamlılığını və gəlirliliyini təmin etmək üçün müdrik deyil. Əksər qanunlar, qaydalar və sənaye uyğunluq çərçivələri məlumatların pozulmasının qarşısını almaq və həssas məlumatları qorumaq üçün risk qiymətləndirmələrinin sübutunu və digər metodologiyaları tələb edir.

Risklərin idarə edilməsi planının yaradılması bir neçə addımdan ibarətdir. Bütün addımları ardıcılıqla yerinə yetirmək vacibdir. Bu bələdçi məlum və yaranan riskləri həll edən və yeni təhlükələri müəyyən edən hərtərəfli proqram üçün şablon ola bilər. [3]

*Məqsədlərin təyin edilməsi.*

Birincisi, komanda üzvləri biznes və ya layihə məqsədlərini nəzərdən keçirməlidirlər, istər məhsulun inkişafı layihəsi olsun, istərsə də üçüncü tərəf biznes tərəfdaşlıqlarını inkişaf etdirmək təşəbbüsü olsun. Risklərin idarə edilməsi prosesi biznes məqsədlərindən başlayaraq cari və gələcək hədəflərə uyğun olmalıdır.

*Riskin müəyyənləşdirilməsi*

İkinci addım sistemlər, şəbəkələr, proqram təminatı, cihazlar, təchizatçılar və məlumatlar kimi rəqəmsal aktivləri nəzərdən keçirməkdir. Bu aktivlərin kataloqlaşdırılması əsas maraqlı tərəflərə beyin fırtınası aparmağa və hər birinə uyğun riskləri müəyyən etməyə imkan verir.

Prosesin məqsədi layihənin riskləri ilə layihənin təşkilat və digər maraqlı tərəflər üçün əhəmiyyəti arasında mütənəşib əlaqənin olmasını təmin etməkdir.

*Riskin planlaşdırılması* xərcləri azaltmağa və layihənin uğurla başa çatmasını təmin etməyə kömək edir, həmçinin müştəriyə layihənin qarşıya qoyulmuş məqsədlərinə çatmaqda inam verir. Riskləri idarə edərkən ən yaxşı nəticə risklər faktiki baş verməzdən çox əvvəl müəyyən olunarsa, əldə edilir. Risklərdən xəbərdar olmadan, onların qarşısını almaq və ya azaltmaq mümkün deyil, həmçinin yaranan risklərin təsirini azaltmaq üçün gözlənilməz hallarda müvafiq tədbirləri planlaşdırmaq da mümkün deyil.

Planlaşdırma prosesi layihə ideyasından dərhal sonra başlayır, həmyaşıdların nəzərdən keçirilməsi, məlumatların təhlili, görüşlər, maraqlı tərəflərin təhlili metodlarından istifadə edir və layihənin ilkin mərhələlərində başa çatır. [4]

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Kaznacheeva E. V. Qeyri-müəyyənlik şəraitində idarəetmə. - Moskva: SƏTƏM. 2020. - 148 s.
2. Məmmədov S. A. İdarəetmənin əsasları. Bakı. 2009.
3. Risklərin İdarə Edilməsi (Harvard Business Review Top 10 Series) = Risklərin idarə edilməsi haqqında. M.: Alpina nəşriyyatı, 2022. S. 206.
4. Vyatkin V. N. Risklərin idarə edilməsi. Dərslik. Moskva. 2018

## **РИСКИ ПРОЕКТОВ И ИХ УПРАВЛЕНИЕ**

**С.Э.Байрамова**

[sevinj.bayramova@aztelekom.az](mailto:sevinj.bayramova@aztelekom.az)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Планирование управления рисками это процесс определения подходов и планирования операций по управлению рисками проекта, который позволяет выделить достаточно времени и ресурсов для выполнения мероприятий по управлению рисками и установить общую основу для оценки рисков.

## **RISKS ON PROJECTS AND THEIR MANAGEMENT**

**S.E.Bayramova**

[sevinj.bayramova@aztelekom.az](mailto:sevinj.bayramova@aztelekom.az)

**Azerbaijan Technological University**

Risk management planning is the process of defining approaches and planning operations to manage project risks. It allows allocating sufficient time and resources to perform risk management activities and establishing a common basis for risk assessment.





## İQTİSADİYYATDA KLASTERLƏRDƏN İSTİFADƏNİN SƏMƏRƏLİLİYİ

L.Ə.Abbasova

[Lalasonse@mail.ru](mailto:Lalasonse@mail.ru)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Qloballaşdırma şəraitində müəssisələrin gəlirli fəaliyyətini və məşgulluğunu təmin etmək üçün rəqabətqabiliyyətlik zəruridir. Müasir rəqabətqabiliyyətliliyi təmin etmək və daha mürəkkəb sosial, siyasi və iqtisadi proseslərə davam gətirmək bir sıra ölkələr qarşısında duran ən mühüm vəzifələrdən biridir. Firmaların təşkilati məqsədlərinə çatmaq və səmərəli fəaliyyəti üçün klasterləşdirmə konsepsiyası və insan kapitalının mühüm olmasına prioritet kimi baxmaq lazımdır. Beləliklə, klaster konsepsiyası dünya bazarında uğur qazanmaq və dayanıqlı rəqabət aparmaq məqsədi ilə yaradılıb (xüsusi ilə kiçik və orta müəssisələr (KOM) üçün). Ona görə də klaster ideyası inkişaf etməkdə və inkişaf etmiş ölkələrdə bir çox siyasətçilərin və alimlərin diqqətini cəlb etmişdir. Klasterlərin yaradılmasının üstünlüyü mikroiqtsadi komponentlərin və iqtisadi inkişafın sosial aspektlərinin çox mühüm olduğunu göstərir. Qeyd olunanlardan başqa məşgulluğu artırmaq, regional istehsal sistemlərinin rəqabətqabiliyyətliliyini yüksəltmək, gəlirləri artırmaq üçün səmərəli vasitədir. Regional inkişafın xüsusiyyətlərindən asılı olaraq inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə daha uğurludur.

Tədqiqat işinin əsas məqsədi milli iqtisadiyyatın inkişafında klasterlərin rolunu göstərməkdən ibarətdir. Bu məqsədlə regional iqtisadi inkişafda klaster yanaşmanın nəzəri əsasları sistemləşdirilərək, iqtisadiyyatın ərazi üzrə təşkil forması kimi mahiyyəti dəqiqləşdirilir, region klasterləri növlərinə görə təsnifatlaşdırılır, regional iqtisadiyyatda klaster birləşməsinin rəqabət üstünlüyü və iqtisadi səmərəsi müəyyən edilir, klasterləşmə üzrə xarici və azərbaycan təsrübəsi ümumiləşdirilir.

Müxtəlif ölkələrin təcrübəsinin təhlili göstərir ki, klasterlərin iki mühüm xarakteristikası var:

*Cografik təmərküzləşmə* - son məlumatlara görə dünya klasterlərinin 61%-i bir şəhərdə, 20%-i bir ştatda və regionda, yalnız 19%-i müxtəlif regionları və ölkəni əhatə edir.

*Prosesdə geniş iştirak* - bütün dünya üzrə 280 klasterdən 42%-i 100, 14%-i 200-ə qədər, 10%-i 400 və 25%-i 600 firmadan çox firmaya malikdir. Misal üçün İtaliyanın Prato regionunda tikiş klasteri 9000 kompaniyanı əhatə edir.

Azərbaycan da isə KOM klasterlərə zəif cəlb olunur, dünya ölkələrinin hansında ki, klasterləşmə yüksək səviyyədədir, KOM-ların klasterlərin əsas iştirakçıları arasında xüsusi yeri var. Klasterlərdən istifadə üçün ölkənin elmi potensialı güclü olmalıdır. Respublikamızda həmçinin universitetlərin tədqiqat potensialını gücləndirmək lazımdır. Hazırkı dövrdə yaxşı halda tədqiqatlara sərf olunan vəsaitin 8%-i universitetlər vasitəsi ilə həyata keçirilir (2016-cı ildə 6 mln ABŞ dollar). Respublikada klaster inkişaf strategiyasının hazırlanmasına ehtiyac var. Sənayeni dəstəkləmək və Azərbaycan Respublikasında klasterlərin yaradılması üçün aşağıdakı tədbirlərin görülməsi məqsədə uyğun hesab edilir.

- Azərbaycan sənayesində klaster modellərini tətbiq etmək üçün beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlığın yaradılması;
- Regionlarda sahələr üzrə iqtisadi situasiyanın təhlili və klasterlərin yaradılması üçün istiqamətlərin müəyyən edilməsi;
- Klasterləşdirməni stimullaşdırmaq üçün sahibkarlığa dəstək Milli fondundan güzəştli kreditlərin verilməsi məsələsinə baxılması;
- İnnovasiyalı klasterlərin dövlət tərəfindən stimullaşdırılması;

- Regionların rəqabətqabiliyyətliliyini yüksəltmək üçün xarici investisiyaların regional klasterlərə cəlb olunması.

Xarici investorların maraqlarının qorunması nöqteyi nəzərindən ölkəmizin iqtisadiyyatının üstünlükləri var.

- Əlverişli coğrafi və nəqliyyat mövqeyi ilə yanaşı, inkişaf etmiş nəqliyyat şəbəkəsi var. Bu da öz növbəsində xaricdə müqavilələr bağlamağa imkan verir.

- Sənaye müəssisələri, infrastruktur obyektləri və çoxlu texniki- iqtisadi bazaya malik istehsal sahələrinin olması;

- Dünyanın nüfuzlu xarici kompaniyaları ilə birgə fəaliyyət göstərən müəssisələrin yaradılması;

- Böyük ölkələrlə dövlətlərarası sazişlərin bağlanması, beynəlxalq razılaşmalara və müqavilələrə qoşulmaq.

Ölkəmizin bu üstünlüklərindən investisiya cəlb ediciliyini artırmaq və biznesin inkişafında yaranan maneələri aradan qaldırmaq üçün istifadə etmək olar.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Əliyev T.N., Məmmədova S.R. Azərbaycanın kimya sənayesində klasterlərin yaradılmasının təşkilati-iqtisadi üstünlükləri. Bakı. AMEA-nın xəbərləri. iqtisadiyyat seriyası. 341səh.

2. Kruqman P.(2012) Geography and trade. London: MIT press/ Leuven UP. 2019

### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КЛАССИФИКАТОРОВ В ЭКОНОМИКЕ**

**Л.А.Аббасова**

[Lalasonse@mail.ru](mailto:Lalasonse@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В исследовательской работе систематизированы теоретические основы кластерного подхода в развитии экономики в зависимости от особенностей регионального развития, уточнена сущность экономики как формы территориальной организации, а также обобщена зарубежный и азербайджанский опыт кластеризации.

### **EFFECTIVENESS OF USING CLASSIFIERS IN ECONOMY**

**L.A.Abbasova**

[Lalasonse@mail.ru](mailto:Lalasonse@mail.ru)

**Azerbaijan Technology University**

In the research work, the theoretical basis of the cluster approach in the development of the economy, depending on the characteristics of the regional development, was systematized, the essence of the economy as a form of territorial organization was specified, and the foreign and Azerbaijani experience on clustering was summarized.



## **YÜNGÜL SƏNAYE SEKTORUNDA TƏDARÜK ZƏNCİRİ VƏ LOGİSTİKANIN İDARƏ EDİLMƏSİ**

**M.S.Zeynalova**

[mehribanzeynalova1966@mail.ru](mailto:mehribanzeynalova1966@mail.ru)

**Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti**

Məqalədə ölkəmizin yüngül sənaye müəssisələrində tədarük zəncirinin idarə edilməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi məsələləri, həmçinin qeyd edilən istiqamətdə qlobal miqyasda uğur qazanmış sənaye müəssisələrinin təcrübələrinə istinad edilərək ölkənin sənaye müəssisələrində tədarük zənciri və logistikanın idarə edilməsinin elmi-nəzəri aspektləri araşdırılmış, bu müəssisələrin dünya bazarına çıxması üçün tədarük zəncirinin bütün mərhələlərinin səmərəli təşkilinin nə qədər əhəmiyyətli rol oynaya biləcəyi ilə bağlı məsələlər təhlil edilmişdir.

Tədarük zəncirinin idarə edilməsi, müəssisənin daxilində eləcə də, təchizat kanalında yer aldığı tərəfdaşlarla birlikdə biznes funksiyalarının səmərəli icrası ilə istehlakçıları qane edəcək rəqabət qabiliyyətini yüksəltməklə məhsul və xidmətlərin fasiləsiz axınının təmin edən bir idarəetmə yanaşmasıdır. Hazırda rəqabətli qlobal bazarlarda tədarük zəncirlərinin mühüm xüsusiyyətlərini nəzərə almadan hər hansı bir biznes subyektinin uğur əldə etməsi qeyri-mümkündür. Məhz bunun üçün satınalmadan layihələndirməyədək, tədarükdən paylanma yollarınadək bütün mərhələləri vahid sistemdə birləşdirən tədarük zəncirinin səmərəli formada idarə edilməsi rəqabət mühitində bütün şirkətlər üçün ən vacib məsələlərdən birinə çevrilmişdir. [3,səh.43]

Tədarük zənciri xammal təchizatı, onların aralıq və son məhsula çevrilməsi, son məhsulların müştərilərə paylanmasını həyata keçirən mühüm bir sistemdir. [1, səh7] Başqa cür desək tədarük zənciri, təchizatçılar, logistik xidmət təminatçıları, istehsalçılar, distribyutorlar və pərakəndə satıcıları, məhsul və məlumat axınlarını özündə birləşdirən elementlər məcmusu kimi səciyyələndirilə bilər. Son dövrlərdə tədarük zənciri anlayışı bir qədər də aktuallaşmışdır. Belə ki, qloballaşan dünyada şirkətlər birbaşa rəqabət aparmırlar, rəqabət məhz şirkətlərin iştirak etdiyi tədarük zəncirində baş verir.

Tədarük zəncirinin idarə edilməsinin əsas məqsədlərinə istehlakçı məmnuniyyətinin artırılması, zamanın doğru idarə edilməsi, tədarüklə bağlı xərclərin, məhsulun qüsurlarının və əməliyyat xərclərinin azaldılması və s. kimi amilləri aid etmək olar.

Tədarük zəncirinin ən mühüm bölmələrindən biri də logistikaadır. Logistika istehlakçıların tələbatını ödəmək üçün məhsulların, xidmətlərin və əlaqəli informasiyaların istehsal nöqtəsindən istehlak nöqtəsinə qədər səmərəli axınını və saxlanılmasını planlaşdırın və idarə edən tədarük zəncirinin bir mərhələsidir.

Son illər respublikamızda yüngül sənaye istehsalının inkişafı dövlətin həyata keçirdiyi iqtisadi siyasətin prioritetlərindən birini təşkil edir. Yüngül sənayenin inkişafı, istehsalın genişləndirilməsi, əldə olunan mənfəətin yüksəldilməsi kimi son dərəcə əhəmiyyətli iqtisadi göstəricilərlə yanaşı, həmçinin regional inkişafın da təmin edilməsində, ətraf mühitin qorunmasında, gəlirlərin səmərəli şəkildə bölüşdürülməsində də vacib rol oynayır. Ölkənin perspektiv inkişafının əsas istiqamətlərinin müəyyən olunduğu strateji yol xəritəsində bu barədə vacib müddəalar əks olunmuşdur. Lakin həyata keçirilən məqsədyönlü tədbirlərə baxmayaraq sahənin mövcud göstəriciləri real potensial ilə bir qədər uzlaşmır. Mövcud vəziyyətin formalaşmasına aşağıdakı amillərin mühüm təsiri vardır: sektorda ciddi bazar probleminin mövcud olması, istehsal olunan məhsulların dövlət tərəfindən təyin olunan təminatlı satış kanalları olmadıqda müəssisələrin rəqabət mühitində yetərli səviyyədə davamlılıq göstərə bilməməsi; informasiya yetərsizliyi və marketinq tədqiqatlarının lazımı səviyyədə aparılmaması ilə bağlı gələcəyə dair doğru proqnozların verilməməsi; yüngül sənaye sektorunda markalaşma brend məhsul istehsalının bu sahədə inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə çox-çox aşağı olması; respublikada istehsal olunan yüngül sənaye məhsullarının istehsal xərclərinin yüksək olması ilə əlaqədar idxal olunan məhsulların daxili

bazarda alıcılıq qabiliyyətinin yüksək olması; sektorda ixtisaslı kadr çatışmazlığının olması, elmi-tədqiqat və sənaye əməkdaşlığının yetərli səviyyədə olmaması və s.

Qeyd olunan məsələlərlə yanaşı yüngül sənaye sektorunda tədarük zəncirinin mühüm elementlərinin formalaşdırılması və inkişafı istiqamətində dövlətin imkanları ilə yanaşı yerli və xarici investorların təşəbbüsü də vacib şərtidir. Bu istiqamətdə təşviq mexanizmlərinin formalaşdırılması zəruridir.

Hazırda respublikamızda fəaliyyət göstərən yüngül sənaye müəssisələrinin müasir dövrün rəqabət şərtlərinə uyğunlaşması üçün dinamik strategiyalara ehtiyacı hər keçən gün bir qədər də artır. Bu kontekstdə istehlakçının gözləntilərinə və bazara tələblərinə adekvat cavab vermək, fürsətlərdən yararlanmaq və onlardan səmərəli istifadə etmək bacarığı çox vacibdir. Artan rəqabət şəraitində optimal qiymət amili, bazara çıxış müddətinin maksimum qısaltılması, yüngül sənaye müəssisələrinin yeni bazar strategiyasını formalaşdırmalarını şərtləndirir. Bu aspektdə yüngül sənaye sektorunda fəaliyyət göstərən şirkətlərin inkişafında ən vacib amillərdən biri kimi məhz tədarük zəncirinin ən səmərəli şəkildə təşkili və idarə edilməsi diqqət mərkəzində olmalıdır. Mövcud resurslardan yüksək qənaətcillik səviyyəsində istifadə etmək, təchizat və tədarük proseslərini mümkün qədər təkmilləşdirmək, xərcləri optimal səviyyədə saxlamaq ölkəmizdə fəaliyyət göstərən yüngül sənaye müəssisələrinin rəqabət mühitinə inteqrasiyasının sürətləndirilməsi istiqamətində ən vacib hədəflərə çevrilməlidir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Bayraktar, Ali Fatih. (2002). Tedarik Zincirlerinin Yeniden Yapılandırılması ve Perakende Sektöründe Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı. İstanbul.
2. Bowersox and Closs, Logistics in Supply Chain Management-2010.
3. Hüseynova A.D. İnnovasiya sahibkarlığının inkişafı//Azərbaycanda innovasiya fəaliyyətinin inkişaf yolu// Bakı. 2015. 132-139 s.
4. Michael E. Porter. On competition. Boston, Harvard Business School press. 2005. 610 s.

#### **УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПОЧКАМИ ПОСТАВОК И ЛОГИСТИКОЙ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**М.С.Зейналова**

[mehribanzeynalova1966@mail.ru](mailto:mehribanzeynalova1966@mail.ru)

**Азербайджанский Государственный Экономический Университет**

В статье рассмотрены вопросы совершенствования системы управления цепями поставок на предприятиях легкой промышленности нашей страны, а также анализированы научно-теоретические аспекты управления цепями поставок и логистики на промышленных предприятиях страны по опыту промышленных предприятий, добившихся успеха в мировом масштабе в указанном направлении. Выделены вопросы, связанные с тем, какую важную роль может играть эффективная организация и разработка всей цепочки поставок для выхода этих предприятий на мировой рынок.

#### **SUPPLY CHAIN AND LOGISTICS MANAGEMENT IN LIGHT INDUSTRY**

**M.S.Zeynalova**

[mehribanzeynalova1966@mail.ru](mailto:mehribanzeynalova1966@mail.ru)

**Azerbaijan State University of Economics**

The article considers how to improve supply chain management systems at our nation's light industry enterprises and investigates the scientific and theoretical aspects of supply chain management and logistics at the nation's industrial enterprises based on the experiences of industrial enterprises that have succeeded in this sector on a worldwide scale. Concerns are brought up related to how crucial it is for these industries to enter the global market to manage and expand their whole supply chain efficiently.



## **MÜƏSSİSƏDƏ VERGİ NƏZARƏTİ**

**F.İ.İsmayilov**

[t.x.gdptm@mail.ru](mailto:t.x.gdptm@mail.ru)

**E.N.Daşdəmirov**

[emindasdemiroy80@gmail.com](mailto:emindasdemiroy80@gmail.com)

### **Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Maliyyə-büdcə çərçivəsinin təşkilində ən çox rəqəm pul aktivlərinin assosiasiyasıdır. Ödənişlər dövlət büdcəsinin təşkilində əsas rol oynayan komponentlərdən biridir. Yığımların vaxtında büdcəyə daxil olması vətəndaşlardan asılıdır. Bu səbəbdən vergi mütəxəssisləri ödənişlərin tam və vaxtında yığılması üçün nəzarət həyata keçirirlər.

Vergi nəzarəti vergi ödəyicilərinin vergi qanunlarına riayət olunmasını idarə edən vahid sistemdir. Vergi nəzarətini Azərbaycan Respublikasının Vergilər Nazirliyi və Gömrük Komissiyası həyata keçirir. Yerli vergilərin qanunvericiliyə uyğun hesablanması, onların tam və vaxtında ödənilməsinə nəzarət yerli vergi orqanları tərəfindən aparılır.

Vergi nəzarətinin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, bu nəzarət sistemi vergi ödəyicilərinin və onların obyektlərinin mühasibat uçotunun qiymətləndirilməsinə zəmanət verən mürəkkəb sistem ola bilər. Vergi nəzarəti ödənişin qüvvəyə minməsinə zəmanət verən qeyri-adi bir forma ola bilər.

Vergi orqanları tərəfindən vergi nəzarətinə vergi ödəyicilərinin uçotunun aparılması, vergi yoxlamalarının aparılması, vergi ödəyicilərinin və digər şəxslərin auditinin aparılması, xronometrajın və gəlir əldə etmək üçün istifadə edilən binaların yoxlanılması, inventarların uçotunun aparılması daxildir.

Qanunla müəyyən edilmiş vergilərin tam və vaxtında ödənilməsinin idarə edilməsi vergi ödəyicisinin uçotundan başlayır. Vergi nəzarətinin aparılmasını təmin etmək üçün vergi ödəyiciləri aşağıdakı ünvanlarda vergi orqanlarında uçota alınırırlar:

- ❖ Hüquqi şəxs - hüquqi ünvan (dövlət qeydiyyatı sənədlərində qeyd olunur).
- ❖ Vergiyə cəlb olunan gəlirləri Azərbaycan mənbələrindən əldə edilən və bu gəlirlər ödəmə yerində, yəni Azərbaycandan əldə edilən gəlirin alındığı yerdə vergiyə cəlb edilməyən qeyri-rezidentlər.
- ❖ Bəyanat verməli olan fərdi sahibkarlar və rezident fiziki şəxslər - yaşayış yerindən asılı olaraq.
- ❖ Xüsusi notarius - fəaliyyət yerindən asılı olaraq.

Dövlətin maliyyə təhlükəsizliyinin təmin edilməsi nəzarətin ən vacib vəzifələrindən biridir. Vergi nəzarətinin əsas strategiyalarına aşağıdakılar daxildir:

- 1-Təxmin
- 2-Təmbeh
- 3- Cərimə

Vergi nəzarəti Azərbaycan Respublikasının Vergilər Xidməti və Gömrük Komitəsi tərəfindən Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində və Gömrük Məcəlləsində nəzərdə tutulmuş qaydalara uyğun olaraq həyata keçirilir. Hesablaşmasına nəzarət regionların vergi mütəxəssisləri tərəfindən həyata keçirilir.



### **ƏDƏBİYYAT**

1. Bağırov D.A. Vergi nəzarəti. (dərslük). Bakı. 2006.
2. [www.vergiler.az](http://www.vergiler.az)
3. [www.maliyye.gov.az](http://www.maliyye.gov.az)
4. Sadıqov T.Ə, Rzayev İ.M. Vergi uçotu və aduditi. dərslük. Bakı. 2014
5. Məmmədov F.Ə., Musayev A.F., Sadıqov M.M., Kəlbəyev Y.A., Rzayev Z.H. Vergilər və vergitutma. Bakı. 2010.

### **НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**Ф.И.Исмаилов**

[t.x.gdptm@mail.ru](mailto:t.x.gdptm@mail.ru)

**Э.Н.Дашдамиров**

[emindasdemirov80@gmail.com](mailto:emindasdemirov80@gmail.com)

### **Азербайджанский Технологический Университет**

Наиболее крупной фигурой в организации финансово-бюджетной системы является объединение денежных средств. Платежи являются одной из составляющих, играющих ключевую роль в организации государственного бюджета. От граждан зависит, чтобы сборы вовремя включались в бюджет. По этой причине налоговики следят за полным и своевременным сбором платежей.

### **TAX CONTROL IN THE ENTERPRISE**

**F.I.Ismayilov**

[t.x.gdptm@mail.ru](mailto:t.x.gdptm@mail.ru)

**E.N.Dashdamirov**

[emindasdemirov80@gmail.com](mailto:emindasdemirov80@gmail.com)

### **Azerbaijan Technological University**

The largest figure in the organization of the financial-budgetary framework is the association of monetary assets. Payments are one of the components that play a key role in organizing the state budget. It depends on the citizens that the collections are included in the budget on time. For this reason, tax experts monitor for full and timely collection of payments.



## **BANKLARDA RƏQƏMSALLAŞMA PROSESİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI** **İ.L.Hüseynzadə**

[imamverdi.huseynzade@gmail.com](mailto:imamverdi.huseynzade@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Rəqəmsallaşma kağızda olan informasiyanın minimallaşdırılaraq elektronlaşdırılmaqla daha geniş anlayış olub həm də özündə nağdsız ödənişləri də birləşdirir. Rəqəmsallaşma bütün sahələrdə tətbiq olunmaqla, xüsusilə də maliyyə, kənd təsərrüfatı və iqtisadiyyatın başqa qolları üzrə tətbiqlə həmin sahələrin inkişafını genişləndirə bilər.

Ölkəmizdə bank sisteminin rəqəmsallaşma prosesinin genişləndirilməsi 2016-cı ildə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”nin əsas prioritetlərindən biri olaraq 2020-ci ilədək bu prosesin sürətləndirilməsi üçün xüsusi diqqət ayrılmış və bununla bağlı olaraq dövlət proqramı qəbul edilmişdir. Bu proqramın əsas məqsədi rəqəmsal ödənişlərin mühitinin yaxşılaşdırılması və bu sahədə maarifləndirilmənin artırılması, bank sektorunun yenidən canlandırılmasından və digər bu kimi məsələlərin həlli yollarının aşkar edilməsindən ibarətdir. [1]

Ölkəmizdən fərqli olaraq rəqəmsallaşmadan yüksək səviyyədə istifadə edən ölkələrdə bankların filial və şöbələri ilə əhatəlilik öz əhəmiyyətini itirib. Azərbaycanda isə bu sahədə çoxsaylı çatışmazlıqlarla ən adi məsələ üçün belə vətəndaş mütləq banka getməli, yaxud bankların xeyli hissəsi kredit ödənişlərini İnternet üzərindən qəbul edəcək sistem olmadığından yalnız banklara yaxınlaşmalı olur.

İllər ərzində Azərbaycanda nağdsız dövriyyənin həcmnin artırılmasına yönləndirmələr rəqəmsallaşmaya da öz təsirini göstərərək hər iki istiqamətdə müəyyən inkişaf proqnozlaşdırılır.

Qeyd etmək lazımdır ki, banklarımızda kredit və depozitlərdən əlavə məhsulların olması, onların çeşidlərinin artırılması istiqamətində görülən işlər, beynəlxalq bazarlara çıxış rəqəmsallaşmanı da zərurətə çevirərək gələcək dövrlərdə sürətlə təkmilləşdirilməsinə şərait yaradacaq.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. e-qanun.az
2. Sadıqov E.M. Bank əməliyyatları. Bakı, 2010.
3. Z.Məmmədov. Bank fəaliyyətinin əsasları. Bakı 2013

## **ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ПРОЦЕССА ЦИФРОВИЗАЦИИ В БАНКАХ**

**И.Л.Гусейнзаде**

[imamverdi.huseynzade@gmail.com](mailto:imamverdi.huseynzade@gmail.com)

**Азербайджанский технологический университет**

В тексте отражены преимущества цифровизации банков в будущем, утвержденные и принятые в нашей стране решения, государственная программа и меры, которые необходимо предпринять.

### **Ways to improve the Digitalization process in banks**

**I.L.Huseynzada**

[imamverdi.huseynzade@gmail.com](mailto:imamverdi.huseynzade@gmail.com)

**Azerbaijan technological university**

The benefits of digitization of banks in the future, also the decisions which are approved and adopted in our country, the state program, as well as measures to be taken are reflected in the text.



## **DÖVLƏT BÜDCƏSİNDƏ TƏHSİL ÜZRƏ XƏRCLƏRİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ**

**N.V.Abdullayeva**

[abdullayevanarmin603@gmail.com](mailto:abdullayevanarmin603@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Hər bir ölkədə olduğu kimi bizim ölkəmizdə də büdcə xərclərinin böyük bir hissəsini sosialyönümlü xərclər tutur. Həmçinin digər xərclərə nisbətə mühüm əhəmiyyətə malikdir. Son illər ərzində sosialyönümlü xərclərin artdığını müşahidə edirik. Buna səbəb isə həmin xərclərin xalqın sosial şəraitinin, sağlamlığının əsasını təmin etməsi, bir sözlə, daima əhalinin yaşayışının əsasını təşkil etməsi ilə əlaqədardır. Son zamanlar aktualıq daşıyan bu xərclər arasında təhsil xərcləri də yer alır. Təhsil sahəsi xərclərinin böyük bir qismi ölkəmizdə büdcə xərcləri hesabına maliyyələşdirilir.

2023-cü il üzrə təhsil xərcləri üçün 4423,1 milyon manat vəsait proqnozlaşdırılıb. Bu, 2022-ci illə müqayisədə 536,5 milyon manat və ya 13,8 faiz, 2021-ci ilin icra göstəriciləri ilə müqayisədə isə 1330,9 milyon manat və ya 43 faiz çoxdur. Həmin xərclərin ÜDM-də xüsusi çəkisi 4,2 faiz (2022-ci illə müqayisədə 0,8 faiz-bənd çox), dövlət büdcəsi xərclərinin tərkibində xüsusi çəkisi isə 13,3 faiz təşkil edəcəkdir ki, bu da 2022-ci ilin müvafiq göstəricisinə nisbətən 1,3 faiz-bənd, 2021-ci ilin icra göstəriciləri ilə müqayisədə isə 2 faiz-bənd çoxdur.<sup>[1]</sup>

Son 5 ildə (2019-2023-cü illər) təhsil xərclərinin dövlət büdcəsi xərclərinin tərkibində xüsusi çəkisi 4,2 faiz-bənd, mütləq ifadədə isə 2227,4 milyon manat və ya 2 dəfə artıb. Təhsil xərcləri üçün ayrılmış vəsaitin 2099,1 milyon manatı və ya 47,4 faizi (2022-ci illə müqayisədə 8,1 milyon manat və ya 0,4 faiz çox) ümumi təhsil xərclərinin, 1679,0 milyon manatı və ya 37,9 faizi (2022-ci illə müqayisədə 487,5 milyon manat və ya 40,9 faiz çox) təhsil sahəsində digər müəssisələrin və tədbirlərin (dövlət sifarişi ilə ali təhsilin maliyyələşdirilməsi ilə bağlı xərclər, Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası" çərçivəsində müəyyən olunmuş tədbirlər, eləcə də bir sıra dövlət proqramlarının və digər məqsədli tədbirlərin maliyyə təminatı), 404,8 milyon manatı və ya 9,2 faizi (2022-ci illə müqayisədə 27,8 milyon manat və ya 7,4 faiz çox) məktəbəqədər təhsil xərclərinin, 86,7 milyon manatı və ya 2 faizi orta ixtisas təhsili xərclərinin, 70,6 milyon manatı və ya 1,6 faiz (2022-ci illə müqayisədə 10,4 milyon manat və ya 17,2 faiz çox) ali təhsilin, 64,2 milyon manat və ya 1,5 faizi (2022-ci illə müqayisədə 0,3 milyon manat və ya 0,5 faiz çox) peşə təhsilinin, 18,7 milyon manatı və ya 0,4 faizi (2022-ci illə müqayisədə 3 milyon manat və ya 19,1 faiz çox) əlavə təhsilin və təhsil sahəsində tətbiqi tədqiqatların maliyyələşdirilməsinə yönəldiləcək. [1]

Ölkəmizdə təhsilin inkişaf etdirilməsi üçün dövlət strategiyasının reallaşdırılması ilə əlaqəli olan ardıcıl dövlət layihə və proqramları həyata keçirilmişdir. Bu o deməkdir ki, Prezident İlham Əliyev ölkəmizdə təhsilin inkişafına hər zaman xüsusi diqqət göstərir. Təhsil sahəsinə ayrılan vəsaitlərin hər il artırılması bu fikri bir daha təsdiqləyir.

Bu həm də onu göstərir ki, dövlət təhsilin inkişafı ilə bağlı öz üzərinə düşən bütün işləri həyata keçirir. Biz isə çalışmalıyıq ki, bu imkanlardan səmərəli şəkildə istifadə edərək təhsilimizin inkişafına, dünya reytinglərində irəliləməsinə öz töhfəmizi verək.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. <https://apa.az/az/sosial/gelen-il-tehsil-xerclerinin-hansi-istiqametlere-yoneldileceyi-melum-olub-730748>
2. “Azərbaycan Respublikasının 2022-ci il dövlət büdcəsi haqqında Azərbaycan Respublikasının Dövlət Qanunu”
3. “**Gənclərin xarici ölkələrin nüfuzlu ali təhsil müəssisələrində təhsil almalarına dair 2022-2026-cı illər üçün Dövlət Proqramı**”

## **ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РАСХОДОВ НА ОБРАЗОВАНИЕ В ГОСУДАРСТВЕННОМ БЮДЖЕТЕ**

**Н.В.Абдуллаева**

[abdullayevanarmin603@gmail.com](mailto:abdullayevanarmin603@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В данной диссертации были затронуты вопросы оценки текущего состояния расходов на образование, включенных в расходы бюджета Азербайджанской Республики, и реализации мероприятий и программ в этом направлении.

## **THE CURRENT STATE OF EDUCATION EXPENSES IN THE STATE BUDGET**

**N.V.Abdullayeva**

[abdullayevanarmin603@gmail.com](mailto:abdullayevanarmin603@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

In this thesis, the issues of evaluating the current state of education expenditures included in the budget expenditures of the Republic of Azerbaijan and the implementation of measures and programs in this direction were touched upon.



## İNSAN RESURSLARINDAN SƏMƏRƏLİ İSTİFADƏ VƏ İNNOVATİV SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİ

Ə.İ.Qurbanəliyev

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

R.Ə.Xurşudova

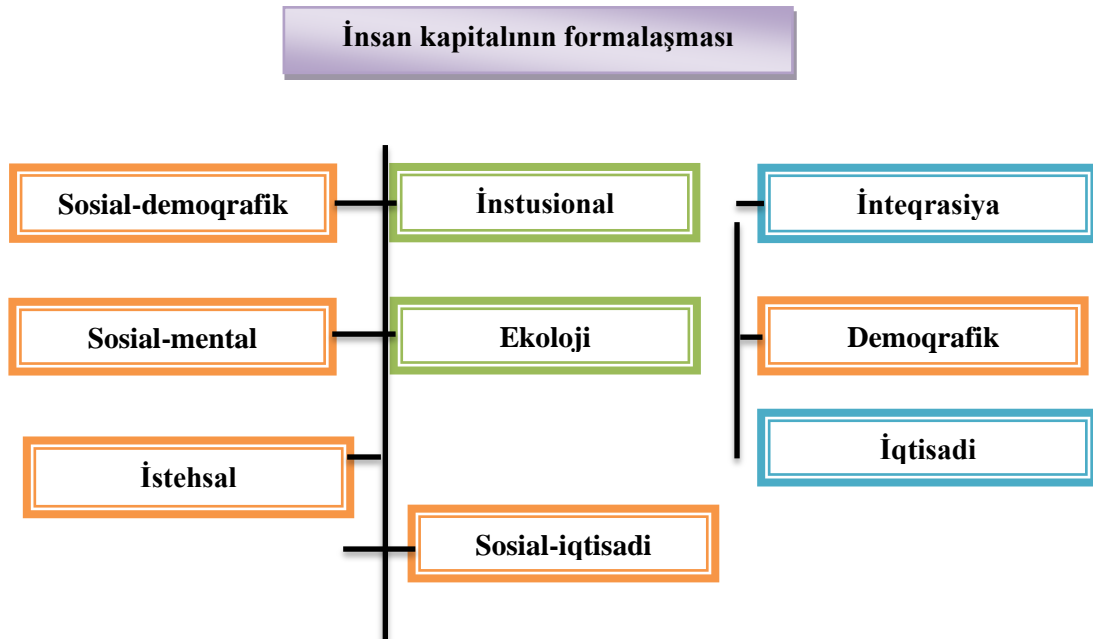
[ruqiyaxursudova@gmail.com](mailto:ruqiyaxursudova@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

İqtisadiyyatın real sektorunun davamlı inkişafında sahibkarlığın strateji rolunun artırılması istiqamətində əsas problemlərdən biri də insan resurslarından səmərəli istifadə və korporativ sosial məsuliyyətin rolunun artırılması ilə bağlıdır. Əvvəlcə, insan resursları və onların sahibkarlıq fəaliyyətində rolu ilə əlaqədar təhlili araşdırmaların nəzərdən keçirilməsi zəruridir.

İnsan resursları adamların maddi və mənəvi nemətlər istehsalında işləmək qabiliyyətini müəyyənləşdirən müxtəlif keyfiyyətlərin məcmusu olaraq ictimai istehsalın ümumi göstəricisi hesab edilir. Bu zaman təşkilatların, regionların, sahələrin, ölkələrin insan resursları, onların idarə edilməsi səviyyəsi fərqləndirilir.

İnsan resurslarına daha çox insan kapitalı kimi də baxılır. Qeyd etmək lazımdır ki, “insan (əmək) resursları” və “insan kapitalı” anlayışları sinonim deyildir. Əmək resursları kapitala çevrilə bilər, lakin bunun üçün təşkilatın fəaliyyətinin nəticəsində insan potensialının özünü realizə etmək imkanlarını təmin edən şəraitin yaradılması zəruridir. Yəni əgər insan ictimai istehsalla məşğuldursa, əmək resursları real gəlir gətirir və sərvət yaradırsa, onda onu kapital adlandırmaq olar. İnsan resurslarının strukturunu və mahiyyətini tam açmaq üçün insan kapitalının formalaşmasının əhatəli strukturunu göstərmək lazımdır:



Şxem 3.3: İnsan kapitalının formalaşması strukturu

Mənbə: Tədqiqat materialları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu strukturun formalaşmasının tədqiqi belə bir nəticəyə gətirib çıxarır ki, insan resursu və kapitalı bir-biri ilə çox sıx şəkildə bağlıdır. Onların hər biri ayrı-ayrılıqda baxılıb təhlil edilə bilər. İnsan resursları, müvafiq şərait yaradıldığı təqdirdə, insan kapitalının bir hissəsi olur. İnsan kapitalının inkişafında sahibkarlığın rolu da diqqətdən



yayınmamalıdır. Belə ki, sahibkarlar insan kapitalının inkişafını da stimullaşdırmalı və investisiyalaşdırmalıdır.

Belə bir fikir mötəbərdir ki, nədən istifadə edirsənsə, xüsusilə də, insan əməyindən, onun haqqını ödəməlisən. Rəhbər işçilərin əksəriyyəti belə bir qənaəti bölüşürlər ki, insan resurslarından istifadənin ən yaxşı metodu maddi həvəsləndirmədir. Həqiqətən də, pul əməyin ən anlamlı motivasiyası və qiymətidir. Lakin bu fikir o qədər də doğru sayıla bilməz. Bir tərəfdən, həqiqətən də, işçilər onları idrəə etməyə imkan verirlər, çünki işlədiklərinə görə haqq alacaqlarını bilirlər və bu da onları həvəsləndirir.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Səmədzadə Z.Ə. Azərbaycan SSR-də əmək məhsuldarlığı və əhalinin məşğuliyyətinin sahə quruluşu. Bakı: 1973. 253 s.
2. İbrahimov İ.N. Regionlarda sahibkarlığın inkişaf meyilləri və xüsusiyyətləri. Bakı: 2007. 296 s.

### **ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ И ИННОВАЦИОННАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**А.И.Гурбаналиев**

**Азербайджанский Технологический Университет**

**Р.А.Хуршудова**

[ruqiyakhursudova@gmail.com](mailto:ruqiyakhursudova@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Это верная идея, что чем бы вы ни пользовались, особенно человеческим трудом, вы должны за это платить. Большинство руководителей сходятся во мнении, что наилучший метод использования человеческих ресурсов - это материальное поощрение. Действительно, деньги являются наиболее осмысленной мотивацией и ценой труда. Однако эту мысль нельзя считать верной. С одной стороны, рабочие действительно позволяют собой управлять, потому что знают, что их труд будет оплачен, и это мотивирует их.

### **EFFICIENT USE OF HUMAN RESOURCES AND INNOVATIVE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY**

**A.I.Gurbanaliyev**

**Azerbaijan Technology University**

**R.A.Khurshudova**

[ruqiyakhursudova@gmail.com](mailto:ruqiyakhursudova@gmail.com)

**Azerbaijan Technology University**

It is a valid idea that whatever you use, especially human labor, you have to pay for it. Most managers share the opinion that the best method of using human resources is financial incentives. Indeed, money is the most meaningful motivation and price of labor. However, this idea cannot be considered as true. On the one hand, indeed, workers allow themselves to be managed because they know that they will be paid for their work, and this motivates them.



**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA BEYNƏLXALQ UÇOT STANDARTLARININ TƏTBİQİNƏ TƏSİR EDƏN AMİLLƏR**

**Ö.İ.Əliyev**

[aliyev.cebi@bk.ru](mailto:aliyev.cebi@bk.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**V.Ramazanov**

**Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti**

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələr öz fəaliyyətlərində lazım olan nizamnamə kapitalını əldə etmək üçün bir sıra mənbələrdən istifadə edirlər. Müəssisənin təsisçiləri şəxsi imkanları yetərli olmadıqda alternativ mənbələrdən borc kapitalından və ya iqtisadi tərəfdaşların maliyyə imkanlarından istifadə etməyə çalışırlar. Bu baxımdan maliyyə hesabatlarının şəffaf şəkildə hazırlanması iqtisadi fəaliyyətin sağlam strukturunun formalaşmasında vacib elementlərdən hesab olunur. Müəssisələrin maliyyə sağlamlılığının təmin olunması yalnız investorlar və iqtisadi tərəfdaşlar üçün deyil, vergi orqanları başda olmaqla bir çox təşkilat və qurumlar üçün də müəssisələrin fəaliyyətinə nəzarət etmək üçün vacib kriteriyalardan hesab olunur. Maliyyə hesabatlarının doğruluğu müəssisənin iqtisadi əməkdaşlıq qurduğu bütün biznes subyektləri üçün vacib elementlərdəndir.

Son illər respublikamızın dünya iqtisadi mühitə inteqrasiyası ölkədə fəaliyyət göstərən şirkətlərin global iqtisadi proseslərə uyğunlaşması baxımından beynəlxalq maliyyə hesabatları standartlarının tətbiqini zərurətə çevirmişdir. Mövcud proseslərin fonunda Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi, beynəlxalq uçot standartlarının respublikamızda tətbiqini uyğun şəkildə həyata keçirmək üçün 2 proqram hazırlamış və bu proqramlar müvafiq olaraq Nazirlər Kabineti tərəfindən təsdiqlənmişdir. Bu proqramların ilki Nazirlər Kabinetinin 20 fevral 2003-cü il tarixli 29 sayılı “Beynəlxalq Mühasibat Uçotu Standartlarına keçmək məqsədilə Milli Mühasibat Uçotu Standartlarının 2003-2007-ci illərdə hazırlanması və tətbiqi üzrə Proqram haqqında” qərarıdır. İkincisi isə Nazirlər Kabinetinin 18 iyul tarixli 2005- ci il 139 nömrəli “2005-2008-ci illərdə Milli Mühasibat Uçotu Standartlarının tətbiqi üzrə Proqram haqqında” qərarıdır. Bu qərarın icrası nəticəsində beynəlxalq uçot standartlarını özündə ehtiva edən milli mühasibat uçotu standartları hazırlanmışdır.

Qloballaşma prosesinin intensivləşməsi ilə birlikdə dünyada ölkələrinin inkişaf səviyyəsi, biznes mühitində rəqabətin inkişafı mühasibat uçotunu beynəlxalq əlaqələrin qurulmasında xüsusi vasitələrdən birinə çevirmişdir. Hazırda bütün ölkələrdə iri korporasiyaların fəaliyyəti dövlətlərarası inteqrasiya əlaqələrinə müvafiq şəkildə təşkil olunmuşdur. [2] Səhmlərə nəzarət paketinin və beynəlxalq əməliyyatların bilavasitə xarici şirkətlərin bir araya gəlməsinə səbəb olur. Araşdırmalar göstərir ki, mövcud şəraitdə peşəkar uçot xidmətləri də dünya səviyyəsində satılır. Qeyd edək ki, beynəlxalq uçot sisteminin formalaşması lokal uçot sistemlərinin tətbiqinin aktuallığını tədricən itirməsinə səbəb olmuşdur.

Liberal iqtisadi münasibətlərin inkişafı biznes subyektlərinin iqtisadi tərəqqisi, istehsalın intensivliyinin təmin olunması baxımından qarşıya yeni tələblər qoymuşdur. İdarəetmənin mürəkkəb xarakter alması yeni təşkilati struktura malik müəssisələrin istehsal prosesində istifadə edilən resursları, istehsal edilən məhsulların maya dəyəri, miqdarı və sair məsələləri əhatə edən şəffaf informasiyalara tələb yaradır ki, bu isə nəticədə, mühasibat uçotunun tətbiqində yeni standartlara uyğunluğu zərurətə çevirir. Beynəlxalq uçot standartlarına keçid hesabat sistemində yaranmış dəyişikliklər müəssisənin maliyyə durumu və onun fəaliyyəti ilə bağlı analitik nəticələr barəsində informasiyaların formalaşmasına istiqamətləndirilmişdir. Müəssisənin fəaliyyətini və potensial imkanlarını xarakterizə edən bu informasiyalar həm sahibkarların özləri üçün həm də onların işi ilə maraqlanan tərəflər üçün əhəmiyyətli rol oynayır. Belə ki, müəssisənin mövcud imkanları, verdiyi qərarları və fəaliyyəti perspektivi ilə bağlı məlumatlar maliyyə hesabatları istifadəçiləri üçün vacib əhəmiyyət daşıyır. [1]

Dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyanın sürətləndiyi hazırkı dövrə ölkə iqtisadiyyatının inkişafında ənənəvi uçot metodları və üsullarının yeni iqtisadi şəraitdə qəbul olunmazlığı

mühasibat uçotunun beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmasını zərurətə çevrilmişdir. Bu aspektdə bir sıra çatışmazlıqları da qeyd etmək labüddür:

- Beynəlxalq uçot standartlarına keçid dövründə respublikamızda uçotu və audit sahəsində yetərli bilik və bacarıqlara sahib mütəxəsislərin kifayət qədər olmaması;
- Ali təhsil müəssisələri başda olmaqla bir sıra tədris ocaqlarında müvafiq ixtisaslarda təhsil alan tələbələrə hələ də köhnə uçot qaydalarının tədris olunması;
- Beynəlxalq uçot standartlarının tətbiqinin genişləndirilməsi istiqamətində bir sıra aidiyyatı dövlət qurumları tərəfindən yeni mühasibat uçotu sisteminin tətbiq edilməsi və peşəkar mütəxəsislərin yetişdirilməsi yönündə işlərin lazımi səviyyədə aparılmaması və s.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Abbasov İ.M., Məmmədov İ.A., Cabbarov A.S. Mühasibat uçotu (sahələr üzrə). dərslik. Bakı. 2017. (səh 74-75)
2. Sellami, Y.M., Gafsi, Y., Institutional and Economic Factors Affecting the Adoption of International Public Sector Accounting Standards. International Journal of Public Administration. (2019). 42(2), p.119-131.

#### **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРИМЕНЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**О.И.Алиев**

[aliyev.cebi@bk.ru](mailto:aliyev.cebi@bk.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**В.М. Рамазанов**

**Азербайджанский Государственный Сельскохозяйственный Университет**

Развитие либеральных экономических отношений поставило новые требования к экономическому прогрессу субъектов хозяйствования, обеспечивающему интенсивность производства. Комплексный характер управления создает спрос на прозрачную информацию, охватывающую ресурсы, используемые в производственном процессе предприятий с новой организационной структурой, себестоимость выпускаемой продукции, количество и другие вопросы, что, как следствие, обуславливает необходимость соблюдения новых стандартов в приложении бухгалтерии. Изменения в системе отчетности при переходе на международные стандарты бухгалтерского учета направлены на получение информации о финансовом состоянии предприятия и аналитических результатов, связанных с его деятельностью.

#### **FACTORS AFFECTING THE APPLICATION OF INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

**O.I.Aliyev**

**Azerbaijan Technological University**

[aliyev.cebi@bk.ru](mailto:aliyev.cebi@bk.ru)

**V.M.Ramazanov**

**Azerbaijan State Agricultural University**

The development of liberal economic relations has set new requirements in terms of the economic progress of business subjects, ensuring the intensity of production. The complex nature of management creates a demand for transparent information covering the resources used in the production process of enterprises with a new organizational structure, the cost of manufactured products, the quantity and other issues, which, as a result, necessitates compliance with new standards in the application of accounting. The changes in the reporting system in transition to international accounting standards are aimed at obtaining information about the financial status of the enterprise and analytical results related to its activity.



**QIDA SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İSTEHSAL MƏSRƏFLƏRİNİN UÇOTUNUN APARILMASI XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

**S.S.Cəfərova**

[sjafarovv7@gmail.com](mailto:sjafarovv7@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

**V.M.Ramazanov**

**Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti**

Kəskin rəqabət şəraitində biznes mühitində müəssisə rəhbərlərinin doğru qərar verə bilməsi düzgün və etibarlı mühasibatlıq informasiyalarının əldə olunmasını şərtləndirir. Bu baxımdan sənaye müəssisələrində maya dəyərinin kalkulyasiyası istehsalçıların maraqlarına xidmət edən sistemin qurulmasını tələb edir. Müəssisənin maliyyə nəticələrinin uçotunun aparılması prinsiplərinin əsas meyarları onun aydın və başa düşülə bilən olmasındadır. Bu baxımdan mövcud olan çətinlikləri aradan qaldırılması üçün qida sənayesi müəssisələrində maliyyə uçotu elə qurulmalıdır ki, şəffaf və nəzarətə aparılan olsun. Mövcud təşkilati-hüquqi struktura uyğun olaraq sənaye müəssisələrində çevik və operativlik, daha doğrusu təsərrüfatın mövcud vəziyyətinin nəzərə alınması, müəssisə ehtiyatlarının idarə edilməsi elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin tətbiq etməklə az vəsaitlə və əmək məsrəfləri ilə optimal nəticələrə nail olmaq bacarığı tələb olunur. Qida sənayesi müəssisələrində mühasibat hesabının fəaliyyətinin müəyyən edilməsində idarəetmə təhlili başlıca mərhələdir. Uçotun düzgün təşkili kənarlaşmaların yaranma səbəbləri aydınlaşdırır, müəssisədaxili ehtiyatların aşkara çıxarılmasında onlardan səmərəli istifadə olunması üzrə, qısa vaxt ərzində fəaliyyətdə olan istehsal və xidmət bölmələrinin işinin daha da yaxşılaşdırılması üzrə vaxtında tədbirlər görməyə imkan verir. Qida sənaye müəssisələrində təsərrüfat fəaliyyətinin nəticəsinin az və ya çox olaraq müntəzəm aşkar olunması əsasən sənaye üçün xarakterikdir.

Müəssisənin maliyyə göstəricilərinin təhlilində ən vacib şərtlərdən biri operativliyin təmin olunmasıdır. [1] Qənaətimizə görə operativlik tək-cə gündəlik reallaşdırılan təhlilə yox, eyni zamanda bütövlükdə ay ərzində aparılan təhlillə mümkün olur. İdarəetmə təhlili operativ uçotdan fərqli olaraq mühasibat məlumatlarının nəticəsinə gözləmədən müəssisənin və onun bölmələrinin işinin nəticəsinə qiymətləndirməyi mümkün edir. İdarəetmə təhlili həm də gündəlik nəticələri yekunlaşdırır. İdarəetmə təhlilinin gündəlik aparılması, məqsədəuyğun olmayan məlumatların növbəti mərhələdə toplanması işini aradan götürür. [3]

Qida sənaye müəssisələrində müxtəlif xidmətlər, istehsal, emal və satış prosesi həyata keçirilir. Mövcud istehsal və xidmət sahələrində idarəetmə təhlili elə təşkil edilməlidir ki, istənilən sahələrdə baş verən müsbət və mənfi halları vaxtında aradan qaldırmaq mümkün olsun.

Qida sənaye müəssisələrində istehsal olunan məhsulun maya dəyərinin hesablanması və onun beynəlxalq uçot standartlara uyğun səviyyədə həyata keçirilməsi hazırda ən aktual məsələlərdən hesab edilir. Hazırda bu aspektdə ən vacib meyarlardan biri məsrəflərin uçotu və məhsulun maya dəyərinin kalkulyasiyasının düzgün aparılmasıdır.

Araşdırmalar göstərir ki, respublikamızda fəaliyyət göstərən müəssisələrin böyük əksəriyyətində mühasibat uçotunun təşkili müasir standartlara uyğun şəkildə aparılsa da məhsulun maya dəyəri kalkulyasiyası və uçotunda müəyyən nöqsanlar hələ də qalmaqdadır. Qida sənayesi müəssisələrində ehtiyatlardan qənaətlə istifadə olunması işi arzuolunan səviyyədə aparılmasında, xüsusilə yeni uçot proqramlarından istifadə və elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin tətbiqi intensiv həyata keçirilmir.

Respublikamızda qida sənayesi müəssisələrində məhsul vahidinin istehsalına ABŞ, Yaponiya və Qərbi Avropa ölkələri ilə müqayisədə artıq yanacaq, material xərcləri sərf olunur. Yeni qaydalara müvafiq işləyən müəssisələrdə idarəetmə uçotunun yalnız ayrı-ayrı komponentləri təkmilləşdirilmişdir ki, bu da yeni uçot və kalkulyasiya metodlarının ənənəvi uçot qaydalarından çox da fərqləndirilmədiyinə dəlalət edir.

Hazırda məhsulun maya dəyərini təşkil edən xərc ünsürləri, yeni material, əmək və digər xərclərin artma səviyyəsi öyrənilməli, ona təsir edən amillər aşkar edilməlidir. [2] Xüsusilə material, əmək xərcləri, avadanlıqların saxlanması və istismarı ilə əlaqədar yaranan xərclər, istehsal və ümumtəsərrüfat xərclərinin məhsulun maya dəyərinin formalaşmasında mühüm payı vardır. Qeyd olunan xərclərin bir hissəsi məhsulun maya dəyərində birbaşa, digər hissəsi qeyri-müstəqim yolla, yəni bölüşdürülməklə daxil edilir. Müəssisələrdə həmin xərclərin təhlili və

uçotun aparılmasında hər bir xərci iqtisadi cəhətdən əsaslandırmaq, onların uçotu və təhlili metodunu əvvəlki qaydalardan fərqləndirmək beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırmaq lazımdır. Müasir metod və üsullardan istifadə edərək əldə olunmuş təcrübə yeni metodlarla üzvi surətdə əlaqələndirilməli rəqabətə davamlı təsərrüfatçılıq sistemi təşkil edilməlidir.

Müasir dövrdə yalnız qida sənaye müəssislərində deyil bütün sənaye müəssislərində elə məsrəflərin sərf edilməsi nəzərdə tutulur ki, həmin məsrəflərlə xərcləri optimallaşdırmaqla yüksək nəticə əldə etmək və daha çox məhsul hazırlamaq mümkün olsun.

Beynəlxalq uçot standartlarının tələblərinə müvafiq aparılan ilkin uçotun, onun proqram təminatının yenidən qurulması müəssislərdə istehsal məsrəflərinin uçotunun düzgün aparılmasına müəssislərin fəaliyyətində operativ təhlilin aparılmasına əlverişli zəmin yaradır. Hesab edirik ki, müasir dövrdə qida sənayesi müəssislərində yeni təhlil metodlarının tətbiqi hər şeydən əvvəl təsərrüfat hesabını, elmi cəhətdən əsaslandırılmış normalar və normativlərə müvafiq qaydalarda aparılmasını təmin etməlidir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Abbasov İ.M., Məmmədov İ.A., Cabbarov A.S. “Mühasibat uçotu (sahələr üzrə)” - dərslik. Bakı. 2017. (səh 74-75 s.)
2. Sellami, Y, M., Gafsi, Y., Institutional and Economic Factors Affecting the Adoption of International Public Sector Accounting Standards. International Journal of Public Administration,- (2019). 42(2). pag.119-131.
3. Чая В.Т., Чупахика Н.И. «Управленческий учет». Москва 2009г. стр. 475

#### **ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ УЧЕТА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**С.С.Джафарова**

[sjafarovv7@gmail.com](mailto:sjafarovv7@gmail.com)

**Азербайджанский технологический университет**

**В.М. Рамазанов**

**Азербайджанский Государственный Сельскохозяйственный Университет**

Правильная и достоверная бухгалтерская информация необходима руководителям предприятий для принятия верных решений в бизнес-среде в условиях острой конкуренции. С этой точки зрения калькуляция себестоимости на промышленных предприятиях требует создания системы, служащей интересам производителей. Основными критериями принципов учета финансовых результатов предприятия являются его ясность и понятность. В результате проведенного исследования изучен современный уровень организации бухгалтерского учета на предприятиях в соответствии с требованиями свободных экономических отношений.

#### **PECULIARITIES OF ACCOUNTING FOR PRODUCTION COSTS AT FOOD INDUSTRY ENTERPRISES**

**S.S.Dzhafarova**

[sjafarovv7@gmail.com](mailto:sjafarovv7@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

**V.M.Ramazanov**

**Azerbaijan State Agricultural University**

Correct and reliable accounting information is needed for business managers to make the right decisions in the business environment with fierce competition. From this point of view, cost calculation in industrial enterprises requires the establishment of a system that serves the interests of producers. The main criteria of the principles of accounting of the financial results of the enterprise are its clarity and comprehensibility. As a result of the conducted research, the current level of organization of financial accounting in enterprises in accordance with the requirements of free economic relations was investigated.





## YÜNGÜL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İNNOVASIYALARIN İDARƏ EDİLMƏSİ

E.E.Məmmədzadə

[e\\_mamedzade@mail.ru](mailto:e_mamedzade@mail.ru)

### Elm və Təhsil Nazirliyinin İqtisadiyyat İnstitutu

Müəssisə fəaliyyəti zamanı müxtəlif dəyişikliklərin böyük axını ilə məşğul olur. Yeniliklərə uyğunlaşma, onların idarə edilməsi müxtəlif və yeni idarəetmə üsullarına tələb edir. Qarşıya qoyulan innovativ məqsədlərə uğurla nail olmaq üçün, fikrimcə, innovativ xarakter daşıyan dəyişiklikləri idarə etmək üçün effektiv metod hazırlamaq lazımdır. Başqa sözlə desək, müəssisə innovasiya fəaliyyətini idarə etmək üçün modelə ehtiyac duyur. "Yenilik" termininin yaranması həyatın tələbləri ilə diktə olunur. İnnovativ proseslərin yeni məhsul və texnologiyalarda təcəssümü iqtisadi artımın əsasını təşkil edir. Elmi və texnoloji tərəqqi, yeni texnologiyalar yaratmaq, bununla da adi iqtisadi strukturun əhəmiyyətli transformasiyasına səbəb olur. Qeyd etmək lazımdır ki, müəssisənin strateji idarə edilməsi prosesinin bütün mərhələlərində əsas olanlardan biri innovativ komponentdir. Praktikada bu o deməkdir ki, müəssisədə innovasiya prosesinin idarə edilməsi strateji idarəetmənin aparıcı elementidir. Yeni texnologiyaların təsiri o qədər çoxşaxəlidir ki, o, innovasiya ilə müəssisənin strateji idarə edilməsi arasında əlaqənin öyrənilməsi zərurətini yaradır. Fikrimcə, innovasiya prosesini idarə etmək üçün belə bir model hazırlamaq və təsvir etmək lazımdır ki, növbəti planlaşdırılan vəzifəyə doğru daimi hərəkət etmək üçün vaxtında dəyişikliklər prosesi müəssisənin fəaliyyət sisteminin mahiyyətinə daxil olsun.

İdarəetmə prosesinin əsas ifadəsinin idarəetmə qərarı olduğuna əsaslanaraq, müəssisənin innovativ fəaliyyətinin idarə edilməsi modeli müəssisənin innovativ proqramının qəbulu ilə bağlı idarəetmə qərarıdır. Bu modelin cavab verməli olduğu tələb olunan şərt innovasiya prosesinin müəssisənin strateji idarə edilməsi prosesinə inteqrasiyasının mümkünlüyüdür. Bu modelin qurulması aşağıdakı addımlardan keçməklə əldə edilə bilər:

*a. Müəssisənin idarəetmə prosesindən fərqli olan innovasiyanın idarə edilməsi prosesi innovasiya fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini tam nəzərə almalıdır. Və onun əsasında strateji müəssisə idarəetmə sistemində innovativ fəaliyyətin yerini müəyyən etmək lazımdır.*

Strateji idarəetmə, fikrimcə, müəssisənin fəaliyyət strategiyasını hazırlamaq və həyata keçirmək üçün hərəkətlərinin ardıcılığını müəyyən edən bir prosesdir. Müəssisənin istənilən idarəetmə strategiyasının əsas vəzifəsi rəqabət üstünlüklərinə və onun istehsalının tələb olunan səmərəliliyinə nail olmaqdır. Bu problemin həlli müəyyən bazarda müəssisənin mövqeyini müəyyən edən şərtlərin müəyyən edilməsində görünür. Bunlara daxildir:

- müəssisənin istehsal potensialı - müasir avadanlıq, maşın və texnologiyaların olması və onlardan səmərəli istifadə edilməsi;

- müəssisənin iqtisadi potensialı - aşağı istehsal xərcləri və müəssisənin maliyyə sabitliyi;

- müəssisənin marketinq potensialı - effektiv marketinq xidməti, inkişaf etmiş satış şəbəkəsi.

- müəssisənin kadr potensialı - istənilən rütbəli kadrların rəşional tərkibi, qarşıya qoyulmuş vəzifələrə uyğun olaraq işçilərin optimal ixtisas səviyyəsi.

Fikrimcə, sadalanan şərtlərə müəssisənin innovativ potensialı da daxil edilməlidir - elmi-texniki bazanın olması, ixtisaslı elmi kadrların olması, innovasiyaları inkişaf etdirmək və mənimsəmək bacarığı, müasir informasiyaya sərbəst çıxış imkanı. elmi-texniki tərəqqi sahəsi və s. İstənilən strateji qərar, bir qayda olaraq, innovativ xarakter daşıyır və müxtəlif problemlərin həllinə yönəldilir: istehsal, maliyyə, iqtisadi, marketinq və s. Buna görə də strateji idarəetmə prosesində innovativ idarəetmənin yerini müəyyən etmək lazımdır.

Beləliklə, strateji idarəetmənin bütün mərhələlərində əsas komponentlərdən biri innovasiya komponentidir. Bu o deməkdir ki, iqtisadi inkişafın indiki səviyyəsində innovasiyaların idarə edilməsi strateji idarəetmənin aparıcı elementinə çevrilir.

*b. Müəssisənin strateji idarəetməsi çərçivəsində innovativ layihələrin optimallaşdırılması.*

Müəssisənin strateji idarəetmə prosesində mühüm rolunu seçilmiş innovasiya layihələrinin hər biri üçün investisiya xərclərini azaltmaq məqsədi ilə həyata keçirilən innovasiya proqramının səmərəliliyinin artırılması və ən səmərəli yollarla bağlı suallara

cavablandırılması oynayır. məqsədlərə çatmaq daha yaxındır. inkişaf. Bu, müəssisəyə müəssisənin innovativ fəaliyyətini daha səmərəli idarə etməyə və görünüşü yeni texnologiyaların təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsi faktı ilə izah olunan ən əhəmiyyətli və ehtimal olunan iqtisadi risklərdən bəzilərini azaltmağa imkan verir. Bəzi mənbələrə görə [1, 2], innovasiya fəaliyyətinin səmərəli idarə edilməsinə mane olan mühüm amillər bunlardır: innovasiyanın bazara gec daxil olması təhlükəsi, podratçılar - layihə icraçılarının çatışmazlığı, layihənin həyata keçirilməsi üçün strateji tərəfdaşların tapılması problemi.

Bu amillərə əsaslanaraq biz innovativ layihələrin optimallaşdırılması meyarlarını müəyyən etdik:

### **1. Zaman amili**

Yeniliyin inkişafı üçün əlavə kadrların cəlb edilməsinin məqsədəuyğunluğu üçün zəruri şərt:  $O(\text{Traz1}) < O(\text{Traz})$  genişləndirilmiş formada aşağıdakı kimidir:

$$O(\text{Traz1}) = ZP \cdot H1 \cdot D1 < ZP \cdot H \cdot D = O(\text{Traz})$$

Burada,  $O(\text{Traz})$ ,  $O(\text{Traz1})$  - optimallaşdırmadan əvvəl və sonra innovasiyanın inkişaf vaxtının azaldılması əsasında innovativ layihələrin nəticələrinin göstəriciləri;

ZP - ayırmalarla orta əmək haqqı, man.;

N, N1 - işçilərin, insanların planlaşdırılmış və düzəliş edilmiş sayı;

D, D1 - planlaşdırılmış və düzəliş edilmiş iş müddəti, günlər.

Bu əsasda biz əlavə işçilər cəlb etməklə innovasiya layihəsinin mərhələsinin azaldılmasının mümkün müddətini hesablayırıq. İnnovativ layihənin həyata keçirilməsi müddətinin azaldılması innovasiyanın bazarda daha erkən görünməsinə kömək edir və müvafiq olaraq şirkətin innovasiyaların tətbiqindən gəlir əldə edə biləcəyi vaxtı yaxınlaşdırır.

### **2. Layihə icraçısı**

İnkişafın üçüncü tərəf təşkilatına verilməsinin məqsədəuyğunluğu üçün zəruri şərt:  $O(\text{Zat1}) < O(\text{Zat})$ , genişləndirilmiş formada aşağıdakılardır:

$$\text{Set.org.} < ZP + Z_{\text{nir}} + Z_{\text{okr}} + Z_{\text{mark}} + Z_{\text{prod}} + Z_{\text{obor}}$$

Set.org saytında \_ dəq,

burada  $O(\text{Zat})$ ,  $O(\text{Zat1})$  - optimallaşdırmadan əvvəl və sonra innovativ ideyanın işlənilib hazırlanması xərclərinin azaldılmasına əsaslanan innovativ layihələrin nəticələrinin göstəriciləri. Onlar bir sıra alternativ, man.

Znir, Zokr, Zmark - müvafiq olaraq tədqiqat, inkişaf və marketinq tədqiqatlarının aparılması xərcləri;

Zprod - istehsal sınaqlarının həyata keçirilməsi üçün xərclər, man.;

Zobor - zəruri avadanlıqların alınması xərcləri, man.;

Set.org. - analoji işlərə, xidmətlərə görə ödənişin ümumi dəyəri

üçüncü tərəf təşkilatları, adam.

Bu vəziyyətdə xərclərdəki fərq bir sıra hallara görə yarana bilər. Əgər layihə, məsələn, elmi-tədqiqat təşkilatı tərəfindən həyata keçirilməsi üçün təklif edilsə, bu halda lazımı elmi mütəxəssislərin tapılması və cəlb edilməsi, tələb olunan laboratoriya avadanlıqlarının alınması məsələləri tamamilə aradan qaldırıla bilər.

### **3. Strateji tərəfdaşlıq**

Yeniliklərin həyata keçirilməsi üçün strateji tərəfdaşlığın bağlanması məqsədəuyğunluğu üçün zəruri şərt:  $O(P1) > O(P)$ , genişləndirilmiş formada aşağıdakılardır:

$$(Vp1 - Sp1) / K > Vp - Sp,$$

Sp1\_ dəq, Vp1\_ maksimum,

burada  $O(P)$ ,  $O(P1)$  - istehsala yeni məhsulların tətbiqi xərclərinin azaldılmasına əsaslanan innovativ layihələrin nəticələrinin göstəriciləri və strateji tərəfdaşların iştirakı ilə innovasiyaların həyata keçirilməsindən əldə edilən plan və proqnozlaşdırılan mənfəətin müqayisəsi yolu ilə müəyyən edilir., kişi.;

Bn, Bn1 - strateji tərəfdaşın iştirakı ilə innovasiyaların satışından planlaşdırılan və proqnozlaşdırılan gəlir;

Cn, Cn1 - strateji tərəfdaşın iştirakı ilə yeni məhsulların istehsalının planlaşdırılmış və proqnozlaşdırılan dəyəri;

K - layihə iştirakçılarının sayı.

Burada nəticələrin fərqi tərəfdaşın kapitalının innovativ layihəsində əlavə iştirak, kredit vəsaitlərinə xidmətlə bağlı maliyyə xərclərinin olmaması səbəbindən yarana bilər. Optimallaşdırma prosesinin aşağıda təklif olunan müəssisənin innovativ fəaliyyətinin idarə edilməsi modelinə uyğun olması üçün onu aşağıdakı kimi təqdim edəcəyik:

$\sum x_i + \sum x_{opt}$ , harada

x i - i-ci innovasiya layihəsi üzrə xərclər;

x opt – optimallaşdırılmış i-ci layihə üçün xərclər;

$\sum x_i$ ,  $\sum x_{opt}$  - müvafiq olaraq planlaşdırılmış və optimallaşdırılmış innovativ müəssisə proqramları.

Optimalların tapılması və innovativ inkişafın məqsədlərinə nail olmaq üçün müxtəlif variantların və yolların müqayisəsi üçün təqdim olunan meyarlardan istifadə edərək, müəssisə iqtisadi dövriyyədə yeni texnologiyaların hazırlanması və tətbiqi layihələrinin ümumi səmərəliliyinin artırılmasını təmin edir. Bu təhlil həm strategiyanın formalaşması prosesinin ən başlanğıcında, həm də innovasiyanın həyat dövrünün hər bir mərhələsində, elmi-tədqiqat və təkmilləşdirmə işlərində iştirak edən kadrların, mümkün strateji tərəfdaşların - layihə icraçılarının sayının ən effektiv nisbətini müəyyən etməklə aparıla bilər və aparılmalıdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Antonets V.A. və s. Innovativ biznes: perspektivli inkişafın kommersiyalaşdırılması üçün modellərin formalaşması. M: Delo. 2019. 320 s.

2. Sıçrayış komandaları: İnnovasiya və sənaye liderliyinin mənbələri. M: GrevtsovPublisher. 2018 - 336 s.

#### **ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Э.Э.Мамедзаде**

[e\\_mamedzade@mail.ru](mailto:e_mamedzade@mail.ru)

**Институт экономики Министерства науки и образования**

Управление инновациями имеет решающее значение для предприятий легкой промышленности, которые хотят оставаться конкурентоспособными на рынке. Развивая культуру инноваций, инвестируя в исследования и разработки и внедряя цифровую трансформацию, предприятия легкой промышленности могут разрабатывать новые продукты и услуги, упрощать производственные процессы и повышать имидж своего бренда. Используя представленные критерии поиска оптимума и сопоставления различных вариантов и способов достижения целей инновационного развития, предприятие обеспечивает повышение общей эффективности проектов разработки и применения новых технологий в хозяйственном цикле.

#### **INNOVATION MANAGEMENT IN LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES**

**E.E.Mammadzade**

[e\\_mamedzade@mail.ru](mailto:e_mamedzade@mail.ru)

**Institute of Economics of the Ministry of Science and Education**

Innovation management is crucial for light industrial enterprises that want to remain competitive in the market. By developing a culture of innovation, investing in research and development, and embracing digital transformation, light industry enterprises can develop new products and services, simplify production processes, and enhance their brand image. Using the presented criteria for finding the optimum and comparing different options and ways to achieve the goals of innovative development, the enterprise ensures the increase of the overall efficiency of the development and application projects of new technologies in the economic cycle.



## RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATIN SƏMƏRƏLİ FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAFINDA MENECEMENTİN ROLU

F.Ş.Nik-najad

[ftsultanzade@gmail.com](mailto:ftsultanzade@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

R.M.Cəfərova

[raibacafarova@mail.ru](mailto:raibacafarova@mail.ru)

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

Rəqəmsal iqtisadiyyat elə bir iqtisadi fəaliyyətdir ki, müəssisələr, proseslər, məlumatlar və insanlar arasında gündəlik internet bağlantısı nəticəsində yaranan, eyni zamanda işə kompüter texnologiyalarına əsaslanır. Rəqəmsal iqtisadiyyat iqtisadi, mədəni və sosial fəaliyyətləri əhatə edir ki, bu fəaliyyətlər internet və rəqəmsal kommunikasiya tərəfindən yerinə yetrilir. [2] Başqa bir ədəbiyyata nəzər salsaq, rəqəmsal iqtisadiyyat informasiya və kommunikasiya texnologiyaları tərəfindən təmin edilən iqtisadi fəaliyyətlərin, kommertiya əməliyyatlarının və peşəkar qarşılıqlı əlaqələrin global şəbəkəsidir. Bunu qısa şəkildə rəqəmsal texnologiyalara əsaslanan iqtisadiyyat kimi ifadə etmək olar. Bu baxımdan biz rəqəmsal iqtisadiyyata xüsusi tərif verə bilmirik.

Rəqəmsal iqtisadiyyat terminini ilk dəfə Don Tapskott, 1995-ci ildə ən çox satılan “The Digital Economy: Promise and Peril in Age of Networked Intelligence” kitabında işlətməmişdir. 1995-ci ildə “Being Digital” kitabının müəllifi və Massaçusets Texnologiya İnstitutunun Media Laboratoriyasının qurucusu Nikolas Neqroponte rəqəmsal iqtisadiyyatı “atomların əvəzinə bitlərdən” istifadə etdiyini açıqlayıb. [5]

Rəqəmsal iqtisadiyyatın 3 əsas komponenti var ki, bunlara e-biznes, e-biznes infrastrukturunu, e-ticarət kimi elementlər aid edilir. Hər birinin rəqəmsal iqtisadiyyatın idarə edilməsində mühüm xarakter daşıyır. Bundan əlavə, rəqəmsal iqtisadiyyatın idarə edilməsində mühüm rol oynayan bir neçə xüsusiyyətləri var ki, bunlara rəqəmsal və izlənilə bilən, əlaqələndirilən, bölüşdürülən və fərdi xüsusiyyətləri aiddir. Rəqəmsal iqtisadiyyat eyni zamanda biznesin təhlükəsizliyini, idarəetmənin səmərəliliyini artıran işçiləri, ortaqları və təchizatçıları bir-biri ilə əlaqələndirərək daha yaxşı ünsiyyətə kömək edir. Buna görə də biznes rəqəmsal iqtisadiyyatı mənimsəməklə daha yaxşı fəaliyyət göstərə bilər. [3]

Hazırda rəqəmsal platformalarda böyük bir iqtisadi artım var və bunların gündəlik həyatımıza təsiri böyükdür. İstehlakçıların çoxu “Facebook”, “Instagram”, “YouTube” və digər populyar veb saytlardan istifadə edir. Eyni zamanda Google, Apple, Microsoft, Amazon kimi şirkətlər rəqəmsal iqtisadiyyatdan ən geniş istifadə edən şirkətlərdəndir

Son zamanlar rəqəmsal iqtisadiyyat internetə bağlı olduğna görə bəzən İnternet iqtisadiyyatı və ya veb iqtisadiyyatı deyilir. Bununla belə, iqtisadçılar, menecerlər və sahibkarlar rəqəmsal iqtisadiyyatın internet iqtisadiyyatından daha inkişaf etmiş və mürəkkəb olduğunu, bir tərif altında sadəcə internetdən əldə edilən iqtisadi dəyər olaraq qeyd etmişdilər. [4]

Ümumiyyətlə qeyd etmək istərdik ki, rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafında menecmentin rolunu qeyd etsək, bu inkişaf dövrü üçüncü sənaye inqilabından dördüncü sənaye inqilabına keçidi əhatə edir. Bəzən rəqəmsal inqilab adlandırılan üçüncü sənaye inqilabı 20-ci əsrin sonlarında analoq elektron və mexaniki cihazlardan rəqəmsal texnologiyalara keçidlə baş verən dəyişikliklərə aiddir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın idarə olunmasına əsasən, dördüncü sənaye inqilabı rəqəmsal inqilab üzərində qurulur, çünki bu gün texnologiyalar fiziki və kiberdünyalar arasında körpü yaratmağa davam edir. Eyni zamanda, bu termin tapşırıqları yerinə yetirmək və keçmişdə mümkün olmayan fəaliyyətlərlə məşğul olmaq üçün texnologiyalardan istifadə etmək qabiliyyətini əks etdirir. Mövcud qurumların daha yaxşı işləmək, daha çox yaradıcı düşünmək, fərqli



yanaşmaq və yeni şeylər etmək üçün bu cür imkanlar rəqəmsal transformasiya ilə əlaqəli konsepsiyaya daxildir. Bu da, yeni şirkətlərə “Uber” və “Lyft” gəzinti paylaşma platformaları, o cümlədən, ev kirayəsi platforması, “Netflix” və “Spotify” kimi tələb üzrə məzmun xidmətləri daxil edilir. [1]

Əksər menecerlər, biznesmenlər, sahibkarlar keçmiş nəsillərdə mövcud ola bilməyən və ya bu gün etdikləri ölçü və miqyasda mövcud olmayan yeni şirkətlər və yeni biznes modelləri yaratmaq üçün rəqəmsal iqtisadiyyatı gücləndirən texnologiyalardan istifadə etdilər. Biznesi və müəssisənin fəaliyyətini inkişaf etdirən biznes modellərindən biri də Canvas modelidir ki, biz bu model vasitəsilə öz biznesimizin qısa təsvirini verməklə, inkişafına gedən yolda bir çox nailiyyətlər əldə edə bilərik.

Bundan əlavə, rəqəmsal iqtisadiyyatın səmərəli fəaliyyətində menecmentin rolundan danışarkən ilk onu qeyd etmək lazımdır ki, menecment nədir və biz niyə müəssisə və təşkilatların səmərəli fəaliyyətinin inkişafında menecmentdən istifadə edirik. [6]

İlk öncə menecmentdən bəhs edərkən, menecmentin bazar iqtisadiyyatında firma və müəssisələrin idarə edilməsi fəaliyyəti olduğunu qeyd etməliyik. Bildiyimiz kimi, idarəetmə fəaliyyətinin də ümumi funksiya, yanaşma, üsul və prinsip xüsusiyyətlərinin əsas məqsədi əlimizdə olan minimum resurslardan səmərəli istifadə etməklə maksimum nəticəyə malik olmaqdır. [5]

Menecmentin beş əsas funksiyası (planlaşdırma, təşkilətmə, motivasiya, nəzarət və marketinq) var ki, bunların doğru və səmərəli yerinə yetirilməsi bir müəssisə üçün onun resurs imkanlarından, eləcə də idarəetmə prinsiplərindən effektiv istifadə etməkdir. Effektiv istifadə müəssisədə idarəetmə fəaliyyətinin səmərəli olmasına, kadr potensialının faydalılığının artırılmasına, xüsusilə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinə gətirib çıxardır.

Belə ki, rəqəmsal iqtisadiyyatın səmərəli fəaliyyətinin inkişafında menecmentin rolu xüsusi və əvəzedilməzdir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı və onun səmərəli idarə edilməsi menecmentin ən mühüm xüsusiyyətlərindən biridir. Bu da, yeni şirkətlərə “Uber” və “Lyft” gəzinti paylaşma platformaları daxildir; ev kirayəsi platforması “Airbnb” və “Netflix” və “Spotify” kimi tələb üzrə məzmun xidmətləri. [3]

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Доклад о мировом развитии «Цифровые дивиденды». Группа Всемирного Банка, 2016. 21 с.
2. Головенчик Г.Г. Теоретические подходы к определению понятия цифровая экономика // Наука и инновации, №2 (192), февраль 2019. с.30-32
3. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. М.: Экономика. 2014. с.288
4. Паньшин Б. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Наука и инновации, №3 (157), март 2016.с.11-12.
5. Положихина М.А. Цифровая экономика как социально-экономический феномен. М., 2018. с. 6-17
6. Медведева Д.А. Конкурентоспособность малого и среднего бизнеса // В сборнике: Фундаментальные и прикладные науки - основа современной инновационной системы. Материалы международной практической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных. - 2015. - С. 112-123
7. Коноплева, И.А. Информационные технологии / И.А. Коноплева, О.А. Хозлова, А.В. Денисова. М.: КноРус, 2017. 328 с. 10. Информационные системы и технологии в экономике и управлении / Под ред. В.В. Трофимова. М.: Юрайт, 2018. 284 с



**РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В РАЗВИТИИ ЭФФЕКТИВНОГО  
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Ф.Ш.Ник-Наджд**

[ftsultanzade@gmail.com](mailto:ftsultanzade@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**Р.М.Джафарова**

[raibacafarova@mail.ru](mailto:raibacafarova@mail.ru)

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

Цифровая экономика - это экономическая деятельность, возникающая в результате ежедневного интернет-соединения между предприятиями, процессами, информацией и людьми, а также основанная на компьютерных технологиях. Цифровая экономика включает в себя экономическую, культурную и социальную деятельность, которая осуществляется с помощью Интернета и цифровых коммуникаций. В последнее время цифровая экономика связана с Интернетом, поэтому ее иногда называют интернет-экономикой или веб-экономикой. Однако экономисты, менеджеры и предприниматели отмечают, что цифровая экономика более развита и сложна, чем интернет-экономика, определяемая просто как экономическая ценность, получаемая от Интернета.

**THE ROLE OF MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE EFFECTIVE  
FUNCTIONING OF THE DIGITAL ECONOMY**

**F.Sh.Nick-Najdad**

[ftsultanzade@gmail.com](mailto:ftsultanzade@gmail.com)

**R.M.Dzhafarova**

[raibacafarova@mail.ru](mailto:raibacafarova@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

**Azerbaijan State Agricultural University**

The digital economy is an economic activity that results from the daily Internet connection between businesses, processes, information and people, and is also based on computer technologies. The digital economy includes economic, cultural and social activities that are carried out by the Internet and digital communication. Recently, the digital economy is connected to the Internet, so it is sometimes called the Internet economy or the web economy. However, economists, managers and entrepreneurs have pointed out that the digital economy is more advanced and complex than the Internet economy, defined simply as the economic value derived from the Internet.



## GƏNCƏ-QAZAX İQTİSADI RAYONU ÜZRƏ YUMURTA TƏDARÜKÜ MƏNTƏQƏSİNİN OPTİMAL YERLƏŞDİRİLMƏSİNİN TƏYİNİ

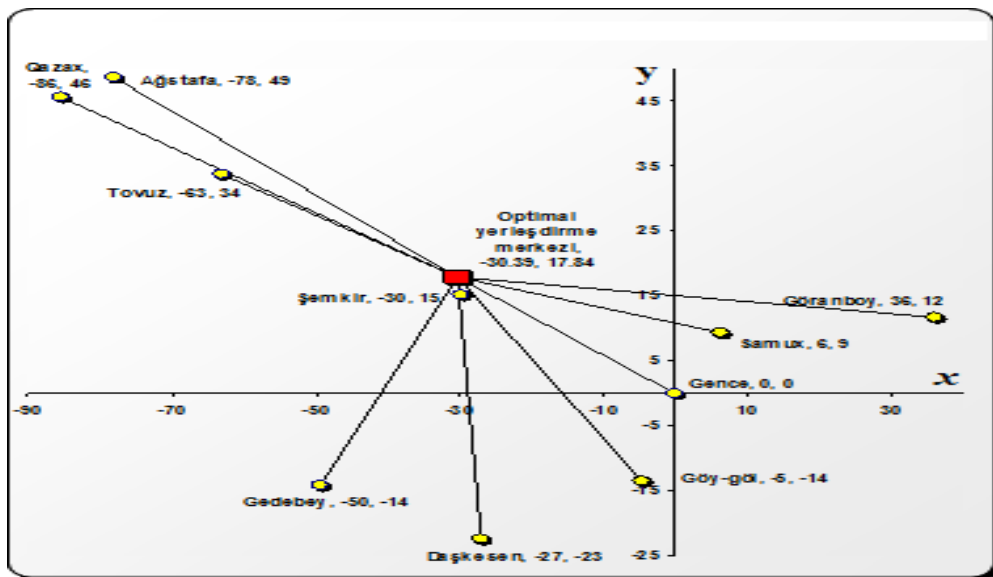
M.Ş.Sadixova

[sadixovametnet@mail.ru](mailto:sadixovametnet@mail.ru)

Gəncə Dövlət Universiteti

Heyvandarlıq fermaları ərazilərdə çox seyrek səpələnmişdir. Yəni rayon ərazisində kəndlərdə, fermalarda, həyətyanı sahələrdə fəaliyyət göstərən fermalarda istehsal olunmuş süd, yumurta və digər məhsullar emal müəssisəsindən çox uzaq olduğu halda qəbul və tədarük məntəqələrinə verilir. Əksinə emal və tədarük müəssisələrinə yaxında yerləşdikdə isə birbaşa bu müəssisələrə daşınır. Digər tərəfdən istehsal edilən məhsulun həcmi az olduğundan daşınan yüklər kiçik həcmli partiyalı, daşıma da kiçik partiyalı olur. Bu zaman yaranan problemlərdən biri ən əlverişli hərəkət marşrutunun tərtib edilməsi və seçilməsidir. [2, 4] Bununla nəqliyyat vasitəsinin boş yürüşünün qısaldılmasına və daşınan yükə çəkilən istismar xərclərinin azaldılmasına nail olmaq mümkündür.

Nəqliyyat işlərinin təşkilində əsas məsələlərdən biri yük axınının əlverişli həcmnin və daşımaların istiqamətinin müəyyən edilməsi və qoyulmuş vaxt ərzində daşınmasıdır. [1] Belə məsələlərin həllində iqtisadi riyazi metordlardan istifadə əlverişlidir. Xüsusilə, avtomobil daşımalarının optimallaşdırılmasında xətti proqramlaşdırma metodundan istifadə etməklə marşrutlar üzrə avtomobillərin gedişlərinin optimal sayını, nəqliyyat xərclərinin minimallaşdırmağa, boş yürüşlərin minimuma endirilməsinə, yük göndərən məntəqələr arasında optimal marşrutla ən qısa yolunun və vaxtının müəyyən edilməsinə imkan verir. Həmçinin nəqliyyat vasitəsinin yükləmə və boşaltma zamanı boş dayanmalarını minimuma endirməyə imkan verir. [3] Beləliklə, kəndlər, istehsalçı müəssisələr, fermalar və emal müəssisəsi arasında olan yolların çoxluğu yol şəbəkəsini təşkil edir. Yumurta tədarükü məntəqəsi üçün alınan həllin, optimal yerləşdirmə mərkəzinin koordinatlarının matrisi, qrafikdə məsafələrin göstərilməsini təmin edən steklər hesablanıb, məqsəd funksiyasının və məhdudiyətlərin hesablanması verilmişdir.



**Şəkil1. MathCAD-da hesablanmış nəticələrin Excel-də rayon mərkəzlərin koordinatları, yumurta qəbulu məntəqəsinin və hesablanmış optimal mərkəzin qurulmuş 2D qrafiki.**

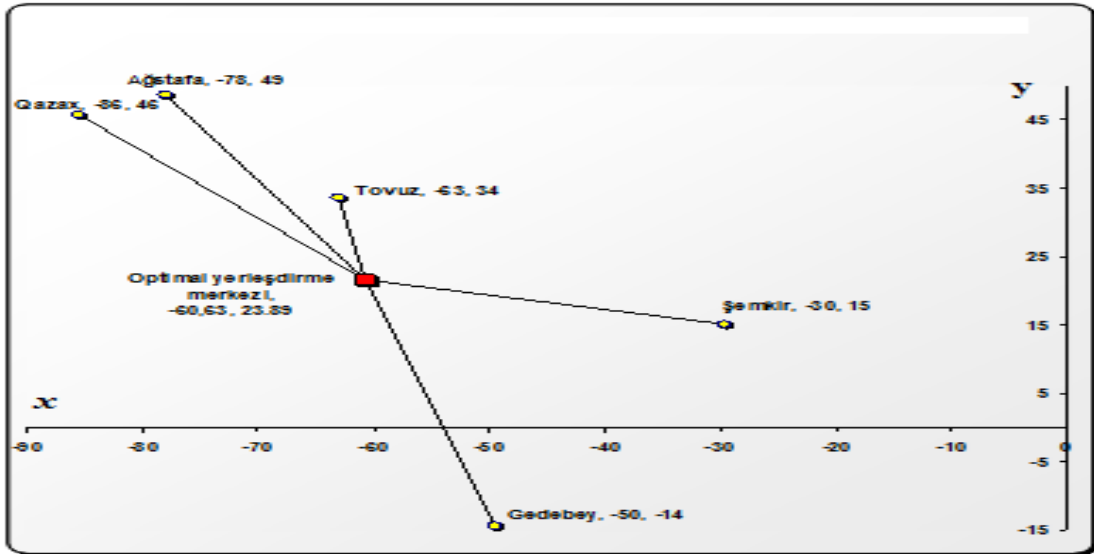
Müəyyən qiymətləndirmə və analizə aparılması üçün aralıq hesablamalarda alınan nəticələr  $\sqrt{(x - X_3)^2 + (y - Y_3)^2}$  ifadəsindən alınan hesablama rayon mərkəzlərindən yumurta tədarükü məntəqəsinədək olan məsafələrdir (km). [5, 6]

Alınmış nəticələrin Excel-də yenidən qurulmuş qrafikləri (MathCAD-da müəyyən qrafiki məhdudiyyətlər olduğuna görə) şəkil 1-də verilir. Şəkil 1-dən görünür ki, rayonlarda istehsal edilmiş yumurtanı iqtisadi rayon üçün optimal tədarük məntəqəsi təxminən Gəncədən – 30, 39; 17, 84 koordinatlı olmaqla Şəmkir rayonuna yaxın ərazisində yerləşdirilməsi optimal hesab edilir. [9]

**Qazax, Ağstafa, Tovuz, Şəmkir və Gədəbəy rayon qrupu üçün yumurta tədarükü məntəqəsinin optimal yerləşdirmə mərkəzinin təyin edilməsi.** Qazax, Ağstafa, Tovuz, Şəmkir və Gədəbəy rayon qrupu üçün yumurta tədarükü məntəqəsi üçün alınan həllin, optimal yerləşdirmə mərkəzinin koordinatlarının matrisi, qrafikdə məsafələrin göstərilməsini təmin edən steklərin hesablanması, məqsəd funksiyasının və məhdudiyyətlərin hesablanması və nəticələrin Excel-də yenidən qurulmuş qrafikləri (MathCAD-da müəyyən qrafiki məhdudiyyətlər olduğuna görə) şəkil 2-də verilir.

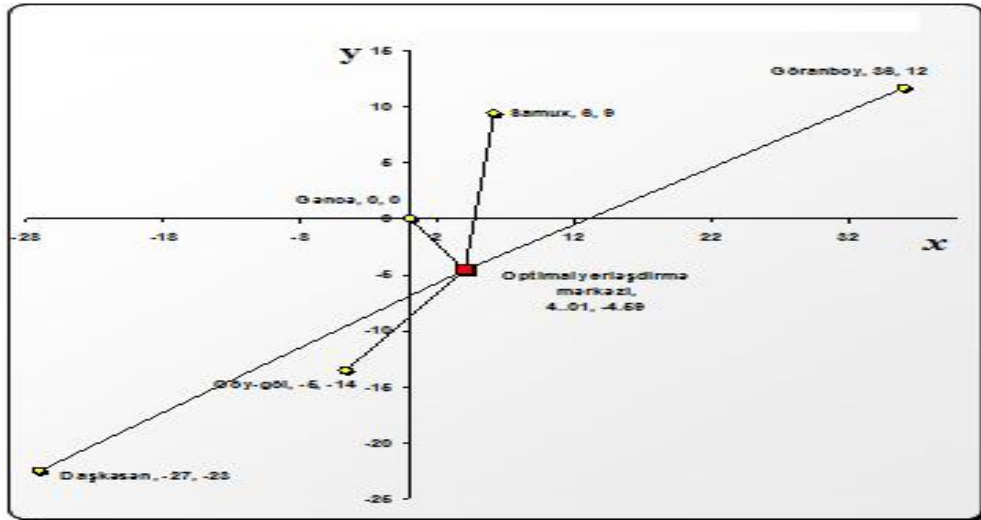
Şəkil 2-dən göründüyü kimi, Qazax, Ağstafa, Tovuz, Şəmkir, Gədəbəy rayon qrupu üçün yumurta tədarükü məntəqəsi ümumi iqtisadi rayon üzrə tədarük məntəqəsinin parametrlərindən fərqlənir. Belə ki, məntəqənin koordinatları ümumi varianta nəzərən yerini qərbə doğru dəyişməklə, -60, 63; 23, 89 koordinatında yerləşdirilməsi optimal hesab edilir.

Ümumi rayon üzrə tədarük variantı ilə müqayisədə məntəqə Tovuz və Şəmkir rayonları arasında olmaqla Tovuz rayonuna yaxın ərazidə yerləşdirilməsi optimal hesab edilir.



**Şəkil 2. Qazax, Ağstafa, Tovuz, Şəmkir, Gədəbəy rayon qrupu üçün yumurta tədarükü məntəqəsinin optimal yerləşdirilmə sxemi.**

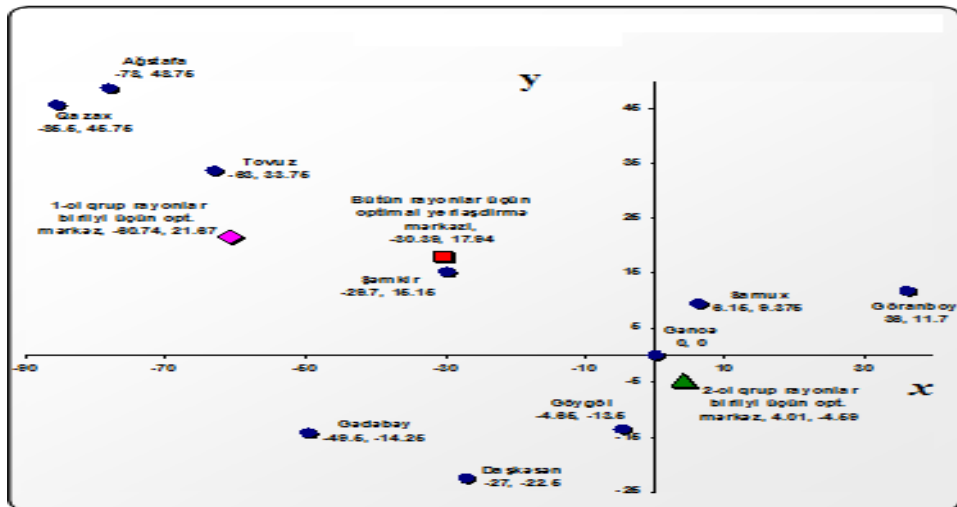
**Gəncə şəhəri, Daşkəsən, Samux, Göygöl və Goranboy rayon qrupu üçün yumurta tədarükü məntəqəsinin optimal yerləşdirmə mərkəzinin təyin edilməsi.** Gəncə şəhəri, Daşkəsən, Samux, Göygöl və Goranboy rayon qrupu üçün yumurta tədarükü məntəqəsi üçün alınan həllin, optimal yerləşdirmə mərkəzinin koordinatlarının matrisi, qrafikdə məsafələrin göstərilməsini təmin edən steklərin hesablanması, məqsəd funksiyasının və məhdudiyyətlərin hesablanması və alınmış nəticələrin Excel-də yenidən qurulmuş qrafikləri şəkil 3-də verilir. [9]



**Şək. 3. Gəncə şəhəri, Daşkəsən, Samux, Göygöl və Goranboy rayon qrupu üçün yumurta tədarükü məntəqəsinin optimal yerləşdirilmə sxemi.**

Şəkil 3.-dən görünür ki, ümumi rayon üzrə tədarük məntəqəsi variantı ilə müqayisədə yumurta tədarükü məntəqəsi Gəncə şəhəri ilə Goranboy rayonu arasında olmaqla 4, 01; -4, 59 koordinatlı nöqtədə yerləşdirilməsi optimal hesab edilir.

Alınmış nəticələrin Excel-də yenidən qurulmuş qrafikləri əsasında iqtisadi rayon və ayrı-ayrı rayon qrupları üçün yumurta tədarükü məntəqələrinin optimal yerləşdirilmə mərkəzlərinin koordinatlarının müqayisəli sxemi şəkil 4-də verilir.



**Şək. 4. İqtisadi rayon üçün, və ayrı-ayrı rayon qrupları üçün yumurta tədarükü məntəqələrinin optimal yerləşdirilmə mərkəzlərinin koordinatlarının müqayisəli sxemi.**

Şəkil 4-dən görünür ki, yumurta qəbulu məntəqəsi ümumi rayon üzrə yerləşdirildikdə mərkəz Şəmkir rayonu ərazində -30, 39; 17, 94 koordinatlı nöqtədə yerləşdirilməsi optimal hesab edilir. İki rayon qrupları üzrə optimal yerləşdirmə variantında isə qəbul məntəqəsi -60, 74; 21, 67 koordinatlı I və 4, 01; -4, 59 koordinatlı II qəbul məntəqələrində yerləşdirilməsi optimal hesab edilir.

Müqayisə yük vahidinin daşınması xərclərinin minimumluğu şərti olduğu üçün ümumi rayonlar üzrə yerləşdirməyə nəzərən 2 qəbul məntəqəsinin yerləşdirilmə variantı əlverişli hesab edilir. [7, 8] Burada daşıma xərclərinin minimumlaşdırılmasını təmin edən daşıma məsafəsinin az olmasıdır. Belə ki, ümumi yerləşdirmə variantında Qazax rayonundan məsafə 86, 46 vahid, Ağstafa rayonundan məsafə 78, 49 vahid Daşkəsən rayonu üçün

Gəncədən keçməklə yarandığı və 57, 39 vahid təşkil etdiyi üçün əlverişli hesab edilmir.

Rayon qrupları ilə yerləşdirmə variantında isə bu məsafələr iki hissəyə bölünür və başqa rayon mərkəzəri arasında olan məsafələr də azaldığı üçün müəyyən edilmiş yerləşdirmə variantları optimal hesab edilir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Алдошин Н.В., Пехутов А.С. Повышение производительности при перевозке сельскохозяйственных грузов// Механизация и электрификация сельского хозяйства, 2012.№ 4, с. 26-27
2. Кремер Н.Ш. и др. Исследование операций в экономике: Учебное пособие для вузов.М., ЮНИТИ, 2002, 407 с.
3. Кремер Н.Ш. Теория вероятностей и математическая статистика: Учебник для вузов, М. , ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 573 с.
4. Кудрявцев Е.Н. Исследования операций в задачах, алгоритмах и программах, М. , Наука, 1982, 150 с.
5. Sadıxova M.Ş. Ərazidə heyvandarlıq məhsulları emal edən müəssisənin yerləşdirilməsinin amilləri // ADAU.Beynəlxalq Elmi- Praktiki Konfrans 22-24 sentyabr, IIcild, Gəncə.2014, s. 166-169
6. Sadıxova M. Ş. Heyvandarlıq məhsullarının emal müəssisələrinə daşınmasında iqtisadi-riyazi modelləşdirmə //ADAU 8-BeynəlxalqElmi- Praktiki Konfransın materialları 03-04 oktyabr 2016, Gəncə, II cild, s. 293-295
7. Sadıxova M.Ş. Tez xarabolan yüklərin daşınması və onlara qoyulan tələblər //Doktorantların və gənc tədqiqatçıların XVII Respublika elmi konfransının materialları Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti, Bakı, 2013.s. 111-112
8. Sadıxova M.Ş., İsmayılov İ.İ. Gəncə Qazax iqtisadi rayonunda heyvandarlıq məhsullarının istehsalı və satışının dəyişmə qanunauyğunluqlarının müəyyən edilməsi// ADAU–nun Elmi Əsərləri.Gəncə. 2015, №2. s. 96 – 100
9. Sadıxova M.Ş., İsmayılov İ.İ. Heyvandarlıq istiqamətli fermer təsərrüfatları – emal müəssisəsi sisteminin funksional modeli //Azərbaycan Aqrar Elmi 2016. № 2. s. 54 – 57

#### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО РАСПОЛОЖЕНИЯ ПУНКТА СБОРА ЯИЦ В ГЯНДЖА-КАЗАХСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЙОНЕ**

**М.Ш.Садыхова**

**Гянджинский Государственный Университет**

В статье рассмотрен оптимальный вариант расположения пунктов сбора яиц в Гянджа-Газахском экономическом районе с учетом удаленности между регионами и транспортной инфраструктуры. Определены оптимальные центры расположения пункта сбора яиц из условия минимальных затрат на производство и транспортировку.

#### **Determination of the optimal location of the egg collection point in the Ganja-Kazakh economic region**

**M.Sh.Sadikhova**

**Ganja State University**

The article considers the optimal location of egg collection points in the Ganja-Gazakh economic region, taking into account the remoteness between regions and transport infrastructure. The optimal centers for the location of the egg collection point were determined from the condition of minimal costs for production and transportation.





**BANK SEKTORUNDA MALİYYƏ SABİTLİYİNƏ TƏSİR EDƏN AMİLLƏRİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ**

**G.Ə.Əliyeva**

[gunel0090gunel@gmail.com](mailto:gunel0090gunel@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Müasir dövrdə hər bir ölkənin iqtisadi inkişafının əsas elementlərindən biri kimi bank sektorunun fəaliyyət imkanları mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Təsadüfi deyil ki, iqtisadi böhran meyillərinin müşahidə olunduğu ölkələrdə bank sektorunun tənəzzülü həmin tendensiyaların formalaşmasında sanki katalizator rolunu oynayır. İqtisadiyyatın bütün sahələrində maliyyə axınının fasiləsizliyini təmin edən banklar tədavi sferasında fəaliyyət göstərməklə birlikdə mühüm vəzifələri həyata keçirir. Hazırda idarə sisteminin strukturunun müxtəlifliyindən asılı olmayaraq hər bir ölkədə banklar biznes subyektlərinin əsas tərəfdaşları qismində çıxış edirlər. Zəruri maliyyə institutu hesab olunan bankların iqtisadiyyatda mövcud olan missiyası maliyyə tarazlığının təmin olunması, ölkədə aparılan pul-kredit siyasətinin, valyuta bazarının istehlak tələbinə uyğunlaşdırılmasını özündə əks etdirir. [2] Qeyd olunan xüsusiyyətləri bu maliyyə qurumlarının fəaliyyətində yaranan çatışmazlıqların operativ olaraq aradan qaldırılmasını şərtləndirir ki, bu da dövlətin maliyyə bazarında rəqabət mühitinin inkişafı istiqamətində həyata keçirdiyi tədbirlərlə bilavasitə əlaqəlidir.

Rəqabətin kəskinliyi ilə xarakterizə olunan hazırkı iqtisadi şəraitdə bankların əsas hədəfi aktiv əməliyyatları genişləndirmək, əsasən əhalidən cəlb edilən vəsaitlər başda olmaqla mühüm maliyyələşmə mənbələrinin sağlamlaşdırılması və artırılmasına nail olmaqla, likvidlik həcmi yüksəltməklə maliyyə dayanıqlılığının möhkəmləndirilməsini təmin etməkdən ibarətdir. [3] Bilindiyi kimi respublikamızda neft amili iqtisadiyyatın əsas hərəkətverici qüvvəsi olduğu üçün beynəlxalq əmtəə bazarlarında neft məhsullarının qiymətinin dəyişməsi ölkənin valyuta bazarına və dolayısı ilə milli valyutanın məzənnəsinə təsir edir. Xüsusilə neft məhsullarının qiymətində kəskin geriləmələrin olduğu dövrdə bankların əhalinin öz əmanətlərini geri çəkmə təşəbbüsü ilə əlaqəli olaraq ciddi likvidlik problemi ilə üzləşirlər. [1] Yaranmış bu kimi problemlər bankların fəaliyyətində arzuolunmaz tendensiyaların baş qaldırmasına səbəb olur. Bankların sağlam və rəqabətə davamlılığını təmin etmək üçün proqnozlaşdırma, risklərin idarə edilməsi kimi məsələləri nizamlayan departamentlər fəaliyyət göstərir ki, bu isə yaranmış fors-majorlarda riskləri qabacadan müəyyənləşdirməsində mühüm rol oynayır. Dünya təcrübəsinə nəzər salsaq görərik ki, banklarda rentabellik və mənfəət göstəriciləri mütəmadi olaraq nəzarətdə saxlanılmalı, tərtib edilmiş aylıq, rüblük, illik zərər və mənfəət hesabatlarında bütün göstəricilər əks olunmalıdır. Rentabelli fəaliyyəti təmin etmək üçün banklar daim risklərini qiymətləndirməli, proqnozlaşdırmalı, bazar iqtisadiyyatında düzgün təhlil apararaq daim valyuta bazarını öyrənməli və uzaqgörən marketing siyasəti həyata keçirməlidirlər. Banklarda likvidliyin və maliyyə sabitliyinin təmin olunması istiqamətində aparılan təhlilləri göstərir ki, bazar münasibətləri şəraitində mövcud olan problemlərin həll olunması üçün aşağıdakı məsələlərə diqqət yetirilməlidir:

1. Rəqabətin zəif olduğu kredit bazarında müəssisələr üçün faiz dərəcələrinin yüksək həddə olması böyük problemlər yaratdığı üçün biznes subyektlərinin kredit əldə etməyə çox maraq göstərmirlər. Bankların əsas gəlir mənbəyi isə əhaliyə və biznes subyektlərinə verdiyi kreditlər olduğu üçün anoloji vəziyyət onların gəlirlərinin artım səviyyəsinə mənfi təsir göstərir. Bu baxımdan maliyyə sabitliyinin qorunması üçün faizlərin optimal səviyyədə olması məqsədəuyğundur.

2. Mərkəzi bankın uçot dərəcəsinə müvafiq olaraq əldə olunan vəsaitlə yanaşı uzun müddətli depozitlərin cəlb edilməsi banklar üçün ən ümdə məsələlərdən birinə çevrilməlidir. Uzun müddətli kreditlər bankların maliyyə sabitliyini qoruması və likvidliyini artırmaq üçün də vacibdir. Banklar qeyri-sabit konyuktura şərtlərini nəzərə almalı maliyyə vəziyyətinin stabilliyini təmin etmək üçün banklar daim risk göstəricilərinin təhlilini aparmalı, xərclərini və gəlirlərini daha dəqiq proqnozlaşdırmalıdırlar.

3. Araşdırmalar göstərir ki, respublikamızda fəaliyyət göstərən kommersiya banklarının kredit portfelində istehlak krediti üstünlük təşkil edir. Sahibkarlıq subyektlərinə verilən biznes kreditlərində isə iri müəssisələr daha böyük xüsusi çəkiyə malikdirlər. Bu amil kiçik və orta

sahibkarlıq subyektlərinin mübadilə prosesindən kənar qalmasına və dolayısı ilə banklar potensial mənfəət etməsinə zəmin yaradır.

4. Kommersiya bankları alternativ gəlir mənbələrini artırmaq üçün həyata keçirdiyi əməliyyatların çeşidini artırılmalıdır. Xüsusilə dünyada kommersiya banklarının əsas gəlir əldə etdiyi franşayzing, faktoring, trust, əməliyyatları onların təklif etdiyi xidmətlərdə üstünlük təşkil etməlidir. Bu amil bankların likvidlik imkanlarının yüksəldilməsində əhəmiyyətli rol oynaya bilər.

5. Azərbaycanda mövcud olan kommersiya banklarında çalışan və fəaliyyət göstərən işçilərin təhsilinin təkmilləşdirilməsi bankların hər zaman maraq dairəsində olmalıdır. Bu amil bankların rəqabətqabiliyyətinin artırılmasında vacib amillərdən birinə çevrilə bilər.

6. Bazar münasibətləri şəraitində banklar aktiv əməliyyatların reallaşdırılmasında elə optimal üsullarını seçməlidirlər ki, istehlakçılar həmin əməliyyatlardan faydalana bilsinlər. Hər bir bank səfərbər etdiyi maliyyə resurslarından elə yararlanmalıdır ki, həm öz gəlirlərini artırarsın, həm öz öhdəliklərini ödəyə bilsinlər, eyni zamanda digər fəaliyyət sferalarının inkişafına maliyyə dəstəyi göstərsinlər. Qeyd etmək lazımdır ki, böhran meyillərinin müşahidə olunduğu son illər bütün neqativ təzahürlərə baxmayaraq ölkəmizdə bank sisteminin inkişafı sahəsində həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində bankların maliyyə vəziyyəti kifayət qədər yaxşılaşmış, resurslar bazası isə əhəmiyyətli dərəcədə genişlənməmişdir. Hesab edirik ki, bankların mövqeyinin möhkəmləndirilməsi vasitəsilə bankçılıq sistemində inamın artırılması perspektivdə sektorun inkişafı ilə yanaşı qeyri-neft sahəsinin gəlirlərinin artmasına da müsbət təsir göstərəcəkdir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Məmmədov Z.F. Bank fəaliyyətinin əsasları. “İqtisad Universiteti”. Bakı-2013. səh. 360
2. Selvi Kocabay. Bankçılıq sektoründə rəqabət siyasəti: Rəqabətstabilizasiya siyasətinin təsirləri”. 2012
3. Дворецкая А.Е. Деньги, Кредит, Банки. “Издательство Юрайт”. Москва- 2016 стр.274

#### **ОЦЕНКА ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА**

**Г.А.Алиева**

[gunel0090gunel@gmail.com](mailto:gunel0090gunel@gmail.com)

**Азербайджанский технологический университет**

В качестве одного из основных элементов экономического развития каждой страны в современную эпоху операционные возможности банковского сектора имеют большое значение. Неслучайно в странах, где наблюдаются тенденции экономического кризиса, упадок банковского сектора как бы играет роль катализатора в формировании этих тенденций. Банки, обеспечивающие непрерывность финансовых потоков во всех сферах экономики, выполняют важные задачи, действуя в сфере обращения. В настоящее время, независимо от разнообразия структуры системы управления, банки выступают в качестве основных партнеров субъектов предпринимательства в каждой стране. Именно этот фактор показывает, насколько необходимо их развитие.

#### **ASSESSMENT OF FACTORS AFFECTING FINANCIAL STABILITY IN THE BANKING SECTOR**

**G.A.Aliyeva**

[gunel0090gunel@gmail.com](mailto:gunel0090gunel@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

As one of the main elements of the economic development of every country in the modern era, the banking sector's operational capabilities are of great importance. It is no coincidence that in countries where economic crisis trends are observed, the decline of the banking sector seems to play the role of a catalyst in the formation of those trends. Banks, which ensure continuity of financial flow in all areas of the economy, carry out important tasks while operating in the sphere of circulation. At present, regardless of the diversity of the structure of the management system, banks act as the main partners of business subjects in every country. So exactly, this factor that shows how necessary their development is.



## AQRAR SAHƏNİN İNTENSİVLƏŞDİRİLMƏSİNDƏ İNNOVASIYA SİYASƏTİ

V.H.Abbasov

H.E.Ələkbərov

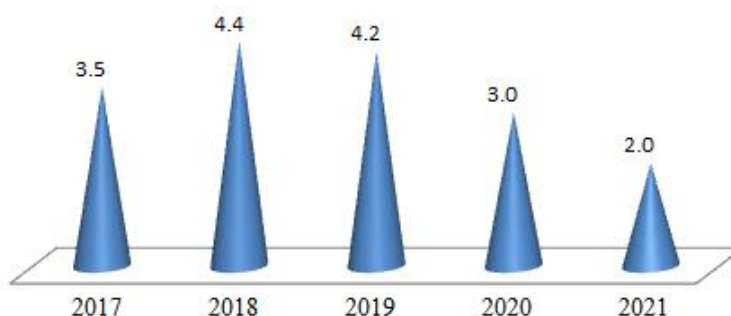
[elekberovhuseyn95@gmail.com](mailto:elekberovhuseyn95@gmail.com)

Bakı Dövlət Universiteti

Aqrar sahə gündəlik istehlakda mütləq üstünlüyə malik olan məhsulların istehsalını təmin etdiyindən, onun günün tələblərinə uyğunlaşdırılması olduqca vacib məsələ hesab edilir. Digər tərəfdən, əhalinin sayının artması qarşılığında, qlobal miqyasda baş verən mənfi meyillərin təsirinin sürətlənməsi, bu sahədə əsaslı məhsul artımını tələb edir. Bu məqsədlə, məhsul artımının sürətləndirilməsi yönündə, aqrar sahədə müxtəlif istiqamətli iqtisadi fəaliyyətlərin reallaşdırılması, dövlətin iqtisadi siyasətinin əsas prioritetlərindən biri kimi ayırd edilir [4, s.78]. Dövlətin əsas hədəf siyasəti, aqrar sahədə iqtisadi artımın təmin edilməsi olduğundan, bu sahədə intensivləşmə səviyyəsinin yüksəldilməsi üzrə müxtəlif iqtisadi siyasətlərin izlənilməsindən qaçınılmır. Dövlət, məhsul istehsalının artırılması məqsədilə intensivləşməni müxtəlif alt sahələrdə reallaşdırılan iqtisadi fəaliyyətlər hesabına təmin edə bilir. Bunlardan biri, əmək ehtiyatlarını ixtisaslaşması ilə əlaqəlidir. Belə ki, əmək məhsuldarlığının artırılması hesabına iqtisadi artımı təmin etməyi hədəf istiqamət kimi seçən dövlət əməyin intensivləşdirilməsi sahəsində ayrı-ayrı tədbirlərdən istifadə edir [3,s.147]. Bu siyasət reallaşdırılarkən isə, o innovasiyalı inkişafın əsas parametrlərini diqqət mərkəzində saxlayır. Yəni əslində əməyin məhsuldarlığının fiziki əmək sərfiyyatı üzrə təmin edilməsindən deyil, texnoloji və ya istehsal yanaşmasının dəyişdirilməsi tərəfindən çıxış edir. Bu məqsədlə istehsalat yeni növ texnologiyaların gətirilməsi əsas istiqamət kimi seçilmir. Belə ki, əvvəlcədən də qeyd etdiyimiz kimi innovasiyalı yanaşma tək cə texnologiya əsasında deyil, əmək ehtiyatlarından səmərəli, məqsədyönlü istifadə əsasında da təmin edilir. Odur ki, diqqətin yalnız texnika üzrə edilən investisiyalara cəlb edilmənin düzgün olmadığını nəzərə almaq lazımdır.

**Diaqram 1.**

### İqtisadiyyatın kənd təsərrüfatı sahəsi üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiya



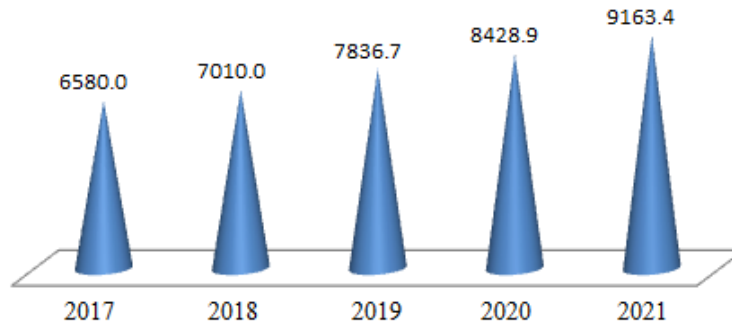
**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsi, Statistik toplusu 2022

Ancaq tədqiqatların mütləq əksəriyyətinə diqqət etdiyimiz zaman, innovasiyalı iqtisadi inkişafın təmin edilməsində texnologiyaların rolu irəli çəkilir. [5, s.279] Əlbətdə, burada səmərəlilik göstəriciləri üzrə faiz üstünlüyü texnologiyadan istifadəyə əsaslanır. Bu məqsədlə Diaqram 1-də son beş il ərzində iqtisadiyyatın kənd təsərrüfatı sahəsi üzrə yönləndirilən investisiyaların ümumi investisiya kəmiyyətindəki faiz nisbətində yer

verilmişdir. Diqqət etdiyimiz zaman kənd təsərrüfatına edilən investisiyalar, ümumi investisiyaların 2017-ci ildə 3.5 faizini təşkil etdiyi halda, 2018-ci ildə 4.4 faizini, 2021-ci ildə isə cəmi 2.0 faizini təşkil etmişdir. [7] Göstəricinin bu şəkildə nisbi azalması, əslində azalmanı ifadə etmir, bu hal ümumi investisiyaların kəmiyyətinin artması hesabına onun tərkibində kənd təsərrüfatına edilən investisiyaların az faizlə, yüksək xüsusi çəkiyə malik olmağından irəli gəlir.

**Diagram 2.**

**Kənd təsərrüfatının ümumi məhsulu, faktiki qiymətlərlə, milyon manat**



**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsi, Statistik toplusu 2022

Aqrar sahədə həyata keçirilən innovasiya siyasətinin nəticəsinin səmərəliliyini, bu sahədə edilən investisiyalar hesabına ümumi məhsulun faktiki dəyərindən aydın müşahidə etmək olar. Diqqət edildiyi zaman, son beş ildə aqrar sahə üzrə məhsul istehsalının ümumi həcmi təqribən 2.6 mlrd manat artmışdır. Bu göstərici nisbi kəmiyyətlə ifadə də, 39.2 faiz təşkil etmişdir. [6].Görüldüyü üzrə, artımın daha çox reallaşdığı dövr son illəri əhatə edir. Bu hal, qlobal dəyişiklərin təsiri ilə yeri ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün, özünütəminat imkanlarının genişləndirilməsi hesabına baş vermişdir.

Beləliklə, aydın olur ki aqrar sahənin inkişafında, intensivləşmə səviyyəsinin yüksəldilməsində innovasiya siyasətinə diqqət edərək aydın olur ki, əslində innovasiyalı iqtisadi inkişaf yeni növ istehsal yanaşmasını özündə ehtiva edir. Onun təmin edilməsi istiqamətləri isə ölkənin iqtisadi, siyasi, coğrafi, mülkiyyət münasibətlərindən, dövlət dəstəyinin səviyyəsindən əsaslı şəkildə asılıdır. [4, s.136] Ancaq, onlar içərisində səmərəliliyin təmin edilməsinə təsir edən başlıca amil kimi investisiyaların sahəyə cəlb edilməsi olduğundan, tezisdə bu istiqamətdə iqtisadi yanaşma ortaya qoyulmuşdur. Bu sahədə düşünürük ki, həyata keçirilməsi vacib iqtisadi siyasətlər içərisində, dövlətin dəstəkləyici fiskal, pul-kredit siyasətinə ehtiyac duyulur. Onun forma və metodlarının müəyyən edilməsinə və istiqamətlərinin konkretləşdirilməsinə, günün tələblərinə uzlaşdırılmasına zərurət yaranır. Bu yolla aqrar sahədə innovasiya iqtisadi inkişafa əsaslı təsir etmək mümkündür.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. “Azərbaycan Respublikasında rəqəmsallaşma, innovasiya, yüksək texnologiyalar və idarəetmənin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin fərmanı, 11 oktyabr 2021-ci il

2. “İnvestisiya fəaliyyətinin təşviq edilməsi və investorların hüquqlarının qorunması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, 18 yanvar 2018-ci il
3. Abbasov.V.H., (2017) Aqrar iqtisadiyyat, Bakı, EcoPrint, 468.s
4. Quliyev.E., (2015) Aqrar iqtisadiyyat, Bakı, Kooperasiya, 320 s.
5. Arslan.Z., (2016) Tarım Ekonomisi ve Politikası, İstanbul, 616 s.
6. [www.agro.gov.az](http://www.agro.gov.az)
7. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)

**ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ИНТЕНСИФИКАЦИИ  
СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА**

**В.Х.Аббасов**

**Х.Е.Алекбаров**

[elekberovhuseyn95@gmail.com](mailto:elekberovhuseyn95@gmail.com)

**Бакинский Государственный Университет**

Результат, полученный при разработке диссертации, показывает, что должна быть predetermined политика государства в направлении обеспечения инновационной политики, которая имеет основополагающую роль в развитии аграрного сектора. При реализации этой политики должны широко использоваться инструменты экономического воздействия. Среди таких средств воздействия следует выделить поддерживающую денежно-кредитную политику. Научная новизна выполненной диссертации заключается в том, что инновации не являются единственным решением для инвестиций в техническое обеспечение в обеспечении экономического развития. Здесь в производственном подходе главным направлением следует определить соответствие сегодняшним требованиям.

**INNOVATION POLICY IN AGRICULTURAL INTENSIFICATION**

**V.H.Abbasov**

**H.E.Alakbarov**

[elekberovhuseyn95@gmail.com](mailto:elekberovhuseyn95@gmail.com)

**Baku State University**

The result obtained from the development of the thesis shows that there should be a predetermined policy of the state in the direction of ensuring innovation policy, which has a fundamental role in the development of the agricultural sector. During the implementation of this policy, economic influence tools should be widely used. Supportive monetary policy should be distinguished among such means of influence. The scientific novelty of the completed thesis is that innovation is not the only solution for investments in technical support in ensuring economic development. Here, in the production approach, compliance with today's requirements should be defined as the main direction.





## **BANKLARDA MARKETİNG XİDMƏTİNİN TƏŞKİLİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ**

**Ş.Ə.Yusibova**

[shalala.yusubova@mail.ri](mailto:shalala.yusubova@mail.ri)

**T.T.Yusifova**

[Banu.asif1@gmail.com](mailto:Banu.asif1@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Ölkənin iqtisadiyyatında bank sistemi xüsusi yer tutur. Banklar istehsal infrastrukturunu elementindən ibarət olaraq öz fəaliyyəti ilə müasir bazar iqtisadiyyatını səmərəli şəkildə işləməsinə imkan yaradır.

Azərbaycanda bazar münasibətlərinin inkişafı, konkret xidmətlərə tələbatın yaranmasında istehlakçının artmaqda olan rolu, bankların idarəetmə sistemində, bank məhsullarının satış həcmində artmasına, mövcud xidmətlərin mükəmməlləşdirilməsinə, eləcə də hesabat və digər sənədlərin müştəriyə ötürülməsi sahəsində yeni texnologiyaların tətbiq edilməsinə yeni tələblər irəli sürür.

Kommersiya banklarının sayının fenomenal şəkildə artması onların arasında təbii olaraq rəqabətin yaranmasına gətirib çıxarmışdır. Bank rəhbərləri qarşısında bankın inkişafının strateji şəkildə idarə edilməsi, qlobal məqsədin yaradılması və onun əsas bölmələri qarşısında konkret vəzifələrin qoyulması, bank fəaliyyətinin bütün sferalarının taktika və siyasətinin əsas prinsiplərinin müəyyən edilməsi kimi problemlər yaranmışdır. Bu problemlərin həll edilməsi üçün bank rəhbərliyinə bütün inkişaf variantlarını nəzərdən keçirmək lazımdır. Xüsusi fikir verilməli aspektlərdən biri də marketinqdir.

Bank məhsulunun istehlakçıya çatdırılması marketinqin həll etməli olduğu mühüm məsələlərdən biridir. Bu məsələnin həll edilməsi keyfiyyətdən bankın fəaliyyətinin müvəffəqiyyəti də asılıdır. Bank məhsulunun istehlakçıya çatdırılması çatdırılma sistemlərinin fəaliyyəti vasitəsilə həll edilir. Çatdırılma sistemlərinin növləri geniş hədudlara malik ola bilər. Bu səbəbdən marketinq qarşısında onlardan birini seçmək problemi durur. [1]

Xarici ölkələrin təcrübəsində bank marketinqi iri sənaye və ticarət firmalarının bu sahədə əldə etdiyi nailiyyətlər əsasında yaranmışdır. Azərbaycanda isə marketinqin yaradılması və öyrədilməsi demək olar ki, bütün kommersiya strukturlarında eyni zamanda başlamışdır. Ədəbiyyatda marketinqin müəyyən edilməsi kifayət qədər müxtəlifdir. Marketinq yalnız məhsulun satışı aktından ibarət deyildir. Bu bankın strategiyası və fəlsəfəsidir. Bank marketinqi müştərilərin real tələbatlarını nəzərə almaqla bank məhsulları üçün daha sərfəli bazarın axtarışdır. Bank sferasında marketinq kredit ehtiyatları bazarının öyrənilməsinə, müştərilərin maliyyə vəziyyətlərinin təhlilinə və bu bazarda banka vəsaitlərinin cəlb edilməsinin və bankın gələcək fəaliyyətinin yaradılmasına istiqamətləndirilməlidir. Marketinq–məhsulların yaradılması, irəli sürülməsi və satışı üzrə bazar strategiyasıdır. Bank marketinqi bank üçün gəlirli yolla müştərilərin bank xidməti sahəsindəki tələbatlarını ödəmək məqsədi ilə bir toplu texniki vasitələrin istifadəsindən ibarətdir.

Bankın marketinq strategiyası öz inkişaf sahəsində bir sıra məhdudiyyətlərə malikdir. Bu, hər şeydən əvvəl, ölkədə bank fəaliyyətinin tənzimlənməsi səviyyəsidir. Bundan əlavə, bankların fəaliyyətinin iqtisadi məhdudiyyətlərini də nəzərə almaq lazımdır. Banklar daxili və xarici riskləri aradan qaldırmaq və ya minimuma endirmək

üçün sığorta fondları yaratmalıdır. Bankların fəaliyyətində məhdudiyətdən ibarət olan rəqabət də bankların fəaliyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Banklararası və eləcə də banklar və qeyri-bank tipli kredit institutları arasında rəqabətin artması bankları laqeyd qoya bilməz. Onlar bu rəqabəti nəzərə almaqla özlərinin marketinq strategiyasını işləyib hazırlamağa məcburdur. Banklar təsərrüfatın kapital tutumlu sahəsidir, belə ki, onlar, eyni zamanda, həm xidmət sahəsinin müəssisələri kimi, həm də ən yeni texnologiyaların iri istehlakçıları kimi çıxış edir. Bankın yuxarıda qeyd edilmiş fəaliyyət məhdudiyətləri bankın marketinq strategiyasının işlənilib hazırlanması zamanı nəzərə alınmalıdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. N.A.Hacıyeva Bank marketinqi. Bakı “Sabah”. 2017
2. Kotler F. Marketinq-menecment. Bakı:İqtisad Universitetinin nəşriyyatı
3. Məhərrəmov A.,Qarayev F., Sarıyev K. Müasir bank sistemi və bankçılıq. Bakı. 2015

#### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА В БАНКАХ**

**Ш.А.Юсибова**

[shalala.yusubova@mail.ru](mailto:shalala.yusubova@mail.ru)

**Т.Т.Юсифова**

[Banu.asif1@gmail.com](mailto:Banu.asif1@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Банки являются капиталоемким сектором экономики, так как являются как предприятиями сферы услуг, так и крупными потребителями новейших технологий. Вышеупомянутые операционные ограничения банка следует учитывать при разработке маркетинговой стратегии банка.

#### **IMPROVEMENT OF ORGANIZATION OF MARKETING SERVICE IN BANKS**

**Sh.A.Yusibova**

[shalala.yusubova@mail.ru](mailto:shalala.yusubova@mail.ru)

**T.T.Yusifova**

[Banu.asif1@gmail.com](mailto:Banu.asif1@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

Banks are a capital-intensive sector of the economy, as they are both service enterprises and large consumers of the latest technologies. The above-mentioned operational limitations of the bank should be taken into account during the development of the bank's marketing strategy.



**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA QIDA TURİZM MƏHSULUNUN İNKİŞAFI  
FUNKSİYASINDA MARKETİNQİN ROLU**

**S.Məmmədova, M.Urkayev**

[seva28245@gmail.com](mailto:seva28245@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Qida hər bir milli iqtisadiyyatda strateji əhəmiyyətə malikdir. Eyni zamanda, o, həm də kəmiyyət və keyfiyyətə qənaətbəxş turizm sənayesi təklifinin yaradılmasında böyük xüsusi üstünlüyə malikdir və görünür ki, Azərbaycan Respublikasının turizm sənayesinin inkişafı üçün şübhəsiz böyük əhəmiyyətə malikdir və bundan sonra da olacaq. Azərbaycan Respublikasının ərzaq bazarı kifayət qədər qeyri-sabitdir. Hazırda tələb və təklif qeyri-sabitliyi, böyük qiymət fərqləri, nəzarətsiz idxal və ixrac və çoxillik hazırlanmış inkişaf siyasətinin olmamasıdır. Belə bir şəraitdə adekvat sistemli tədbirlərin, yəni iqtisadi siyasətə aid olan tədbirlərin tətbiqi zərurəti makro səviyyədə imperativ kimi ortaya çıxır, eyni zamanda ərzaq istehsalının təkrar istehsalı prosesində tək cə formal deyil, real marketinqin həyata keçirilməsi, yekunlaşdırılması, yerləşdirmə isə mikro səviyyədə bir zərurət olaraq ortaya çıxır. Beləliklə, qida turizm marketinqi ixtisaslaşmış qida istehsalçıları və istehlakçılar arasında birləşdirici əlaqə - körpü kimi düşünülə bilər. O, həm fiziki paylama, həm də əmtələrin təsərrüfatdan hərəkətini və mübadiləsini asanlaşdırmaq üçün nəzərdə tutulmuş iqtisadi körpüdür.

Konkret olaraq, qida istehsalı, yekunlaşdırılması və yerləşdirilməsinə yönəldilə bilər:

- Daxili bazar (konkret desək, Azərbaycan Respublikasının);
- İxrac bazarı və
- Turizm bazarı.[1]

Bundan irəli gələn açıq-aydın bir nəticədir ki, Azərbaycan Respublikasında ərzaq istehsalında gəlir artımı da əsasən aşağıdakı yollarla əldə edilə bilər:

1. Ərzaq ixracının artması ilə;
2. Ərzaq idxalının azalması ilə, yəni idxalı əvəz etməklə;
3. Turizm sənayesi agentliyi tərəfindən qeyri-əmtəə məhsullarının ixracının artması ilə.

Birinci halda, əsas maneə ayrı-ayrı ölkələrin aqrobiznes proteksionizmi, həm də ərzaq məhsullarının ixrac marketinqinin əhəmiyyətli dərəcədə çatışmazlığı ilə izah olunur. İkinci halda, ərzaq marketinqinin olmaması da texniki-texnoloji səbəblərdən əlavə məhdudiyət kimi müəyyən edilə bilər, lakin indi milli sərhədlər daxilində, daxili bazarda.[3,s 26]

Məhz buna görə də, turizm sənayesi və aqrobiznes, şübhəsiz ki, Azərbaycan Respublikasının iqtisadi inkişafının prioritet strateji direktivləri olmalıdır, çünki bu iki iqtisadi sahəni iqtisadi canlanmaya əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verəcək, xüsusən də müharibədən sonrakı şəraitdə mühüm rol oynaya biləcək bütün digər fərziyyələr, potensiallara əlavə olaraq mövcuddur. Bu, əsasən həyata keçirilməlidir, çünki bu iki iqtisadi sahə bir-biri ilə sıx bağlıdır və klassik sənaye məhsulu ixracı ilə müqayisədə onların bütövlüyü və onların istehsal yerləşdirmələri - turizm məhsulları vasitəsilə əhəmiyyətli dərəcədə daha böyük təsirlər əldə edilir. Bununla belə, burada uğurlu olmaq üçün Azərbaycan Respublikasının bütün turizm məhsulu tanınır, daha rəqabətqabiliyyətli və getdikcə tələbkar olan beynəlxalq turizm bazarında daha aydın şəkildə yerləşdirmək üçün ilk növbədə turizm sənayesinə əhəmiyyətli marketinq səylərini sərf etmək lazımdır.

Ayrılmaz turizm məhsullarının keyfiyyəti fərdi məhsul hissələrinin keyfiyyət funksiyasıdır. İnsan bununla təqribən bərabər daxili və qarşılıqlı qismən keyfiyyət əldə etməyə can atmalıdır. Məhz, hətta bir qismən aşağı keyfiyyətli məhsul (xüsusilə də qida) turist istehlakçılarının narazılığına təsir göstərə bilər ki, bu da istehlakçıların turizm məhsullarını bütöv şəkildə qavradıqları üçün ümumi inteqrasiya edilmiş turizm məhsulundan avtomatik olaraq narazılıq yarada bilər. Eyni zamanda, həm turizm məhsullarının, həm turizm sənayesinin təklif etdiyi qurumların, həm də onu müşayiət edən hadisə kimi məkənlə əhatə olunmuş mühitin pis imicinin yaradılmasını da nəzərə almaq lazımdır. Beləliklə,

yemək, az da olsa, turist tendensiyalarına gəldikdə motivasiya amili ola bilsə də, turistik məkandan imtina etmək üçün həlledici amil ola bilər.[2,s 16]

Turizm sənayesi və kənd təsərrüfatı, şübhəsiz ki, Azərbaycan Respublikasının iqtisadi inkişafının prioritet strateji direktivləri olmalıdır, çünki mövcud olan bütün digər fərziyyələr, şübhəsiz ki, bu iki iqtisadi sahəni iqtisadi canlanmaya əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verəcək, xüsusən də müharibədən sonrakı dövrdə mühümdür. Bu, hər şeydən əvvəl ona görədir ki, bu iki iqtisadi sahə bir-biri ilə çox sıx bağlıdır və klassik sənaye məhsullarının ixracından əhəmiyyətli dərəcədə böyük effektlər onların bütövlüyü və hasilatı turizm-sənaye məhsullarının yerləşdirilməsi ilə əldə edilir.

Hal-hazırda turizm sənayesinin inkişafı bazar xüsusiyyətlərinin dəyişməsindən tutmuş çoxsaylı məhsul və xidmətlərlə bağlı emal rejiminin dəyişməsinə qədər bir sıra problemlərlə üzləşir. Turizm sənayesindəki həmin struktur dəyişikliyi prosesi cəmiyyətdə baş verən çoxsaylı sosial-iqtisadi, texniki-texnoloji və ekoloji dəyişikliklərdən qaynaqlanır. Buna görə də, turizm sənayesinə qoyulan tələblər, şübhəsiz ki, onun ən uyğun bazar çərçivəsini təmsil edən kompleks qloballaşma proseslərinə turizm sənayesinin daxil olmasının səbəb-ardıcıl səbəbləridir. Belə şəraitdə mehmanxana və turizm sənayesi təklifinin subyektlərinin əsasən texniki-texnoloji xarakter daşıyan, həm ayrılmaz, həm də qismən turizm məhsullarının təşkili və emalı sahəsində dəyişiklikləri nəzərdə tutan uyğunlaşdırılması zəruridir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. World Travel & Tourism Council. The Economic Impact of Travel & Tourism 2014. URL:<http://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%20reports/world2014.pdf> (дата обращения:01.02.2015).
2. Gilmore J., Pine J. The Experience Economy. Boston, 1999.
3. Richards G., Raymond C. Creative Tourism // ATLAS News. 2000. № 23. P. 16–20.
4. Hall C.M. Culinary Tourism and Regional Development: From Slow Food to Slow Tourism? // Tourism Rev. Int. 2006. № 9(4). P. 303–306.

#### **РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ФУНКЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОДУКТА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**С.Маммедова**

[seva28245@gmail.com](mailto:seva28245@gmail.com)

**Азербайджанский технологический университет**

Пищевой продукт туризма следует рассматривать как целостную, т. е. неотделимую единицу материального (товары) и нематериального (услуги) частично из туристских продуктов и частично из туристских квазипродуктов (появляющихся в результате первоначального туристического предложения без результата). Основная идея маркетинга пищевого туризма в производстве продуктов питания, если рассматривать его частично как туристический продукт, то гостю, то есть потребителю туристского продукта, не только предлагают еду и питье как частичное туристический продукт, но и должен удовлетворять его по количеству и качеству.

#### **THE ROLE OF MARKETING IN THE DEVELOPMENT FUNCTION OF THE FOOD TOURISM PRODUCT IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

**S.Mammadova**

[seva28245@gmail.com](mailto:seva28245@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

Tourism food product should be observed as a total, i.e. inseparable, unit of tangible (goods) and intangible (services) partly from tourism products and partly from tourist quasi-products (resulting from initial tourist offer without result). The main idea of the marketing of food tourism in the production of food products, if it is observed partially as tourism products, the guest, that is, the consumer of the tourist product, is not only offered food and drink as a partial tourism product, but also it is supposed to satisfy him in quantity and quality.



## İNSAN RESURSLARI VƏ ONLARIN MOTİVƏEDİCİ AMİLLƏRİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

A.Məmmədova

[aytekin.memmedova555@gmail.com](mailto:aytekin.memmedova555@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

X.İ.Nəsibova

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

İnsan resurslarının səmərəli idarə olunmasında əsas amil motivasiya potensialının formalaşdırılması mexanizmidir. Bu günə qədər çoxsaylı araşdırmalara baxmayaraq, ədəbiyyatda bu məsələnin öyrənilməsinə kifayət qədər diqqət yetirilməmişdir.

Təşkilatın motivasiya potensialı işçiləri yüksək səmərəli işə həvəsləndirmək üçün onların təşviq edilməsi prosesində istifadə olunan təşkilatın mənbələri, imkanları, vasitələri və resurslarıdır.

İşçinin əmək potensialının əsasını təşkil edən əmək motivasiyası onu məqsədyönlü fəaliyyətə sövq edən hərəkətverici qüvvələrin (daxili və xarici) məcmusu kimi müəyyən edilir. İşçinin əmək potensialı istehsal fəaliyyətinə təsir edən fərdin intellektual və fiziki keyfiyyətləridir. Əmək potensialı iki komponentdən, yəni psixofizioloji potensialdan (fərdin qabiliyyətləri, sağlamlığı, dözümlülüyü və iş qabiliyyəti) və və motivasiya potensialından (işə münasibət, ixtisas üzrə iş stajı, peşəkar inkişaf qabiliyyəti) ibarətdir. [1]

Motivasiya potensialı işçinin hansı qabiliyyətləri nə dərəcədə inkişaf etdirəcəyini və iş prosesində istifadə edəcəyini müəyyən edir. Həmçinin, insan resurslarının motivasiya potensialı ətraf mühit şəraitinə adaptasiya olmaq, bu şərtlərə və onların dəyişikliklərinə təsir göstərmək qabiliyyətini müəyyənləşdirir.

Motivasiya potensialının xarakteri müxtəlif fəaliyyətlər üçün ilkin şərtlər yaradır. Aşağı motivasiya potensialı ilə bir işçi təşkilatın məqsədlərindən təcridi və laqeyd bir hal yaşayır. Öz növbəsində, orta motivasiya potensialı, paternalist ehtiyaclar səviyyəsində təşkilatda iştirakın başlanğıcını nəzərdə tutur. Nəhayət, yüksək motivasiya potensialı işçinin təşkilatın məqsədlərinə cəlb edilməsi və identifikasiyasıdır. Yüksək motivasiya potensialına gəldikdə, işçinin iştirakını və fəaliyyətini nəzərə almaq olar. [3]

Müəssisənin insan resurslarının motivasiya potensialını təkmilləşdirmək üçün rəhbərlik aşağıdakıları həyata keçirməlidir:

- əmək fəaliyyətinin motivasiyasını öyrənmək və qiymətləndirmək vəzifəsi üzrə mütəxəssisin ştat cədvəlinə əlavə edilməsi imkanlarını nəzərdən keçirmək;
- kollektiv müqavilədə işçilərin və işəgötürənin hüquq və vəzifələrinin təsvirini yaratmaq.

Motivasiya potensialının müəyyən edilməsi 5 mərhələdə həyata keçirilir: [3]

1. Tabeliyində olanların əmək fəaliyyətinin motivasiyası sualları ilə sorğu vərəqəsinin hazırlanması və onun rəhbərlərinə təklif edilməsi;
2. Təşkilatda üstünlük təşkil edən motivasiya növlərini müəyyən etmək üçün işçilərə testlər təklif edilməsi;
3. Nəticələrin emalı;
4. Nəticələrin ekspertlər tərəfindən qiymətləndirilməsi;
5. Qiymətləndirmə nəticələri və tövsiyələr.

İnsan resurslarının motivasiyası proqramı, ilk növbədə, müəssisənin işçi heyətinin məmnunluğunun artırılmasına yönəldilməlidir. Belə bir proqram hazırlanarkən təşkilatdakı və sənayedəki vəziyyətə müvafiq olaraq motivasiya prinsiplərinin seçilməsi, maddi və qeyri-maddi kompensasiyanın təsviri və əmək haqqı və bonuslar sisteminin inkişafını nəzərə almaq xüsusilə vacibdir. [2]

Müəssisənin səmərəliliyinin artırılması, iqtisadi hesablama ilə təsdiqlənən insan resurslarının motivasiyasının artırılması proqramının həyata keçirilməsinin nəticəsi kimi



xarakterizə edilir: müəssisənin mənfəətinin artması nəticəsində işçilərin maddi baxımdan həvəsləndirilməsi və ödənişlərinin bazası artacaq.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Беляцкий Н.П. Управление персоналом: учебное пособие [Текст] / Н.П. Беляцкий, С.Е. Велесько, П. Ройш. – М.: Экоперспектива, 2012.
2. Иванцевич Дж. Человеческие ресурсы управления. Основы управления персоналом [Текст] / Дж. Иванцевич, А.А. Лобанов. – М.: Дело, 2013.
3. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / А.Я. Кибанов [и др.]. – Москва: Инфра – Москва, 2010. – 524 с.
4. Самыгин С.И. Менеджмент персонала [Текст] / С.И. Самыгин, Л.Д. Столяренко. – М.: Зевс. 2011.

#### **КАДРОВЫЕ РЕСУРСЫ И УЛУЧШЕНИЕ ИХ МОТИВИРУЮЩИХ ФАКТОРОВ**

**А.Мамедова**

[aytekin.memmedova555@gmail.com](mailto:aytekin.memmedova555@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

**Х.И.Насибова**

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

Эффективность предприятия зависит от того, насколько полно оно использует имеющийся потенциал. В статье проводится обзор управления человеческими ресурсами, уточняется понятие мотивационного потенциала, а также показаны механизмы совершенствования мотивационных факторов, способствующих повышению эффективности управления человеческими ресурсами в организации.

#### **HUMAN RESOURCES AND AND IMPROVING THEIR MOTIVATING FACTORS**

**A.Mammadova**

[aytekin.memmedova555@gmail.com](mailto:aytekin.memmedova555@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

**Kh.I.Nasibova**

**Azerbaijan State Agrarian University**

The efficiency of the enterprise depends on how completely it uses the available potential. The article reviews the management of human resources, clarifies the concept of motivational potential, and also shows the mechanisms of improvement of motivational factors that contribute to increasing the efficiency of human resources management in the organization.



## TƏŞKİLATI MƏDƏNİYYƏTİN TƏŞKİLATIN İNNOVASIYA FƏALİYYƏTİNƏ TƏSİRİ

Ş.Y.Əliyeva

[shehla2020@mail.ru](mailto:shehla2020@mail.ru)

Y.İ.Qasımova

[etabdullaeva0@mail.ru](mailto:etabdullaeva0@mail.ru)

### Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Təşkilatın mədəniyyəti işçiləri innovasiyaları işləyib hazırlamağa və həyata keçirməyə həvəsləndirməyə və ya innovasiyalardan kənarlaşmağa sövq edə bilər. İnnovasiya fəaliyyətinin təşkilati mədəniyyətinin dəstəklənməsi dərəcəsi müxtəlif təşkilatlarda mühüm dərəcədə fərqlənir. Heyyətə innovasiya fəaliyyətinə təşkilati mədəniyyətin təsiri onun yeni funksiyalarında həyata keçirilir. Müasir təşkilatlarda innovasiya fəaliyyətinin dəstəklənməsi və həvəsləndirilməsi üçün təşkilati mədəniyyət aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirməlidir:

- innovasiya fəaliyyətini digərində fərqləndirən imicinin formalaşdırılması;
- yeni işə qəbul olunan işçilərin yaradıcılığına istiqamətlənmiş müəyyən sosiologiyalaşma;
- təşkilat üzvlərinin hərəkətlərinin təşkilati məqsədlərə nail olmağa istiqamətlənmə;
- innovasiya fəaliyyətini həvəsləndirən dəyərlərin, davranış qaydaları və normaların dəstəklənməsinin təmin olunması;
- təşkilatın bütün üzvlərinin birliyi, həmrəyliyi hissələrinin inkişafı;
- işçiləri yeniliklərin yaradılması və yayılmasına sövq etmək;
- işçiləri təşkilatın işlərinə cəlb olunmasını gücləndirmək;
- innovasiya təşkilatında məqsəduyğun davranış nümunələrinin formalaşması və nəzarəti.

Təşkilatın imici – onun reputasiyasının tərkib hissələrindən biridir və qeyri-maddi aktivlərin quruluşuna tərkib hissəsi kimi daxildir.

İmic – potensial istehlakçılarda avtoritetini yüksəldən, diqqəti onun ən yaxşı keyfiyyətlərinə yönəldən və məqsədli auditoriyanın gözündə təşkilatın ümumiləşdirilmiş obrazıdır. İnnovasiyalı təşkilatın ən yaxşı keyfiyyəti, dayanıqlı rəqabət üstünlüyünün yaradılmasının yeganə üsulu kimi permanentli innovasiyadır.

Kollektivdə sosiallaşma – işçinin əməyinin daha da yaradıcı və məhsuldar olması üçün vacib addımdır.

Şəxsiyyətin sosiallaşması – şəxsiyyətin ətraf mühitə uyğunlaşması, onun mövcud dəyərləri, davranış prinsipləri və normalarını mənimsəməsi və təşkilati göstərişlərə qeyri-uyğunluğu olduğu halda fərdi göstərişlərin dəyişməsidir.

İnnovasiyalı təşkilatın işçilərinin xarakteristikası (səciyyəsi) aşağıdakılardır:

- dəyərlər: innovasiyalara cəhd etmə, yemliyə həvəs, risk, yaradıcılıq, fəallıq, qarşılıqlı inam, məsuliyyət, açıq kommunikasiyalar səhv etmək hüququ, heyyətin qərarlarının qəbul edilməsində iştirakı, öz irad və davranışını dəyişmək hazırlığı;
- xasiyyət (xarakter) keyfiyyətləri: liderlik, özünə güvənmə, dəyişikliklərə hazır olmaq, çeviklik, müstəqillik, qətiyyətlik, fikir orijinallığı, məqsədə çatmaqlıq, optimizm və s.;
- vərdişlər: informasiya axtarışı, danışıqların aparılması, eşitmək, qulaq asmaq bacarığı, komandada işləmək bacarığı, risk və məsuliyyəti öz üzərinə götürmək, dəyişmək bacarığı;
- biliklər: strateji idarəetmə, dəyişmələrin idarəedilməsi, innovasiyaların idarəedilməsi, marketing, risklərin idarəedilməsi, layihələrin idarə edilməsi və s.

Təşkilata daxil olmuş insanın ilk növbədə öyrənəcəyi və təşkilatın həyat fəaliyyətinin əsas tərəfləri olan dəyər, davranış və normativ xarakteristikası olan təşkilatın missiyası və əsas məqsədləridir. Onlara nail olmaq üçün əlverişli və üstünlük təşkil edən vasitələrdir. İnnovasiyalı təşkilatın dəyərləri aşağıdakılardır:

- komandalı yaradıcılıq;
- kollektivdə əlverişli mühit;
- hər iş yerində yenilik;
- səhvlərin mükafatlandırılması;
- məsuliyyətin artması;
- qarşılıqlı inam;
- şaquli ünsiyyət;
- özünü inkişaf.

Hər bir korporativ mədəniyyət təşkilatda innovasiya fəaliyyətini dəstəkləyir və həvəsləndirir, əməkdaşları müvəffəqiyyətə nail olmağa yönəldir.

Təşkilatın başlıca dəyərləri: tərəfdaşlıq, nəticəlilik, məsuliyyət, yaradıcılıq, cəsarətlilik, açıqlılıq.

Tərəfdaşlıq – komandada işləmək bacarığı, etibarlılıq, köməklik və dəstək verməyə hazır olmaq.

Nəticəlilik – nəticəyə məqsədlənmək, qoyulmuş məqsədlərə nail olmaq.

Məsuliyyət – öz hərəkətlərinin nəticələrinə görə cavab verməyə hazır olmaq.

Cəsarətlilik – ilkin addım etməyə, nəyisə dəyişməyə hazır olmaq, qərarlı olmaq.

Yaradıcılıq – yeni qeyri-standart qərarlar axtarmaq, adilikdən kənar fikir söyləmək qabiliyyəti.

Açıqlıq – öz fikrini söyləmək və digərlərinin fikrinə qulaq asmağa hazır olması intizamlı, kolleqalarına qarşı diqqətli, yeniliklərə açıq olmalı.

Innovasiyaların dəstəklənməsinin mümkün üsullarına aiddir:

- innovasiya fəaliyyətinin vacibliyini, işçilərin risk etmələrini, öz yeni ideyalarının irəliləməsinə mükafatlandırılan müsbət təcrübəsinin nümunələrini yaymaq
- innovasiya fəaliyyəti və innovasiya layihələrində iştirakına görə dəqiq göstərişlər, hansılar ki, işçilərin peşəkar və vəzifə karyeraları üçün iştirakının vacibliyini və zəruriliyini qeyd edir;
- yenilikləri dəstəkləyən mükafatlandırma sistemi;
- təşkilatda yaradıcılıq və yenilikləri həvəsləndirən partisipativ idarəetmə proqramının işlənib hazırlanması;
- səmərələşdirici təkliflərin və ixtiraların verilməsinin səmərəli sisteminin yaradılması;
- heyyyətin fasiləsiz təlimi və təşkilati inkişaf proqramının işlənib hazırlanması.

Müasir milli kompaniyaların təşkilati mədəniyyəti ən çox stordist tipli təşkilatların mədəniyyətinə uyğundur, harada ki, intizam, qayda, icraçılıq, tabeçilik, idarəetmə prosesinə heyyyətin cəlb edilməsinin aşağı səviyyəsi, işçilərin intellektual – təhsil potensialının inkişafı üçün əlverişli şəraitin olmaması, heyyyət və menecment maraqlarının əks olması. Bu cür təşkilatın problemlərini “qeyri çeviklik” kimi xarakterizə etmək olar və hansı ki, uzunmüddətli perspektivdə yaşamaq üçün dayanıqlı rəqabət üstünlükləri yaradıldıqda yaranan problemlərin həllində heyyyətin yüksək motivasiya və fəallığını təmin edə bilmir. Müasir iqtisadi şəraitlər istehlak dəyərlərinin və məhsulun keyfiyyətinin daim təkmilləşdirilməsini onun unikal xüsusiyyətlərini, yeni məhsul istehsalını, istehlakçıların fərdi tələblərinin uçotunu tələb edir. Bunlara permanent innovasiyaları dəstəkləyən yeni təşkilati mədəniyyətin formalaşması olmadan nail olmaq mümkün deyil.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Дорофеева Л.И. Организационная культура: учебное пособие и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л.И. Дорофеева. – Саратов, 2018 – 89 с.: ил. ISBN
2. Лебедев О.Т. Основы менеджмента / О.Т. Лебедев, А.Р. Каньковская. - СПб.: МиМ, 2011. - 192 с.

### **ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Ш.Я.Алиева**

[shela2020@mail.ru](mailto:shela2020@mail.ru)

**Е.И.Касумова**

[etabdullaeva0@mail.ru](mailto:etabdullaeva0@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Степень поддержки организационной культуры инновационной деятельности принципиально различается в разных организациях. Влияние организационной культуры на инновационную активность персонала реализуется в ее новых функциях. Каждая корпоративная культура поддерживает и поощряет инновационную активность в организации, направляет сотрудников на достижение успеха.

### **THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON THE INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ORGANIZATION**

**Sh.Y.Aliyeva**

[shela2020@mail.ru](mailto:shela2020@mail.ru)

**Y.I.Gasimova**

[etabdullaeva0@mail.ru](mailto:etabdullaeva0@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

The degree of support for the organizational culture of innovation activity differs fundamentally in different organizations. The influence of organizational culture on the innovative operations of personnel is realized in its new functions. Each corporate culture supports and encourages innovative activity in the organization, directs employees to achieve success.



**MÜASİR FƏALİYYƏTİ ŞƏRAİTİNDƏ YÜNGÜL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ  
RİSKLƏRİN İDARƏETMƏ SİSTEMİNİN FORMALAŞDIRILMASI VƏ İNKİŞAFI**

**Y.İ.Qasımova**

[etabdullaeva0@mail.ru](mailto:etabdullaeva0@mail.ru)

**Ş.Y.Əliyeva**

[shehla2020@mail.ru](mailto:shehla2020@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Yüngül sənaye əhalinin qeyri qida məhsullarına olan ilkin tələbatlarını ödəyən əmtəələrin istehsalında ixtisaslaşan ən vacib sahələrdəndir. Bu sahənin başlıca vəzifəsi əhalinin bütün təbəqələrinin artan tələbatını ödəməkdən ibarətdir. Yüngül sənayeye əhalini istehlak malları ilə təmin edən bir çox istehsal sahələri aiddir. Dünyanın bir çox ölkələrində yüngül sənayenin inkişafına çox diqqət ayrılır çünki, əmək qabiliyyətli əhalinin məşğulluğunu təmin etdiyindən bu sahənin böyük sosial-iqtisadi əhəmiyyəti vardır (əsasən də qadınların, bu sahədə çalışanların 80%-i qadınlardır). Bu sahənin vacibliyi bir də onunla şərtlənir ki, o insanların sağlamlığına, ölkənin müdafiə qabiliyyətinə də təsir edir və istehlak səviyyəsinə görə ərzaq məhsullarından sonra ikinci yerdə durur.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanda yüngül sənayeni inkişaf etdirmək üçün kifayət qədər potensial var. Ölkədə sahənin xammal bazasını yaratmaq pambıq istehsal etmək üçün lazımi şərait var. Burada kifayət qədər əmək resursları da mövcuddur.

Yüngül sənayeni böhran vəziyyətindən çıxarmaq üçün aşağıdakı məsələləri həll etmək lazımdır: yüngül sənaye müəssisələrinin texniki təminatını yaxşılaşdırmaq, daxili bazarı xarici ekspansiyadan müdafiə etmək, müəssisələri maliyyə baxımından sağlamaqlaşdırmaq. Yüngül sənaye sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrin çoxunda menecment zəifdir.

Yüngül sənaye sahələrinin dayanıqlı inkişafını təmin etmək və yüngül sənaye məhsulları bazarının sağlamaqlaşdırılması üçün vacib məsələlərdən biri də sahə müəssisələrinin bütövlükdə idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi, o cümlədən, risklərin idarə edilməsi sisteminin formalaşdırılması və təkmilləşdirilməsidir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində yüngül sənaye müəssisələri fəal sahibkarlıq mövqeyində işləməlidirlər. Bu zaman məqsədi səmərəli işləmək və mənfəət əldə etmək olan hər bir müəssisə üçün xarici və daxili mühit amillərinə uyğunlaşmaq, istənilən mənfəi təsire tez və müvəffəqiyyətlə cavab vermək bacarığının olması vacibdir. Yüngül sənaye sahəsində yaranmış vəziyyətin qiymətləndirilməsi bir sıra problemlərin olmasını aşkar etdi. Bu problemlərə: əsas vəsaitlərin köhnəlməsini, ixtisaslı kadrların çatışmamasını, sahənin investisiya baxımından cəlbedici olmamasını və kredit resurslarına çıxışın zəif olmasını, bazarlarda qeyri müəyyənlik şəraitinin olmasını aid etmək olar. Bütün bunlar yüngül sənaye müəssisələrində risklərin idarə edilməsi sisteminin tətbiqinə zərurətin olduğunu göstərir.

Beləliklə, vəziyyəti sabitləşdirmək və böhranı azaltmaq üçün risklərin idarə edilməsini həyata keçirmək lazımdır. Risklərin idarə edilməsinin funksiyalarını yerinə yetirmək üçün xeyli təşkilatçılıq səyləri, vaxt sərfi və digər resursların xərclənməsi tələb olunur. Əməliyyatın planlaşdırılması və ya layihələşdirilməsi mərhələsində riskin azaldılması əlavə elementlərin və tədbirlərin daxil edilməsi vasitəsi ilə mümkündür. Qərar qəbul edilən mərhələdə qərarın səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin müvafiq meyarlarından istifadə edərək riski azaltmaq mümkündür. Əməliyyatları yerinə yetirərkən istismar rejiminə ciddi riayət və nəzarət edərək riskdən qaçmaq mümkündür. Hər bir istiqamət çərçivəsində görülən tədbirlərdən alınan səmərənin çəkilən xərclərə nisbəti müxtəlif olacaq. Görülən tədbirlər xərclərlə bağlı olduğundan sistem daha mürəkkəb olduqda xərclərin artırılması tələb olunur. Ona görə də müəyyən şəraitdə



risklərin qarşısının alınmasına vəsait xərcləməkdənsə, yaranan ziyanın ödənməsinə xərcləmək iqtisadi baxımdan daha məqsədəuyğun ola bilər.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. <http://www.stat.gov.az>
2. [www.customs.gov.az](http://www.customs.gov.az)
3. Rıxtikova N.A. Təşkilatın risklərinin təhlili və idarə edilməsi 2-ci nəşr M.: FORUM, 2012. 240 s.

### **ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Е.И.Касумова**

[etabdullaeva0@mail.ru](mailto:etabdullaeva0@mail.ru)

**Ш.Я.Алиева**

[shehla2020@mail.ru](mailto:shehla2020@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В условиях ускоренной интеграции Азербайджанской экономики в мировую хозяйственную систему все отрасли экономики страны, в том числе и легкая промышленность, функционируют в условиях турбулентности и неопределенности, подвержены внутренним и внешним угрозам. В этих условиях, чтобы обеспечить устойчивое развитие легкой промышленности, одним из важных задач является формирование и совершенствование системы управления рисками. Это позволит достичь более высоких результатов в работе предприятий легкой промышленности, будет способствовать повышению их конкурентоспособности на внутренних и внешних рынках. В статье анализируется современное состояние легкой промышленности Азербайджанской Республики, выявлены достижения и недостатки, одним из которых является слабый менеджмент. Для обеспечения устойчивого развития предприятий легкой промышленности предложено совершенствование их системы управления, в том числе формирование и совершенствование системы управления рисками.

### **FORMATION AND DEVELOPMENT OF RISK MANAGEMENT SYSTEM AT LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS OF ACTIVITY**

**Y.I.Gasimova**

[etabdullaeva0@mail.ru](mailto:etabdullaeva0@mail.ru)

**Sh.Y.Aliyeva**

[shehla2020@mail.ru](mailto:shehla2020@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

In the conditions of accelerated integration of the Azerbaijani economy into the world economic system, all sectors of the country's economy, including light industry, operate under conditions of turbulence and uncertainty, are subject to internal and external threats. In these conditions, in order to ensure the sustainable development of light industry, one of the important tasks is the formation and improvement of the risk management system. This achieves will higher results in the work of light industry enterprises, will help to increase their competitiveness in domestic and foreign markets. The article analyzes the current state of light industry of the Republic of Azerbaijan, identified achievements and shortcomings, one of which is weak management. To ensure sustainable development of light industry enterprises, it is proposed to improve their management system, including the formation and improvement of the risk management system.



## AZƏRBAYCAN KORPORATİV ŞİRKƏTLƏRİNDƏ MALİYYƏ TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ

Q.İ.Salmanov

[gabil.salmanov.96@mail.ru](mailto:gabil.salmanov.96@mail.ru)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Böhrandan sonrakı dövrdə müəssisələr fəaliyyət göstərərəkən xüsusi diqqət tələb edən yeni problemlərlə üzləşməyə başladılar. Bu problemlər şansa buraxılırsa, o zaman rəhbərlik müəssisəni müflisləşməyə qədər idarə etmək imkanlarını itirə bilər, nəticədə müəssisənin ləğvi mümkündür.

Müəssisənin fəaliyyətində mümkün vəziyyətlərin qarşısını almaq üçün onun maliyyə təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələrin səmərəliliyi daha çox onun maliyyə vəziyyəti ilə bağlıdır ki, bu da xüsusilə qeyri-sabitlik şəraitində maliyyə təhlükəsizliyinin təmin edilməsi problemlərinin nəzərdən keçirilməsi zərurətinə səbəb olur. Maliyyə təhlükəsizliyi sistemi şirkətə özünü həm xarici, həm də daxili təhlükələrdən qorumağa imkan verəcək.

Maliyyə-analitik mərkəzinin ensiklopediyasında maliyyə təhlükəsizliyi mikro səviyyədə korporativ strukturların, sahibkarlıq subyektlərinin maliyyə fəaliyyətinin mühafizəsi üçün tədbirlər, üsul və vasitələr kompleksini özündə birləşdirən anlayış kimi şərh olunur. [1]

İqtisadi təhlükəsizliyə nail olmaq üçün amillərdən biri müəssisənin maliyyə müstəqilliyini və dayanıqlığını təmin etməkdir. İqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsində əsas amil iqtisadi subyektin gəlirliliyi, likvidliyi və riski arasında maliyyə balansıdır yeni maliyyə təhlükəsizliyi müəssisənin iqtisadi təhlükəsizliyini təmin edən əsas komponentdir.

Müasir iqtisadiyyatda maliyyə komponentinin tutduğu dominant mövqeyi nəzərə alaraq, sonuncunu əsasən maliyyə, maliyyə mexanizmləri vasitəsilə, maliyyə rıçaqları, maliyyə stimulları və maliyyə məqsədləri üçün idarə olunan bir iqtisadiyyat kimi xarakterizə etmək olar.

Müəssisənin maliyyə təhlükəsizliyinin əsas şərti müəssisəyə maliyyə ziyanı vurmağa çalışan və ya kapital strukturunun dəyişdirilməsi və ya müəssisənin məcburi ləğv edilməsi arzuolunmaz olan mövcud və yaranan təhlükə və təhdidlərə tab gətirmək qabiliyyətidir. [2]

Müəssisənin maliyyə təminatını müəssisənin maliyyə vəziyyətinin kəmiyyət və keyfiyyətə müəyyən edilmiş səviyyəsi baxımından nəzərdən keçirir, onun prioritet balanslaşdırılmış maliyyə maraqlarının müəyyən edilmiş maliyyə təminatından sabit qorunmasını təmin edir. Parametrləri onun maliyyə fəlsəfəsi əsasında müəyyən edilən və cari və gələcək dövrlərdə onun davamlı inkişafı üçün maliyyə dəstəyi üçün zəruri ilkin şərait yaradan xarici və daxili xarakterli real və potensial təhlükələr. [2]

Müəssisənin maliyyə təhlükəsizliyi onların davamlı inkişafının təmin edilməsi baxımından nəzərə alınmalıdır ki, bu da sosial-iqtisadi sistemin sonrakı təkmilləşməsinə töhfə verir və xarici və daxili təhdidlərin müəyyən edilməsi və onlara qarşı mübarizədə effektiv mexanizmə malikdir. Yeni deyə bilərik ki, müəssisələrin maliyyə təminatının mahiyyəti onların sabit fəaliyyət göstərməsindən və bütün təsərrüfat fəaliyyəti boyu

xarici mühitin mənfi təsirindən qorunmasından keçir. Beləliklə, müəssisələrin maliyyə təhlükəsizliyi konsepsiyası aşağıdakıları təmin etməyi nəzərdə tutur: yüksək səviyyədə maliyyə özünü təmin etmək, onların müstəqilliyi, sabitliyi və davamlılığı, innovativ strategiyalar əsasında inkişaf etmək qabiliyyətidir.

Şirkətlər üçün maliyyə təhlükəsizliyi strategiyasının hazırlanması inkişaf strategiyasının bir hissəsidir ki, onun vasitəsilə onun rəhbərləri kommersiya sirri təşkil edən ən vacib iki vəzifəni həll edirlər:

1) məhsulların təşviqi üçün yeni metodların inkişafı və (və ya) mövcud metodların modernləşdirilməsi. müxtəlif risk növlərinin balanslaşdırılmış bölüşdürülməsi və onların ödənilməsi yolları, optimal korporativ kapital strukturunun axtarışı nəzərə alınmaqla pul vəsaitlərinin və pul vəsaitlərinin ekvivalentlərinin qəbulunu və bölüşdürülməsini optimallaşdırmağa imkan verən əmtəə və maliyyə bazarlarında xidmətlər;

2) yüksək dərəcədə qeyri-müəyyənlik və artan risk ilə xarakterizə olunan bazar mühitində maliyyə idarəetməsinin qurulması. Bir şirkətin maliyyə təhlükəsizliyinin təmin edilməsi probleminin həllində ən vacib cəhət ümumi qəbul edilmiş əmsallara əsaslanan kapitalın optimal strukturunun qurulmasıdır ki, bu da şirkətin borclarının idarə edilməsini və əlavə maliyyə resurslarının cəlb edilməsi üsullarını optimallaşdırmağa imkan verir.

Fikrimizcə, müəssisənin maliyyə təminatına ayrıca idarəetmə obyektini kimi baxılmalıdır, çünki təsərrüfat subyektinin həyatı birbaşa onun maliyyə vəziyyətindən asılıdır. Maliyyə təhlili əsasında onlar tək-cari fəaliyyət prosesinin operativ idarə edilməsini həyata keçirmir, həm də aktivlərin və kapitalın, gəlir və xərclərin, mənfəətin və rentabelliğin formalaşması və tənzimlənməsi ilə bağlı müəyyən işgüzar əməliyyatların maliyyə nəticələrini, istehsalı və satışı proqnozlaşdırırlar. Buna görə də, müəssisənin maliyyə vəziyyətini müəyyən etməklə, onun tələb olunan maliyyə təminatı səviyyəsinə nail olmaq onun idarə edilməsi üçün əsas vəzifədir.

Müəssisənin qısamüddətli öhdəliklərini cari aktivlər hesabına vaxtında və tam həcmdə yerinə yetirmək qabiliyyətini qiymətləndirmək üçün likvidlik (ödəmə qabiliyyəti) göstəricilərindən istifadə olunur. Ödəmə qabiliyyəti bilavasitə kommersiya əməliyyatlarının forma və şərtlərinə, habelə kredit və borc vəsaitlərinin alınması imkanlarına təsir göstərir.

Sənaye mənsubiyyətindən, miqyasından və inkişaf mərhələsindən asılı olmayaraq müəssisənin maliyyə təminatının azalmasına bilavasitə təsir edən şirkətin maliyyə vəziyyətindəki problemlərdən biri də vəsait çatışmazlığı ola bilər. [3] Məhz buna görə də, fikrimizcə, likvidlik göstəricilərinin qiymətləndirilməsi müəssisənin maliyyə təminatının qiymətləndirilməsi sistemində əsas rollardan birini oynayır.

Müəssisənin maliyyə təminatının qiymətləndirilməsi üsullarının işlənilməsi hazırlanması böyük metodoloji əhəmiyyət kəsb edir. Bu onunla izah olunur ki, müəssisə rəhbərliyi müəssisənin həm cari fəaliyyətini, həm də perspektiv inkişafını xarakterizə edən məlumatlara malik olmalıdır. Müəssisənin rəhbərliyi ilə yanaşı, təhlil edilən müəssisənin mühitini təşkil edən müxtəlif təsərrüfat subyektləri belə məlumatlarla maraqlanırlar. Təbii ki, maliyyə vəziyyəti qeyri-qənaətbəxş, buna görə də maliyyə təminatı qeyri-qənaətbəxş olan müflis müəssisənin investisiya layihələrinə və kreditləşdirməyə arxalanması praktiki olaraq mümkün deyil. Buna görə də müəssisənin

maliyyə təminatının idarə edilməsində mühüm element onun səviyyəsinin obyektiv və vaxtında müəyyən edilməsidir.

Müəssisənin maliyyə təminatı səviyyəsinin qiymətləndirilməsi məsələsi mübahisəlidir. Bu, ilk növbədə, müəssisənin maliyyə təminatının qiymətləndirilməsi meyarlarının, onu xarakterizə edən göstəricilər (göstəricilər) sisteminə və maliyyə təhlükəsizliyinin səviyyəsinin müəyyən edilməsinə metodoloji yanaşmaların seçilməsinə aiddir.

Müəssisənin maliyyə təhlükəsizliyinin ən mühüm amillərindən biri likvidliyin təmin edilməsidir, çünki müəssisənin həm indiki zamanda, həm də gələcəkdə yaşamasına imkan verən sərbəst maliyyə resurslarının olmasıdır.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Blank İ.A. Müəssisənin maliyyə təminatının idarə edilməsi / İ.A. forma. - K.: Elga, Nika-Mərkəz, 2004. - 784 s.
2. Vasina A.A. Maliyyə diaqnostikası və layihənin qiymətləndirilməsi. - Sankt-Peterburq: Peter, 2004. - 448 s.
3. Papexin R.S. Müəssisənin maliyyə sabitliyi və təhlükəsizliyinin amilləri. / R.S. Papexin: müəllifin xülasəsi. dis. [sağlamlıq haqqında. Elmlər. stupalar cand. s. Elmlər]. - Volqoqrad, 2007. - 21 s.
4. İqtisadi təhlükəsizlik: dərslik. iqtisadiyyat və idarəetmə ixtisaslarında təhsil alan ali məktəblərin tələbələri üçün dərs vəsaiti. / V.A. Boqomolov və başqaları; red. V.A. Boqomolov. - 2-cinəşr, yenidən işlənmiş 2009. — 295 s.

### **ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОМПАНИЙ**

**Г.И.Салманов**

[gabil.salmanov.96@mail.ru](mailto:gabil.salmanov.96@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В посткризисный период предприятия стали сталкиваться с новыми проблемами, требующими особого внимания при работе. Если оставить эти проблемы на волю случая, то руководство может потерять способность управлять предприятием вплоть до банкротства, что приведет к ликвидации предприятия.

В целях предупреждения возможных ситуаций в деятельности предприятия особое внимание следует уделить обеспечению его финансовой безопасности.

### **PROBLEMS OF FINANCIAL SECURITY MANAGEMENT IN AZERBAIJAN CORPORATE COMPANIES**

**G.I.Salmanov**

[gabil.salmanov.96@mail.ru](mailto:gabil.salmanov.96@mail.ru)

[Azerbaijan Technological University](#)

In the post-crisis period, enterprises began to face new problems that require special attention while operating. If these problems are left to chance, then management may lose the ability to manage the enterprise to the point of bankruptcy, resulting in liquidation of the enterprise.

In order to prevent possible situations in the operation of the enterprise, special attention should be paid to ensuring its financial security.



## **ЦИФРОВОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

**З.Б.Годжаева**

[zgojayeva@yahoo.com](mailto:zgojayeva@yahoo.com)

### **Азербайджанский Технологический Университет**

Цифровое предпринимательство - это создание и развитие бизнеса, используя цифровые технологии и инновации. Цифровое предпринимательство включает в себя создание и продвижение сайтов, приложений, онлайн-магазинов, платформ и других цифровых продуктов и услуг.

Цифровое предпринимательство относится к предпринимательской деятельности с использованием технологических платформ и другое оборудование для передачи информации. [3] Оно расширяет традиционное понятие предпринимательства и включает в себя набор участников, которые постоянно развиваются и весьма разнообразны. Следовательно, цифровое предпринимательство может подпадать под многие категории бизнеса, такие как маркетинг, продажи, продукты, распространение, управление заинтересованными сторонами и эксплуатация. Одной из важных особенностей является то, что цифровые предприниматели полагаются на цифровые медиа-инструменты и информационные технологии в своей предпринимательской деятельности. На практическом уровне цифровое предпринимательство открывает новые возможности, начиная от высоких технологий, включая технологических предпринимателей, таких как Топе Авутона, основатель Calendly, до тех, которые может понять любой, кто обладает базовыми навыками предпринимательства, такими как поиск новые клиенты в Интернете, прототипирование новых бизнес-идей, и улучшение бизнес-идей на основе данных. Таким образом, цифровые предприниматели охватывают широкий круг людей, от руководителей технологических гигантов до трейдеров, занимающихся электронной коммерцией.

Считается, что цифровые предприниматели будут играть жизненно важную роль в экономических и социальных преобразованиях, особенно после пандемии COVID-19. Это связано с тем, что цифровые предприниматели обладают способностью справляться с трудностями бизнеса с помощью цифровых инструментов и инноваций для поддержания роста. Например, сразу после вспышки COVID-19 в Китае, когда магазины были вынуждены закрыться, продавцы из самых разных отраслей обратились к TaobaoLive, онлайн-платформе для прямых трансляций в Китае, чтобы связаться со своими покупателями в Интернете для поддержания продаж. Пандемия ускорила цифровую трансформацию почти во всех секторах, и некоторые изменения в поведении потребителей, вероятно, сохранятся. Например, цифровые услуги, которые люди использовали во время пандемии, такие как онлайн-рынки, безналичные платежи, бесконтактная доставка и прямые трансляции, стали повсеместными. [4]

Цифровое предпринимательство также открывает больше возможностей для трудоустройства для различных групп. Это достигается не только за счет передовых технологий, таких как искусственный интеллект, чат-боты, голосовой поиск, дополненная и виртуальная реальность, но и за счет электронной коммерции, которая значительно снижает затраты человека на то, чтобы стать предпринимателем. Электронная коммерция относится к покупке и продаже продуктов питания и услуг или переводу средств или данных через Интернет. Широкое использование платформ электронной коммерции, таких как Amazon, eBay, Alibaba и Shein, способствовало значительному росту онлайн-торговли. В среднем доля онлайн в общих расходах выросла с 10,3% в 2019 году до 12,2% в 2021 году. [2]



Электронная торговля может преодолеть рыночные барьеры и создать возможности для предпринимательства за счет уменьшения асимметрии информации и повышения экономической эффективности, особенно в развивающихся странах. В Китае, одном из крупнейших и наиболее быстрорастущих рынков электронной коммерции в мире, более 5% всех рабочих мест приходится на электронную коммерцию. Низовые предприниматели в сельских районах Китая процветают благодаря платформам электронной коммерции. Вьетнамское правительство активно помогает этническим меньшинствам и женщинам из отдаленных и горных районов посредством электронной коммерции. Цифровые решения используются для поддержки предпринимателей и фермеров в рекламе своей продукции и поиске клиентов за пределами их населенных пунктов. Предприниматели также проходят обучение, которое охватывает многие важные навыки, от разработки продукта и сертификации до управления контрактами, маркетинговые исследования и маркетинговые стратегии. Однако для продвижения цифрового предпринимательства необходимо увеличить инвестиции в базовую цифровую инфраструктуру, а также необходимо специальное обучение цифровой грамотности для поддержки маргинализированных в цифровом отношении групп.

Одним из главных преимуществ цифрового предпринимательства является возможность быстрого и недорогого запуска бизнеса. Сравнительно низкие затраты на инфраструктуру и оборудование, а также меньшая необходимость в физических ресурсах и сотрудниках делают цифровой бизнес доступным для широкой аудитории. Кроме того, цифровые технологии облегчают и автоматизируют многие бизнес-процессы, что позволяет сократить затраты на персонал и увеличить производительность.

Однако, чтобы успешно создавать и развивать цифровой бизнес, необходимы специфические навыки. Важно понимать, как использовать технологии и инновации для улучшения бизнес-процессов, как разрабатывать и продвигать цифровые продукты и услуги, а также уметь эффективно управлять командой и финансами. Это требует знаний в области маркетинга, разработки программного обеспечения, управления проектами и финансового планирования.

Другим важным аспектом цифрового предпринимательства является умение адаптироваться к быстро меняющейся технологической среде. Цифровой рынок постоянно развивается и изменяется, и успешные цифровые предприниматели должны быть готовы к изменениям и уметь быстро реагировать на новые тренды и возможности.

Одной из ключевых стратегий для успешного цифрового предпринимательства является использование данных. С помощью анализа данных предприниматели могут получить ценные знания о своих клиентах, рынке и конкурентах, что позволяет улучшить бизнес-процессы и принимать обоснованные решения. Для этого необходимы знания в области аналитики данных и умение работать с соответствующими инструментами.

Однако, существует и ряд вызовов и рисков, связанных с цифровым предпринимательством. Кибербезопасность является одной из важных проблем, с которыми сталкиваются цифровые бизнесы. Отсутствие соответствующих мер безопасности может привести к краже личных данных клиентов, потере доверия и репутации бизнеса. Кроме того, цифровые предприниматели должны быть готовы к конкуренции на рынке. Существует множество других цифровых бизнесов, которые могут предлагать аналогичные продукты и услуги, поэтому важно иметь конкурентное преимущество и уникальное предложение. В целом, цифровое

предпринимательство предоставляет широкий спектр возможностей для тех, кто хочет создавать свой бизнес в цифровой экономике. Однако, для успешного создания и развития цифрового бизнеса необходимо обладать соответствующими знаниями и навыками, быть готовым к изменениям и конкуренции, а также иметь правильную стратегию и использовать данные для принятия обоснованных решений.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Joel Alcedo, Alberto Cavallo, Bricklin Dwyer, Prachi Mishra, and Antonio Spilimbergo, Pandemic's E-commerce Surge Proves Less Persistent, More Varied, IMFblog, (2022).
2. Joshua Antonizzi and Hanlie Smuts, The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review, Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology. (2020).
3. Lorraine Charles, Shuting Xia and Adam P. Coutts. Digitalization and Employment:A Review. International Labour Organization. 2022

#### **RƏQƏMSAL SAHİBKARLIQ**

**Z.B.Qocayeva**

[zgojayeva@yahoo.com](mailto:zgojayeva@yahoo.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Rəqəmsal sahibkarlıq, xüsusən də texnologiyadan artan asılılıq və rəqəmsal iqtisadiyyatın global inkişafı fonunda dünyada getdikcə populyarlaşır. Bu o deməkdir ki, getdikcə daha çox insan öz biznesini texnoloji innovasiyalar vasitəsilə yaratmaq istəyir. Bu tezisdə rəqəmsal sahibkarlığın nə olduğu, onun hansı faydaları verə biləcəyi və rəqəmsal biznesi uğurla yaratmaq və inkişaf etdirmək üçün hansı bacarıqların tələb olunduğu haqqında məlumat verilir.

#### **DIGITAL ENTREPRENEURSHIP**

**Z.B.Gojayeva**

[zgojayeva@yahoo.com](mailto:zgojayeva@yahoo.com)

**Azerbaijan Technological University**

Digital entrepreneurship is becoming more and more popular around the world, especially amid growing dependence on technology and the global development of the digital economy. This means that more and more people want to create their business through technological innovation. This thesis explains what digital entrepreneurship is, what benefits it can provide, and what skills are required to successfully create and grow a digital business.



## **MÜƏSSİSƏNİN QIYMƏT STRATEGİYASININ FORMALAŞDIRILMASI**

**T.M.Xəlilov**

[tahirxalilov@icloud.com](mailto:tahirxalilov@icloud.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Məhsulun və ya xidmətin qiymətinin müəyyən edilməsi ilə bağlı qərarların effektivliyi ilk növbədə qiymət amilləri sisteminin, o cümlədən bazar xüsusiyyətlərinin (müəssisələrin bazarda təmərküzləşmə dərəcəsi; bazara giriş) qurulması əsasında qiymətin müəyyən edilməsinə yanaşmadan asılıdır. Əsas qiymət təyinediciləri kimi daxili və ya xarici (bazar) amillərin seçilməsinə yanaşmalar bazarın inkişafı ilə bağlı zamanla dəyişmişdir.

Qiymətin müəyyən edilməsində maya dəyəri yanaşmasını tətbiq edərkən şirkət öz daxili şərtlərinə əsaslanmışdır. Bu zaman qiymət siyasəti xərclərin uçotunu və onların əsasında qiymətlərin formalaşmasını nəzərdə tuturdu. Satışı stimullaşdırmaq üçün məhsulların satışı prosesində müxtəlif endirimlər verilə bilsə də, qiymət prinsipi dəyişməz qaldı. Sonradan qiymət siyasəti qiymət və məhsulun keyfiyyətinin optimal nisbətindən axtarışına əsaslanmağa başladı. Bu zaman qiymət siyasətində yuxarı (tələb üzrə) və aşağı (xərclər üzrə) qiymət limitləri hesablanarkən təkcə daxili deyil, həm də xarici amillər nəzərə alınmalıdır. Eyni zamanda, bu nisbət heç də həmişə qiymətin aşağı düşməsi hesabına optimal olmur, yəni məhsulların rəqabət qabiliyyəti xərclərin azaldılması hesabına deyil, qiymətin artırılmasına yönəlmiş düşünülmüş tədbirlər sistemi nəticəsində təmin edilə bilər. İlk növbədə məhsulun faydalılığının və onun istehlak şərtlərinin qiymətləndirilməsi gəlir. Fərdi (müşəridən- müştəri, istehlakçı) qiymətlərin mövqeləri güclənir, yəni marketing yönümlülüyündən məhsula müştəri yönümlülüyünə keçid var. Qiymətlər getdikcə daha çox istehlakçının məhsulun subyektiv qavrayışını nəzərə alır. Bu baxımdan məhsul və ya xidmətin “qiymət imicinin” yaradılması böyük əhəmiyyət kəsb edir.[4]

Müəssisənin qiymət siyasətinin və strategiyasının hazırlanması prosesi aşağıdakı ardıcıl mərhələlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur:

- Məqsədlərin müəyyən edilməsi və qiymət məqsədlərinin hazırlanması;
- Qiymət siyasətinin həlli və alternativlərinin axtarışı;
- Qiymət məlumatlarının əlaqələndirilməsi və ümumiləşdirilməsi;
- Məhsulların qiymətinin müəyyən edilməsi, onların icrası və nəzarəti üzrə qərarların qəbul edilməsi.

Yeni məhsulun bazara çıxarılmasına hazırlıq prosesi əhəmiyyətli maliyyə resursları xərcləri, külli miqdarda maliyyə hesablamaları, bazar araşdırmaları və uzunmüddətli strateji planların işlənilməsi hazırlanmasına və perspektivlərin təhlilinə yönəlmiş iqtisadi proqnozlarla əlaqələndirilir.

Eyni zamanda, müəssisənin təklifinin innovasiya dərəcəsini də nəzərə almaq lazımdır. Sənayedən, rəqabətin səviyyəsindən və elmi-texniki tərəqqinin tempindən asılı olaraq müəssisə aşağıdakı strategiyalardan birini tətbiq edir: “süzülmə”, “ardıcıl süzülmə”, “penetrasiya”, “aşağı giriş qiymətlər”.[2]

Bu strategiya daha yüksək qısamüddətli mənfəət əldə etməyə və elmi-tədqiqat və inkişaf xərclərini tez qaytarmağa imkan verir, lakin istehsal gücünün genişləndirilməsinə imkan vermir. “Nüfuz” strategiyası aşağı qiymətlər vasitəsilə daha sürətli bazar potensialına imkan verir, lakin bu strategiyadan səmərəli istifadə etmək və qiymətlərin daha da artması imkanından istifadə etmək üçün geniş bazar əhatəsi və innovasiyaların yüksək dərəcədə yayılması tələb olunur.

“Nüfuz” strategiyası “süzülmə” strategiyasından daha az risklidir, çünki aşağı qiymət alıcının imtina etmə şansının aşağı olması ilə əlaqələndirilir və o, yüksək satış həcminə nail olmaq və satış həcmi və xərclərin azaldılması hesabına vahid başına mənfəəti artırmaq imkanı verir. Bu strategiya qismən istehlak məhsulu yeniliklərinə və radikal yeniliklərə aiddir.

Həm “ardıcıl süzülmə” strategiyası, həm də “penetrasiya” strategiyası ilkin olaraq müəyyən edilmiş qiymətlərin tədricən dəyişməsinə nəzərdə tutur. “Aşağı giriş qiyməti” strategiyası rəqiblərin bazara daxil olmasına mane olur ki, bu da şirkətə bazarda lider mövqe tutmağa vaxt verir, çünki onun istehsal həcmi artırmağa vaxtı var (əyri effekti təcrübə). Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, bu strategiyadan istifadə yalnız o halda əsaslandırıla bilər ki, bu strategiyadan malların satışı üçün böyük ərazidə uzun müddət istifadə olunması hesabına istehsal xərclərinə qənaət olsun.

Yeni məhsullar üçün mümkün strategiya seçimi kifayət qədər məhduddur, mövcud məhsullar üçün isə strateji qiymət qərarları üçün seçimlər müxtəlif ola bilər. Eyni zamanda, müəssisə bazarın dəyişən ehtiyaclarına uyğunlaşmaq üçün mövcud resurslardan istifadə etməli və konkret ərazi üçün optimal qiymət təklifi hazırlamalıdır.[1]

Belə qərarlar müəssisənin və rəqiblərin bazar qiymətlərinin monitorinqinə, eləcə də digər bazar məlumatlarına (məhsul, istehlakçıların üstünlükləri, bazar meylləri və s.) əsaslanır. Yerləşdirmə xəritələri, Boston Consulting Group matrisi (BCG matrix) bu halda faydalı alətlər kimi xidmət edə bilər. Onlar məhsul təklifinizi zamanla dəyişən bazar ehtiyaclarına daha yaxşı uyğunlaşdırmağa kömək edən məlumatlı qərarlar qəbul etməyə kömək edir.[3]

Fərqli yanaşma, vahid qiymətdən deyil, xərclərdəki fərqləri nəzərə almadan, bazar şəraitindən (istehlakçıların, malların, yerliliyin fərqlərindən) asılı olaraq fərqlənən qiymət dəyişiklikləri sistemindən istifadə etməkdir. Beləliklə, differensiallaşdırılmış yanaşma təkcə daxili amilləri (çəşiddəki fərqlər, məhsulun modifikasiyası) deyil, həm də xarici şərtlərdəki fərqi (xərclər və tələbatdakı coğrafi fərqlər, müxtəlif bazar segmentlərində tələbin intensivliyi, məhsulun istehsal olunduğu vaxta qədər) nəzərə almağa imkan verir.

**Nəticə.** Beləliklə, müəssisənin qiymət strategiyasının effektivliyinin qiymətləndirilməsi qiymət strategiyasını seçərkən qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olub-olmamasından asılı olaraq aparılmalıdır. Bildiyiniz kimi, məqsədlər konkret, ölçülə bilən, əldə edilə bilən, real, vaxtında müəyyən edilmiş olmalıdır. Qiymət strategiyasının və ümumiyyətlə qiymət siyasətinin effektivliyini qiymətləndirmək üçün, konkret ölçülə bilən göstəricilərdə, məsələn, istifadə zamanı satışların artımında ifadə olunan məqsədlərin qoyulması ilə xarakterizə olunan məqsədlərin ölçülə bilməsi vacibdir. Qiymət strategiyasının tərkib hissəsi kimi istifadə olunan qiymət strategiyasının effektivliyinin qiymətləndirilməsinin nəticələrinə təsir edən və şirkətin qiymət siyasətinin mühüm elementi olan qiymətoyuma üsulu seçilir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: пер. с англ. М.: Вильямс. 2008. 656 с.
2. Tim J. Smith Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts and Establishing Price Structures. — South-Western Cengage Learning, USA. — 544.
3. Герасименко В.В. Управление ценовой политикой компании: учебник. М.: Эксмо, 2007. 688 с.
4. Маховикова Г.А. Ценообразование в торговом деле: теория и практика: учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. М.: Юрайт. 2014. 231 с.

#### **ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ**

**Т.М.Халилов**

[tahirkhalilov@icloud.com](mailto:tahirkhalilov@icloud.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Рассматриваются ценообразующие факторы и эволюция подходов к выбору основной детерминанты цены. Представлен процесс разработки ценовой политики и стратегии на предприятии. Выделены направления оптимизации ценовой стратегии предприятия и принципы оценки ее эффективности.

#### **FORMATION OF THE COMPANY'S PRICE STRATEGY**

**T.M.Khalilov**

[tahirkhalilov@icloud.com](mailto:tahirkhalilov@icloud.com)

**Azerbaijan Technological University**

The author considers pricing factors and presents evolving approaches to choosing main price determinants. He also provides a process for the development of pricing policies and strategies in the enterprise and allocates directions to optimize pricing strategies and principles for evaluating its effectiveness.



## NAVIGATING THE DIGITAL TRANSFORMATION OF ACCOUNTING: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR ACCOUNTANTS AND AUDITORS

Nelli Amarfii-Railean

[amarfii.nelli@usarb.md](mailto:amarfii.nelli@usarb.md)

dr. habilitate, associate professor

Alecu Ruso Balti State University, Republic of Moldova

This research focuses on the digital instruments used in auditing and accounting, examines the benefits and challenges of various digital instruments, including data analytics software, cloud-based accounting systems, and blockchain technology. The author explores the ways in which these instruments can help improve audit quality, increase efficiency, and enhance the accuracy and transparency of financial reporting, discusses the potential risks and ethical considerations surrounding the use of these tools, including issues of data privacy and cybersecurity.

**Introduction.** The Fourth Industrial Revolution, also known as Industry 4.0, is rapidly transforming the way businesses operate across all sectors, including accounting. The increasing adoption of emerging technologies such as artificial intelligence, blockchain, and the Internet of Things (IoT) is leading to significant changes in accounting practices, from data collection and analysis to financial reporting and audit procedures. These new technologies are enabling accountants and auditors to work more efficiently and effectively, providing them with greater accuracy, transparency, and real-time access to financial information. However, they are also bringing about new challenges such as cybersecurity risks, the need for new skills and training, and ethical considerations surrounding the use of emerging technologies. As such, it is crucial for accounting professionals to stay up-to-date with the latest developments in Industry 4.0 and to adapt their skills and practices accordingly to navigate this rapidly changing landscape.

**Digital instruments of Industry 4.0.** Digital instruments for auditing and accounting brought by Industry 4.0 refer to the use of software and other technological tools to facilitate various accounting and auditing tasks. These tools have become increasingly popular in recent years due to their ability to automate tasks, reduce errors, and provide real-time insights into financial data. Here is a scientific and practical analysis of some of the most commonly used digital instruments for auditing and accounting:

1. **Accounting Software:** Accounting software, such as *QuickBooks and Xero*, are used to automate and streamline various accounting tasks, such as bookkeeping, invoicing, and budgeting. [5] These tools can help to reduce errors and improve accuracy, while also providing real-time insights into financial data. Studies have shown that the use of accounting software can lead to significant time savings, improved accuracy, and increased productivity. [7]
2. **Electronic Data Interchange (EDI):** EDI is a system for transmitting financial data electronically between businesses. [2] This technology is particularly useful for streamlining the auditing process, as it allows auditors to quickly and easily access financial data from multiple sources. EDI can also help to reduce errors and improve the accuracy of financial data.
3. **Data Analytics Software:** Data analytics software, such as ACL and IDEA, are used to analyze financial data and identify patterns and anomalies. [1] These tools can help auditors to quickly and easily identify potential fraud or other irregularities, and can also provide insights into business performance and financial trends.
4. **Cloud-Based Accounting and Auditing:** Cloud-based accounting and auditing tools, such as QuickBooks Online and Xero, are becoming increasingly popular due to their



ability to provide real-time access to financial data from anywhere, at any time. [4] These tools can help to improve collaboration between auditors and clients, and can also help to reduce costs associated with traditional auditing methods.

Realizing the importance of digital accounting is crucial for accountants and auditors, as it can help them stay relevant and competitive in an increasingly digital world. Here are some reasons why: digital accounting tools can help accountants and auditors complete tasks more quickly and efficiently, freeing up time for other important tasks (increased efficiency); automation and digital tools can reduce the risk of human error, ensuring that financial statements and other reports are accurate (improved accuracy); digital accounting tools can enable accountants and auditors to provide real-time insights and advice to clients, helping them make better decisions and improve their business performance (better client service).

However, it is important to note that the adoption of digital accounting tools can also pose risks for accountants and auditors. Some of the risks to consider are:

1. Increased competition: As more accounting and auditing tasks become automated, it may become more difficult for accountants and auditors to differentiate themselves from competitors.
2. Cybersecurity risks: Digital accounting tools may be vulnerable to cyberattacks and data breaches, which can result in significant financial and reputational damage.
3. Skills obsolescence: As digital accounting tools become more prevalent, accountants and auditors may need to acquire new skills and knowledge to stay relevant and competitive.

Despite these risks, the adoption of digital accounting tools is likely to continue to increase in the future. However, it is important for accountants and auditors to stay informed about new technologies and trends in the industry, and to continuously update their skills and knowledge to remain competitive.

**Conclusions.** There have been numerous research studies conducted in the field of digital accounting, exploring a range of topics related to the use of technology in accounting and auditing. Studies have explored the factors that influence the adoption and implementation of digital accounting tools, such as accounting software, data analytics, and cloud-based services, researchers have investigated the impact of digital accounting tools on the efficiency and effectiveness of accounting and auditing tasks, including bookkeeping, financial reporting, and internal control testing. But also, is important to consider the cybersecurity risks associated with digital accounting, including the potential for data breaches, hacking, and other types of cyberattacks and the ethical implications of digital accounting, including issues related to data privacy, confidentiality, and professional conduct.

To benefit from the Industry revolution 4.0 in accounting and auditing it is important to understand the potential benefits and risks of adopting new technologies, as well as identifying best practices for using these tools and responsibly.

#### **REFERENCES:**

1. Beasley Mark, "Data Analytics and Fraud Detection: An Overview," Journal of Accounting Education, Vol. 35, No. 2, 2017.
2. Bensoussan Alain, "How Blockchain Will Change the Audit Profession," Journal of Accountancy, June, 2018.
3. Bensoussan Alain, "The Impact of Artificial Intelligence on Accounting and Auditing," Journal of Accountancy, June 2019.

4. Hall James A., "Accounting Information Systems," 9th edition, Cengage Learning, 2019.
5. Kraten Michael, Taras Vasyl, "The Impact of Emerging Technologies on the Accounting Profession", Journal of Emerging Technologies in Accounting, Vol. 14, No. 1, 2017.
6. Tysiac Ken, "Building a Cyber-Safe Culture," Journal of Accountancy, November 2019.
7. Vasarhelyi Miklos, "The State and Future of XBRL: A Survey of the Perceptions of Accounting Professionals," Journal of Information Systems, Vol. 27, No. 2, 2013.

**RƏQƏMSAL MÜHASİBAT ÇEVRİLMƏSİNDƏ NAVİQASIYA: MÜHASİBLƏR VƏ AUDİTORLAR ÜÇÜN İMKANLAR VƏ PROBLEMLƏR**

**Nellie Amarfii-Raylin**

[amarfii.nelli@usarb.md](mailto:amarfii.nelli@usarb.md)

**Aleku Russo adına Beltsk Dövlət Universiteti, Moldova Respublikası**

Bu tədqiqat audit və mühasibat uçotunda istifadə olunan rəqəmsal vasitələrə diqqət yetirir, məlumat təhlili proqramı, bulud mühasibat sistemləri və blockchain texnologiyası da daxil olmaqla müxtəlif rəqəmsal vasitələrin üstünlüklərini və problemlərini nəzərdən keçirir. Müəllif bu vasitələrin auditin keyfiyyətini yaxşılaşdırmağa, səmərəliliyi artırmağa və maliyyə hesabatlarının dəqiqliyini və şəffaflığını artırmağa kömək edə biləcəyi yolları araşdırır, məlumatların məxfiliyi və kibertəhlükəsizlik məsələləri də daxil olmaqla bu vasitələrin istifadəsi ilə bağlı potensial riskləri və etik mülahizələri müzakirə edir.

**НАВИГАЦИЯ В ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ДЛЯ БУХГАЛТЕРОВ И АУДИТОРОВ**

**Нелли Амарфии-Райлин**

[amarfii.nelli@usarb.md](mailto:amarfii.nelli@usarb.md)

**Бельцкий Государственный Университет им. Алеку Русо, Республика Молдова**

Данное исследование, сосредоточенно на цифровых инструментах, используемых в аудиторской и бухгалтерской практике. С увеличением распространения цифровых технологий в этих областях важно, чтобы бухгалтеры и аудиторы оставались в курсе последних инструментов и методов, доступных им. Научная статья рассматривает преимущества и вызовы различных цифровых инструментов, включая программное обеспечение анализа данных, системы бухгалтерского учета на основе облачных технологий и технологию блокчейн. Автор исследует способы, которыми эти инструменты могут помочь улучшить качество аудита, повысить эффективность и улучшить точность и прозрачность финансовой отчетности. Автор также обсуждает потенциальные риски и этические соображения, связанные с использованием этих инструментов, включая вопросы конфиденциальности данных и кибербезопасности.



## **DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN FOREIGN COUNTRIES**

**V.I.Mammadova**

[elnura\\_israfilova@mail.ru](mailto:elnura_israfilova@mail.ru)

**Ganja State University**

Today, in most developed countries, the paradigms for creating and further developing the digital economy differ significantly. The main directions in the field of regulation of management automation processes, which appear along with the formation and further development of the digital economy, lie in the new digital management system, which directly depends on the legislation. Automation of management requires appropriate legal regulation. Today, all over the world, special attention is paid to the automation of public administration, taking into account machine-readable law.

The digitalization of the economy is the widespread introduction of digital technologies into the economy. This phenomenon is caused by the rapid development of information technology, microelectronics and communications in most countries of the world. In the world, there are a number of directions for transforming legal norms into a machine-readable form: automatic study (generation) of ontologies of law from a textual description of normative acts using machine learning methods, manual design of normative acts using an existing ontology, programming specific legal processes without providing the user with the opportunity to work with an ontology ( for example, legal due diligence of a contract, automation of accounting for contract work, filling out legal documentation), primary digitization of documents (involves the formation of scanned copies of documents, their storage and use as page images), the formation of a text digital document, the formation of a machine-readable document. To prepare managers with digital skills that allow them to successfully solve new professional tasks, it is necessary to have a clear understanding of the content of digital management tools with appropriate regulatory support. In international practice, the concept of "digital economy" became widespread in 2016, after the release of the World Bank report "Digital Dividends" [2]. In Russia, participants in the online survey "Digital Economy - On the Way to a Long-Term Strategy", which was conducted by the Analytical Center under the Government of the Russian Federation from January 12 to 25, 2017, were offered seven definitions of the digital economy.

State programs and strategies for the development and stimulation of digital technologies, digitalization of national economies and industrial sectors have been developed and are being implemented in many countries of the world. In the EU countries, according to the official data of the European Commission, as of March 2017, there were more than 30 national and regional initiatives for industrial digitalization (on digitizing industry): Austria – Industrie 4.0 Oesterreich; Belgium – Made different – Factories of the future; Czech Republic - Prámysl 4.0; Germany – Industry 4.0; Denmark – Manufacturing Academy of Denmark (MADE); Spain – Industria Conectada 4.0; France – Alliance pour l'Industrie du Futur/ Nouvelle France Industrielle; Hungary – IPAR 4.0 National Technology Initiative; Italy - Industria 4.0 and Fabbrica Intelligente; Luxembourg - Digital For Industry Luxembourg; Netherlands - Smart Industry; Slovakia - Smart Industry; Portugal – Industry 4.0; Sweden – Smart Industry. [1]

An analysis of foreign practices of legislative regulation of the digitalization of socio-economic phenomena allows us to highlight the basic ideas for regulating the sphere of the digital economy at the level of legislation: adoption of specialized laws; regulation of approbation of the electronic system of interaction and provision of services; focus on the widespread use of the latest technological developments in the field of digitalization by government organizations, private companies and ordinary

citizens; regulation of the possibilities of interaction between individuals in the digital space. [2]

Consider the above ideas with specific examples. The program "Technological Future of Australia - Building a strong, secure and inclusive digital economy", which was adopted at the end of 2018, speaks of the principles of the value of digitalization of the economy for public and national needs. [3] This principle implies the fact that modern technologies contain a huge potential in the field of creating new products, increasing the level of labor efficiency, improving the labor safety system and determining the needs of the end user. Agriculture should benefit the most from this program. The introduction of the latest digital achievements makes it possible to develop the agricultural sector to a level at which automation of work, etc., will be widely used. Another promising area can be called industrial production. Based on the program "Technological Future of Australia - Building a Strong, Secure and Inclusive Digital Economy", industrial production began to actively introduce developments in the field of cloud technologies, 3D printing and the Internet of Things. [4]

The sphere of nature management (primarily, mining) also has certain vectors of digital development, namely, the introduction of automated developments in the field of transportation of extracted raw materials and improving the safety of employees through the use of automated mining complexes. [5] Tourism has undergone tangible changes in terms of automating hotel and hotel reservations. In the service sector, the area of trade on the Internet has received maximum development. The Australian Government is working hard to align national regulations and standards for e-commerce and trade with WTO and ASEAN requirements, including through the 2018 ASEAN - Australia Digital Trade Standards initiative.

Significant improvements have been made to public, financial and transport service systems. In the field of health care, digitalization has made it possible to minimize the waiting time in clinics and hospitals, and doctors have begun to widely use digital technologies in their professional activities. The educational system, after the introduction of digital technologies, is distinguished by the quality of education for residents of remote and hard-to-reach territories thanks to the remote support system. Similar strategies and programs are common among all developed countries.

Human perception of the norms expressed using formal languages necessary for machine-readable law is becoming in demand due to the development of personal assistants based on artificial intelligence technologies. Automatic machine learning, processing and interpretation of data and information visualization systems - these and many other factors will allow a modern manager to master digital management tools that have appropriate legal regulation.

Thus, foreign experience in managing the development of the digital economy is interesting, both in theoretical and practical terms. The main directions in the field of interaction regulation, which appear along with the formation and further development of the digital economy, lie both in the new digital management system and in the field of legislation, which requires a detailed analysis of the results obtained for the possible transfer of positive experience to other countries.

## **REFERENCES**

1. The Digital Economy: Opening up the conversation. Australian Government 2017 <http://industry.gov.au/digitaleconomy>
2. Анализ мирового опыта развития промышленности и подходов к цифровой трансформации промышленности государств – членов ЕАЭС: Информационно-аналитический отчет / ЕЭК. Департамент промышленности. – М., 2017. – 116 с.

3. Добролюбова Е. И. Цифровое будущее государственного управления по результатам / Е. И. Добролюбова, В. Н. Южаков, А. А. Ефремов и др. — М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. — 114 с.
4. Левчаев П.А. Экономика нового технологического уклада. Финансовые аспекты инновационного вектора развития экономики региона. / П.А. Левчаев-Германия, «PalmariumAcademicPublishing», 2015. 116 с.
5. Соколов И.А., Мишарин А.С., Куприяновский В.П., Покусаев О.Н., Ларин О.Н. Цифровая экономика Западной Австралии – умные горнорудные и нефтегазовые предприятия, железные дороги, морские порты и формализованные онтологии // InternationalJournalofOpenInternationalTechnologies. – vol.6. – no.6. – 2018. №2 2021 [ФРиБ] р. 42
6. Соколов И.А., Куприяновский В.П., Намиот Д.Е. и др. // Государство, инновации, наука и таланты в измерении цифровой экономики (на примере Великобритании) / Internationaljournalofopeninformationtechnologies. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2017. – Vol. 5, N6. – P. 33–48.

### **XARİCİ ÖLKƏLƏRDƏ RƏQƏMSALİQTİSADİYYATINİNKİŞAFI**

**V.İ.Məmmədova**

[elnura\\_israfilova@mail.ru](mailto:elnura_israfilova@mail.ru)

**Gəncə Dövlət Universiteti**

Bu gün əksər inkişaf etmiş ölkələrdə rəqəmsal iqtisadiyyatın yaradılması və gələcək inkişafı üçün paradıqmalar əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın formalaşması və gələcək inkişafı ilə yanaşı ortaya çıxan idarəetmənin avtomatlaşdırılması proseslərinin tənzimlənməsi sahəsində əsas istiqamətlər qanunvericilikdən birbaşa asılı olan yeni rəqəmsal idarəetmə sistemindədir. İdarəetmənin avtomatlaşdırılması müvafiq hüquqi tənzimləmə tələb edir. Bütün dünyada maşınla oxunan qanun nəzərə alınmaqla dövlət idarəçiliyinin avtomatlaşdırılmasına xüsusi diqqət yetirilir.

### **РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ**

**В.И.Мамедова**

[elnura\\_israfilova@mail.ru](mailto:elnura_israfilova@mail.ru)

**Гянджинский Государственный Университет**

Сегодня в большинстве развитых стран существенно различаются парадигмы создания и дальнейшего развития цифровой экономики. Основные направления в области регулирования процессов автоматизации управления, которые появляются вместе с формированием и дальнейшим развитием цифровой экономики, лежат в новой цифровой системе управления, которая напрямую зависит от законодательства. Автоматизация управления требует соответствующего правового регулирования. Во всем мире особое внимание уделяется автоматизации государственного управления с учетом машиночитаемого права. В наше время, во всем мире особое внимание уделяется автоматизации государственного управления с учетом машиночитаемого законодательства.





## ALÜMINIUM SƏNAYESİ MÜƏSSİSƏLƏRİNİN SATIŞININ İDARƏ EDİLMƏSİNİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

A.Əliməmmədov

[Anaralimamedov53@gmail.com](mailto:Anaralimamedov53@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Satışın idarə edilməsi alüminium sənayesi müəssisəsinin fəaliyyətində əsas prosesdir. Düzdür demək lazımdır ki, yaxşı qurulmuş kommersiya siyasəti şirkətə yüksək rəqabətli bazarda mənfəət əldə etməyə və biznesini uğurla aparmağa imkan verir.

Tezisdə alüminium sənayesi müəssisəsi timsalında satışın idarə edilməsi metodologiyasından bəhs edilir ki, bunun nəticəsində müəssisədə aydın satış planı formalaşdırılmalı və təsdiq edilməlidir ki, bu da müəssisənin kommersiya siyasətinin əsası kimi götürülə bilər. Satışın idarə edilməsi sahəsində tədqiqatların nəzəri əsasını İ.Ansoff, F.Kotler, Lemann və başqalarının əsərləri təşkil etmişdir. Bu müəlliflər şirkətin bazarda strategiyasının müəyyən edilməsi, kommersiya səylərinin intensivləşdirilməsi, marketinqin planlaşdırılması kimi məsələləri nəzərdən keçirmişlər.

Eyni zamanda, tədqiqatda boşluqlar var və fikrimcə, bütün çeşidin bölünməli olduğu çeşid təsnifat matrisini formalaşdırarkən yuxarıda göstərilən problemlə məsələləri həll etmək üçün ABC təhlili və BCG təhlilini birləşdirmək lazımdır. ABC təhlili və BCG təhlilinin birləşməsi onunla əlaqədardır ki, çeşidlə işləmək üçün düzgün strateji qərarlar qəbul etmək üçün bir neçə ayı analiz metodu çox vaxt kifayət etmir. Buna görə də, ABC-analiz və BCG-analizin birləşməsi hər bir kateqoriya daxilində daha aydın mənzərəni təmin edəcək və çeşidlərin idarə edilməsi üçün əsas olacaqdır.[1]

Həmçinin, müəssisənin satışının təşkili prosesinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsinin mühüm aspekti aktiv müştəri bazasına nəzarət etmək və müəssisənin tonajına və mənfəət göstəricilərinə təsir göstərmək üçün onun müştərilərinin tədqiqi üsul və metodlarının sistemləşdirilməsi və ümumiləşdirilməsidir.

Yuxarıda göstərilən fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi nəticəsində çeşidin təhlili və aktiv müştəri bazası əsasında yaradılan məhsul çeşidi matrisləri formalaşacaqdır. Beləliklə, çeşid araşdırması və aktiv müştəri bazası əsasında formalaşmış çeşid matrislərindən istifadə etməklə siz satışı tez idarə edə, düzgün strateji satış qərarları verə, düzgün kommersiya siyasətini qura bilərsiniz.

Məlum faktdır ki, alüminium sənayesi əksər istehsalçıları üçün satışın idarə edilməsi məsələsi çox kəskindir. A.Smitin nəzəriyyəsinə görə, tələb birinci, təklif isə ikinci dərəcəlidir. Bu gün rəqabətə davamlı olmaq üçün müəssisə bu prosesi idarə etməlidir, ona görə də təklif birinci, tələb isə ikinci dərəcəlidir. Əgər satış kortəbii xarakter daşıyarsa, müntəzəm deyilsə və satış şöbəsi tərəfindən idarə oluna bilmirsə, bu satış şöbəsi ya rəhbəri ilə birlikdə tamamilə işdən çıxarılmalı, ya da təlim keçməlidir.[3]

Şirkətin məhsulların satışı prosesini idarə edə bildiyinə, düzgün satış planları formalaşdırma və onları yerinə yetirə biləcəyinə, mənfəət səviyyəsinə nəzarət edə biləcəyinə necə əmin olmaq olar? Satışları idarə etmək üçün, müəllifə görə, bu cür vasitələrdən istifadə olunur:[2]

- Çeşidin idarə edilməsi;
- Aktiv müştəri bazası ilə işləmək;
- Çeşidi aktiv müştəri bazasına köçürmək.

Beləliklə, xarici bazarlara çıxan alüminium sənayesi müəssisələri üçün ilk növbədə, müəssisəyə maksimum səviyyədə əmtəə və xidmətlərin satışına şərait yaradacaq, bununla da öz mənfəətinin maksimallaşdırılmasını təmin edəcək səmərəli formalaşdırılmış satış fəaliyyətinə ehtiyac var. Öz növbəsində, müəssisədə satış sisteminin formalaşması onun effektiv idarə edilməsindən asılıdır ki, bu da hər biri satış

fəaliyyətinin ayrı-ayrı komponentləri üçün cavabdeh olan bir neçə idarəetmə alt sistemini, güclü satış strategiyasının formalaşdırılmasını nəzərdə tutan müvafiq şəkildə formalaşmış satış strategiyasını əhatə etməlidir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Армстронг Г. Введение в маркетинг: учеб. пособ.; пер. С англ. Москва: Вильямс, 2000. 640 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинговый аудит системы сбыта: монография. Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. 189 с.
3. Брєвнов А.А. Маркетинг малого предприятия. Киев: ВИРА-Р. 1998. С. 364.

#### **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ АЛЮМИНИЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.**

**А.Алимамедов**

[Anaralimamedov53@gmail.com](mailto:Anaralimamedov53@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В представленном тезисе акцентируются подходы современных ученых к трактовке понятий «продажи» и «сбытовая деятельность предприятия». Представлено авторское понимание понятия «сбытовая деятельность» с использованием комплексного подхода. Охарактеризованы подсистемы управления сбытовой деятельностью предприятия алюминиевой промышленности на внешнем рынке. Определено влияние стратегии продаж на осуществление сбытовой деятельности компании при ее выходе на внешний рынок. Предлагаются меры по улучшению сбытовой деятельности компании на внешнем рынке. Представлено определение понятия «потенциал продаж» и его основные формо образующие признаки.

#### **FEATURES OF SALES MANAGEMENT OF ALUMINUM INDUSTRY ENTERPRISES**

**A.Alimammadov**

[Anaralimamedov53@gmail.com](mailto:Anaralimamedov53@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

In the presented thesis emphasizes the approaches of modern scientists to the interpretation of the concepts of "sales" and "enterprise sales activity". The author's understanding of the concept of "sales activity" is presented using a complex approach. The sub-systems of managing the sales activity of the aluminum industry enterprise in the foreign market are characterized. The influence of the sales strategy on the implementation of the company's sales activities during its access to the foreign market is determined. Measures are proposed to improve the company's sales activity in the foreign market. The definition of the concept of "sales potential" and its main formative features are presented.



**SATIŞIN “QARA QUTU”SU**

**Ə.Tanrıverdiyeva**

[efsanee0109@gmail.com](mailto:efsanee0109@gmail.com)

**N.Verdiyev**

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Alicının davranışlarını özündə əks etdirən marketing modelinə qara qutu deyilir. Alış prosesi zamanı alıcının qərar verməyi və onun davranışları “qara qutu”da əks olunur. Marketoloqların fikrincə istehlakçıların qərarlarına təsir edən başlıca amillər kriteriyalar, motivlər, məhsulun və ya xidmətin qiyməti, satıcıların ticarət nöqtələrinin, məhsulun çeşidlərinin, markaların seçimi alıcının daxilində, yeni bütün bu proseslər onun qara qutusunda baş verir. Buna görə də bir çox kompaniyalar alıcıların qara qutusunda nələrin baş verdiyini öyrənmək üçün külli miqdarda pul vəsaiti xərcləyirlər. Satıcılar bu yolla alıcıların psixoloji xüsusiyyətlərini nəzərə alır və sonra da məhsullarının satılması üçün reklam vasitəsilə alıcıları öz mallarını almağa həvəsləndirirlər .

Bəs alıcıların nəyə görə hər hansı bir məhsulu almağa və ya xidmətlərdən yararlanmağa qərar vermələrinə səbəb nədir? İstənilən satıcı satışa başlamamışdan əvvəl özünə suallar verməlidir: Alıcı niyə alış-veriş etməyə qərar verir və ya alış-veriş etməkdən imtina edir? Cavab: Alış-verişə çıxmamışdan əvvəl alıcı özündən asılı olmayaraq artıq bəzi qərarlarını vermiş olur. Məsələn: qənaətli alış-veriş etmək; vaxta qənaət etmək; özünün sosial statusunu artırmaq istəyi, başqalarından geri qalmamaq həvəsi (brend mallar, mağazalar, kafe və restoranlar və s.) . Alıcıları satın almağa cəlb edən əsas amillərin təməlinə emosiyalar dayanır. Alış-veriş düşünərək edilir , ancaq buna baxmayaraq alış prosesi emosiyalarla baş tutur. [1]Hər bir alıcı ilk öncə emosional səviyyədə qərar qəbul edir, daha sonra isə verdiyi qərarı məntiqə əsaslandırır. Araşdırmalar göstərir ki , müəyyən bir məqamda ən güclü olan emosiya alıcının həmin an nə qərar verəcəyində böyük təsir gücünə malik olur. Alıcını məhsulu almaqdan və ya xidmətlərdən yararlanmaqdan yayındıran səhv etmək qorxusunun doğurduğu mənfi emosiyaların qarşısını almağın yeganə yolu məhsulu almaqla qazanacağı üstünlüklərin doğurduğu müsbət emosiyaları gücləndirməkdir. Almaq istəyini artırmaq üçün deyilən hər bir söz və edilən hər bir hərəkət satışın daha uğurla bitməsinə aparır. [2]Bəs emosiyalara nələr təsir edir? Bu sualın yeganə cavabı isə reklamlardır. Peşəkar reklam çarxları alıcıların emosiyalarına toxunur.

Bir çox alıcılar məhsulu almazdan əvvəl onun keyfiyyətindən əmin olmaq istəyir. Adətən bu cür alıcılar onlayn alış-verişdən çəkinirlər. Onlar məhsula toxunmağı və hiss etməyi sevirlər. Lakin bu tip alıcılara bahalı məhsullar satmaq asan olur. Bunun səbəbi isə onların məhsulun keyfiyyətinə çox dəyər vermələridir. Odur ki, bu cür alıcıları tanımaq və onların tələblərinə cavab vermək lazımdır.

Satış zamanı rast gəlinən alıcılar psixoloji tiplərinə görə bir-birindən kəskin fərqlənirlər. Marketoloqlara görə satışın 80%-i alıcı psixologiyasını bilməkdən asılıdır. Peşəkar satıcı alıcı psixotiplərini ayırd etməyi bilməlidir.

1. Ekspansiv alıcı tipi. Onlar konfliktdə meyilli olurlar, satıcı ilə mübahisə etməyi sevirlər. Ekspansiv alıcılar üçün əsas dəyər: səlahiyyət , status, dominantlıq. Bu cür alıcıların təklif olunan endirimlərdən əlavə endirim almaq bacarıqları da olur.

2. Nümayişçi alıcı tipi. Hər zaman diqqət mərkəzində olmağı, komplimenti, təriflənməyi çox sevir, satıcı ilə tez ünsiyyət qurur və tez dostlaşır.

3. Müstəqil alıcı tipi. Xaraktercə təmkinli və sakit olurlar. Adətən satıcı ilə məsafəli davranırlar. Qısa və məntiqli danışirlər, öz istəklərini açıq şəkildə ifadə edirlər. Çox az hallarda yerində məhsulu almaq barədə qərar qəbul edir. Əvvəlcə məhsul haqqında dolğun məlumat toplayır. Təhlükəsizlik və etibarlılıq bu cür alıcılar üçün prinsip məsələsidir.

4. Passiv alıcı tipi. Passiv alıcı özünü güvənərək aparır, ünsiyyət qurmaqdan çəkinir. Onlar bir çox hallarda nə istədiklərini heç özləri də bilmirlər.

5. Nikbin alıcı tipi . Yumşaq təbiətli xarakterdə olurlar. Bu cür alıcılar satış zamanı satıcıya çox asanlıqla “hə” cavabını verirlər. Bəzən isə məhsul almaqdan bir anda imtina da edə bilirlər.

6. Fleqmatik alıcı tipi. Bu cür alıcılar adətən yeniliklərə açıq olurlar. Onlar məmnun qaldıqları məhsula uzun müddət sadıq qalırlar.

Hər bir satıcı bu cür alıcı psixotiplərini nəzərə alaraq hər zaman çalışmalıdır ki, alıcılara qarşı diqqətli olsunlar, satış zamanı vəziyyətdən asılı olaraq satış prosesində hər bir alıcı tipinə uyğun hərəkət etsinlər. [1]

Alıcıların inam qazanması üçün onlara maraqlı olan sualları dəqiq şəkildə cavablandırmaq lazımdır. Etirazları cavablandırmaq qabiliyyəti satış dövrüyyəsinə və gəlirlərə ən çox təsir edən amillərdəndir. Satış mütəxəssisinin əsas vəzifəsi bu bacarığa yiyələnməkdir. [3]

Alıcı psixologiyasının davamı kimi satış mütəxəssisi alıcıların bəzi xüsusiyyətlərini də bilməlidir. Bunlardan ən önəmlisi alıcının satın almağına müsbət və mənfi təsir edən hallar haqqında, məhsulun və ya xidmətin təhlükəsiz olması ilə bağlı məsələlər barədə ətraflı məlumatla malik olmasıdır. Onlardan bəzilərinə nəzər salaq:

Neqativ alış-veriş nədir?

Əgər alıcı məcburi şəkildə pul xərcləyərək alış edirsə bu, neqativ alış-verişdir. Məsələn: avtomobil təmiri, dərman preparatları, icbari sığorta və s.

Pozitiv alış-veriş nədir?

Alıcını məhsul almağa və xidmətlərdən yararlanmağa heç kim məcbur etmir. O, özü müstəqil şəkildə məhsulu əldə edir və məhsula pulu məmnun şəkildə ödəyir.

Alıcılarla əlaqələri idarə etmək və davranışlarına təsir edə bilmək üçün əvvəlcədən alıcı kütlələrinin satış zamanı əsasən nələrə diqqət yetirdiklərini bilmək önəmlidir. [4]

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Alməmmədov F. Satışın qara qutusu. “Azprint” MMC. 2019.
2. Brian Tracy. Satış psixologiyası. Qanun nəşriyyatı. 2020.
3. Brian Tracy. Satış ulduzu ol. Qanun nəşriyyatı. 2018.
4. Brian Tracy. Satış etmək sənəti. Qanun nəşriyyatı. 2020.

#### **“ЧЕРНЫЙ ЯЩИК” ПОКУПАТЕЛЯ**

**А.Танрвердиева**

[efsanee0109@gmail.com](mailto:efsanee0109@gmail.com)

**Н.Вердиев**

**Азербайджанский Технологический Университет**

Маркетинговая модель, отражающая поведение покупателя, называется “черным ящиком”. Принятие решения покупателем в процессе покупки и его поведение отражается в “черном ящике”. Основными факторами, влияющими на решения потребителей, по мнению маркетологов, являются критерии, мотивы, цена товара или услуги, Выбор продавцами торговых точек, ассортимента товара, брендов внутри покупателя, то есть все эти процессы происходят в его черном ящике. Вот почему многие компании тратят огромные суммы денег, чтобы узнать, что происходит в черном ящике покупателей. Таким образом, продавцы учитывают психологические особенности покупателей, а затем мотивируют покупателей покупать свои товары с помощью рекламы для продажи своей продукции .

#### **BUYER'S “BLACK BOX”**

**A.Tanrverdiyeva**

[efsanee0109@gmail.com](mailto:efsanee0109@gmail.com)

**N.Verdiyev**

**Azerbaijan Technological University**

The marketing model that reflects buyer behavior is called a “black box”. The buyer's decision making in the buying process and his behavior is reflected in the “black box”. The main factors influencing consumer decisions, according to marketers, are the criteria, motives, the price of the product or service, the choice of retailers, the range of products, brands within the buyer, that is, all these processes occur in his “black box”. This is why many companies spend huge sums of money to find out what goes on in the customers' black box. Thus, sellers take into account the psychological characteristics of customers and then motivate customers to buy their products by using advertising to sell their products.



**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA DÖVLƏT MALİYYƏSİNİN FORMALAŞMASI  
MƏSƏLƏLƏRİ VƏ ÜMUMMİLLİ LİDER HEYDƏR ƏLİYEV**

**R.M.Qəmbərova**

**Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti**

**T.Q.Əsədova**

[tehmene1@gmail.com](mailto:tehmene1@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

*Maliyyə vəziyyətimizlə bağlı bu gün heç bir problemimiz yoxdur. Maliyyə vəziyyətimiz yaxşıdır, sabitdir. Maliyyə sistemimiz sağlamdır. [1]*

*İlham Əliyev*

*Azərbaycan Respublikasının Prezidenti*

Hal hazırki dövrdə respublikamızda həyata keçirilmiş iqtisadi islahatlar ölkənin bazar infrastrukturuna,dövlət maliyyəsinin formalaşmasına xeyli təsir göstərmişdir.

XX-əsrin 70-ci illərinin əvvəllərində Azərbaycanın iqtisadi və sosial inkişafında həll olunmamış çoxlu problemlər mövcud olmuş, respublikanın malik olduğu iqtisadi, elmi texniki potensialdan tam istifadə edilməmişdir. Ağır iqtisadi-sosial şəraitdə respublikada rəhbərliyə gələn Heydər Əliyev həmin vaxt üçün mövcud olan vəziyyəti uzaqgörənliklə düzgün qiymətləndirmişdir.

İqtisadiyyatda əsaslı dəyişikliklərin həyata keçirilməsini ,iqtisadiyyatın təşkili və inkişafı sahəsində dönüş yaradılmasını başlıca vəzifə kimi müəyyənləşdirmişdi. [2] Ulu öndər bu reallığı da yaxşı bilirdiki, xalqın siyasi müstəqilliyinin təməlini onun iqtisadi azadlığı şərtləndirir.Bazar münasibətləri əsasında sosial yönümlü iqtisadiyyatın inkişafına şərait yaradan,azad sahibkarlığa təminat verən, iqtisadi münasibətlərdə inhisaçılığa və haqsız rəqabətə yol verməyən. [3] Azərbaycan dövləti iqtisadi tənəzzüldən inkişaf və tərəqqi yoluna çıxmışdır.

Respublika iqtisadiyyatının hərtərəfli kompleks şəkildə inkişafı ölkəmizdə mühüm olan bir çox problemlərin həllində xüsusən əhalinin maddi rifahının yüksəldilməsində əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşmasında mühüm rol oynadı.Əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə edilməsində böyük dəyişiklik baş verdi.Bütün regionlarda istehsalın güclü potensialı yaradıldı. [4]

Azərbaycan Respublikasında maliyyə siyasətini həyata keçirən və dövlət maliyyəsinin idarə olunmasını təşkil edən mərkəzi icra hakimiyyəti orqanı Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyidir,müəyyən olunmuş vəzifələrə uyğun olaraq Naxçıvan Muxtar Respublikasının Maliyyə İqtisadiyyat Nazirliyinin,Azərbaycan Respublikasının şəhər,rayon maliyyə idarə və şöbələrinin, həmçinin tabeliyində olan digər təşkilatların fəaliyyətini əlaqələndirir. [5]

Azərbaycan Respublikası bazar iqtisadiyyatlı unitar dövlətdir. [4] Heydər Əliyev müstəqil Azərbaycan dövlətinin memarı olmaqla yanaşı, həm də bu gün dünyanın ən sabit və sürətli inkişaf edən güclü iqtisadiyyatının qurucusudur.

Məhz Ulu öndərin 90-cı illərinin ortalarında təməlini qoyduğu güclü sosial-iqtisadi baza bu gün Azərbaycan xalqının yüksək rifahına onun parlaq gələcəyinə xidmət edir.

1994-cü il sentyabrın 20-də Bakıda Gülüstan sarayında Xəzərin Azərbaycan sektorundakı “Azəri” Çıraq” Günəşli” yataqlarının dərin su qatlarındakı neftin birgə işlənməsi haqqında “məhsulun pay bölgüsü” tipli müqavilə imzalandı. Bununla da Azərbaycan iqtisadiyyatında dönüş yarandı və böyük işlərə başlandı. Çətin siyasi və iqtisadi şəraitdə imzalanan “Əsrin müqaviləsi” Azərbaycanın iqtisadi inkişafının təməlini qoyub.Müqavilənin yenilənmiş şərtləri təkə 1994-cü ildən bəri ölkəmizin və şirkətimizin



artan maliyyə və texnoloji potensialını əks etdirmir, həm də xarici tərəfdaşların Azərbaycan iqtisadiyyatına inamını nümayiş etdirir. [6]

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Ataşov B.X, Novruzov N.A, İbrahimov E.Ə. Maliyyə nəzəriyyəsi. Dərslik. Bakı. 2014. səh 16
2. Azərbaycan tarixi. Yeddi cildə. VII cild (Bakı, “Elm “ 2008 ). səh 161
3. AR Konstitusiyası. Bakı, Qanun. 1995.
4. Azərbaycan tarixi Yeddi cildə VII cild ( Bakı, “Elm” 2008 ) səh 162
5. Süleymanov E.B., Cihan Bulut. Dövlət maliyyəsi. Dərslik. Bakı. Qafqaz Universiteti nəşriyyatı. 2005. səh 38
6. Həsənov Ə.M. Xəzər–Qara dəniz hövzəsi və Cənubi Qafqazın geoiqtisadiyyatı Azərbaycan enerji siyasəti/ Ə.Həsənov Bakı “Zərdabi” LTD MMC. 2016. səh 87-89.

#### **ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЛИДЕР ГАЙДЕР**

**АЛИЕВ**

**Р.М.Гамбарова**

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

**Асадова Т.Г.**

[tehmine1@gmail.com](mailto:tehmine1@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В диссертации были затронуты вопросы формирования государственного финансирования Азербайджанской Республики, показана важность роли финансовой политики, установленной нашим великим лидером Гейдаром Алиевым, в социально-экономическом развитии страны.

#### **ISSUES OF STATE FINANCE FORMATION IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN AND NATIONAL LEADER HAYDER ALIYEV**

**R.M.Gambarova**

**Azerbaijan State Agrarian University**

**T.G.Asadova**

[tehmine1@gmail.com](mailto:tehmine1@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

In the thesis the issues of the formation of the state financing of the Republic of Azerbaijan were mentioned, the importance of the role of the financial policy established by our great leader Heydar Aliyev in the socio-economic development of the country was shown.



**RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATDA MÜƏSSİSƏLƏRİN MARKETİNG FƏALİYYƏTİNİN TRANSFORMASIYASI**

**Ə.Cəfərova, M.Urkayev**

[ezizeceferova90@gmail.com](mailto:ezizeceferova90@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Rəqəmsal texnologiyalar öz xassələrinə və xüsusiyyətlərinə görə insanların və müəssisələrin informasiya sahəsini əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirdi, məlumatların axtarışı, mübadiləsi və saxlanması ilə bağlı xərcləri azaltdı, həmçinin iqtisadi idarəetmə sistemlərində informasiyanın resurs rolunu gücləndirdi. Bütün bunlar iqtisadiyyatda yeni terminin və “rəqəmsal iqtisadiyyat” anlayışının yaranmasına səbəb oldu.

Marketinqdə rəqəmsal texnologiyalardan istifadə məsələləri F.Kotler, D.R. Bell, Yu.N. Solovyova, O.U. Yuldaşova, G.A. Kornilov və başqaları tərəfindən əsərlərdə yer verilmişdir. Lakin əksər hallarda bu alimlərin əsərlərində rəqəmsal texnologiyalar ayrı-ayrı elementlərə və ya onların marketinq kompleksində kombinasiyasına, məsələn, müştərilərlə və ya reklam məhsulları ilə işləməyə münasibətdə nəzərdən keçirilir. Bununla yanaşı, marketinqdə informasiya texnologiyalarından istifadənin nəticələrinin sistemləşdirilməsi istiqamətində kifayət qədər iş aparılmır. Rəqəmsal iqtisadiyyat və internet texnologiyaları ictimai həyatın bütün sahələrinə təsir göstərir. Beləliklə, Dünya Bankının hesabatına görə, İnternetin inkişafı və geniş istifadəsi ticarətin genişlənməsinə, kapitalın daha səmərəli istifadəsinə, rəqabətin artmasına, yeni iş yerlərinin yaradılmasına və nəticədə əmək məhsuldarlığının artmasına kömək edir.

Malların yerləşdirilməsi ilə bağlı dəyişikliklər elektron ticarətin və onlayn mağazaların aktiv inkişafının əvvəllər anbar yerlərinin sahəsi baxımından ticarət mərtəbələrinə qoyulmuş məhdudiyyətləri aradan qaldırması ilə xarakterizə olunur. Məhsulları nümayiş etdirmək və potensial alıcıların diqqətini cəlb etmək üçün nəzərdə tutulmuş ticarət zalının, vitrinlərin, rəflərin və digər əşyaların icarəyə və bahalı dizaynına ehtiyac yoxdur. Onları elektron platformalar, veb-saytlar və bəzən sosial şəbəkələrdəki səhifələr əvəz edir, onların yaradılması, dizaynı və saxlanması pərakəndə satış obyektləri ilə bağlı oxşar hərəkətlərdən xeyli ucuzdur.

İstehlakçılar alqı-satqı haqqında qərar qəbul etməzdən əvvəl tək-cə yerli deyil, həm də regional, hətta bəzi hallarda dünya bazarının təklifini öyrənmək, nəinki məhsulun dəyərini, keyfiyyət göstəricilərini və xidmətini öyrənmək imkanı əldə edirlər. Lakin eyni zamanda, eyni növ məhsulun istehsalı və paylanması ilə məşğul olan şirkətlər, əhəmiyyətli dərəcədə fərqli xidmət səviyyəsinə uyğun olaraq, onun qiymətlərini fərqləndirə bildilər ki, qiymətlərdəki fərq müxtəlif istehlakçı təcrübələrindən qaynaqlana bilsin. Əmtələrin və əlaqəli xidmətlərin istehlakı zamanı formalaşır. Rəqəmsal informasiya texnologiyalarından istifadənin nəticəsini genişləndirilmiş marketinq qarışığı 7P nümunəsi ilə də göstərmək olar. Beləliklə, məhsulun fiziki mühiti amili (fiziki sübut) rəqəmsal iqtisadiyyatın aktivlərinin əksəriyyətinin sənaye iqtisadiyyatı üçün xarakterik olan məhdudiyyətlərlə xarakterizə edilməməsi nəzərə alınmaqla formalaşmalıdır. Məsələn, maddi sərvətlər eyni vaxtda bir neçə subyekt tərəfindən istifadə edilə bilməz və əmtəə olan informasiya aktivlərində belə məhdudiyyətlər yoxdur. Onlar istismar zamanı fiziki cəhətdən köhnəlmir və üstəlik, istifadə və mübadilə prosesində təkmilləşdirilə bilər.

7P-nin başqa bir komponenti insanlardır (insanlar), demək lazımdır ki, rəqəmsal iqtisadiyyatda müəssisələrin marketinq fəaliyyətini həyata keçirmək üçün ixtisaslı işçilər, sözdə informasiya işçiləri, “bilik işçiləri” lazımdır. Və onların işçi heyətinə daxil edilməsi təşkilati qərarlarda, nəzarət və motivasiya sistemlərində öz əksini tapmalıdır.

Məhsulların potensial istehlakçıları ilə daimi ünsiyyət işçilərin iş saatlarının həddlərinin genişləndirilməsini tələb edir. İş və asudə vaxt arasındakı ənənəvi sərhədlər silinir. İnternet satış kanallarının inkişafı, rəqabət üstünlüyü əldə edə biləcəyiniz müştərilərə gecə-gündüz xidmət təşkil etmək ehtiyacının artması hesab menecerlərinin işinin təşkilinin optimallaşdırılmasını tələb edir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, rəqəmsal iqtisadiyyat biznesin aparılması üçün adi yanaşmalara o qədər güclü təsir göstərmiş ki, bazara misli görünməmiş formalar daxil olub: “Dünyanın ən böyük taksisi xidməti olan Uber-in şəxsi avtomobilləri yoxdur. Ümumiləşdirərək, tədqiqat zamanı əldə edilmiş rəqəmsal iqtisadiyyatın müəssisənin marketinqinə təsiri ilə bağlı aşağıdakı nəticələri tərtib edə bilərik:

- a) Rəqəmsal iqtisadiyyatın formalaşmasının əsas səbəbi olan informasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı firmaların marketing fəaliyyətinə böyük təsir göstərmiş, ona ənənəvi yanaşmaları prinsipcə yeni fəaliyyət növlərinə çevirmişdir: e-ticarət, onlayn reklam və s. (istehsal nəticəsi);
- b) Fərdi marketing prosesləri üçün xərclərin azaldılması: malların saxlanması, təşviqi və s. (iqtisadi nəticə);
- c) Malların çeşidinin genişlənməsi və yenilənməsi (sosial nəticə), habelə firmaların satışlarının artması (iqtisadi nəticə);
- d) Marketing şöbəsinin işçilərinin səlahiyyətlərinə və müvafiq olaraq onların əmək haqqına (iqtisadi xərclərə) artan tələblərlə, onların əmək məhsuldarlığının (iqtisadi nəticə) və intellektual potensialının (sosial nəticə) artması gözlənilir;
- e) Telekommunikasiya iştirakçılarının informasiya texnologiyalarından istifadəsində texnoloji koordinasiya ehtiyacı marketing fəaliyyəti ilə məşğul olan təsərrüfat subyektləri üçün investisiya xərclərini tələb edir (iqtisadi xərclər), lakin bu, müsbət iqtisadi nəticələr əldə etməyə əsas verir (yuxarıdakı paraqraflara baxın), şirkətin zəbt edilməsi.

Rəqəmsal iqtisadiyyatda marketing fəaliyyətini təkmilləşdirmək üçün elmi tədqiqatların gələcək istiqamətləri:

- 1) Marketingin funksiya və prosedurlarına uyğun olaraq universal və ixtisaslaşmış informasiya texnologiyalarının sistemləşdirilməsi;
- 2) Müəssisənin marketing fəaliyyətinə informasiya texnologiyalarının tətbiqinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodologiyasının hazırlanması.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Tapscott, D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence: business book / Don Tapscott. – N.Y.: McGraw-Hill, 1994. 368 p.
2. Соловьева, Ю.Н. Направления развития маркетинговой компетентности в условиях цифровой экономики / Ю.Н. Соловьева // Маркетинг-менеджмент в цифровой экономике. – 2015. – № 2. – С. 20–29.
3. Риддерстрале, Й. Караоке-капитализм: менеджмент для человечества / Й. Риддерстрале, К. Нордстрем: пер. с англ. – СПб: Стокгольм: Школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 325 с.
4. Godes, D. Sequential and temporal dynamics of online opinion / D. Godes, J. C. Silva // Marketing Science. – 2012. – № 31. – P. 448–473..

#### **ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**А.Джафарова**

[ezizeceferova90@gmail.com](mailto:ezizeceferova90@gmail.com)

**Азербайджанский технологический университет**

Цифровая экономика это новое понятие и явление в современной экономической науке и практике хозяйствования. Становление и развитие цифровой экономики привело к трансформациям комплекса маркетинга предприятия, вынудив его адаптироваться к изменившимся условиям внешней среды. В статье указаны наиболее значимые изменения в маркетинге предприятия и их последствия для субъектов хозяйствования сферы материального производства.

#### **TRANSFORMATION OF THE MARKETING ACTIVITY OF ENTERPRISES IN THE DIGITAL ECONOMY**

**A.Jafarova**

[ezizeceferova90@gmail.com](mailto:ezizeceferova90@gmail.com)

**Azerbaijan Technology University**

The digital economy is a new concept and phenomenon in modern economic science and business practice. The formation and development of the digital economy has led to the transformation of the marketing complex of the enterprise, forcing it to adapt to the changing conditions of the external environment. The article indicates the most significant changes in the marketing of an enterprise and their consequences for economic entities in the sphere of material production.



## AQRAR-SƏNAYE KOMPLEKSİ SİSTEMİNDƏ XAMMAL İSTEHSALI SAHƏLƏRİNİN İNKİŞAFI VƏ İQTİSADI SƏMƏRƏLİLİYİNİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİ

R.R.İbrahimova

[sohrabbabaxanoglu@mail.ru](mailto:sohrabbabaxanoglu@mail.ru)

Ş.K.Həsənova

[gurbanova.shelale@mail.ru](mailto:gurbanova.shelale@mail.ru)

Gəncə Dövlət Universiteti

Aqrar bölmənin fəaliyyətini səciyyələndirən göstəricilərin təhlili göstərir ki, həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində çox böyük uğurlar qazanılmasına baxmayaraq bu sahədə bir sıra problemlər hələ də qalmaqdadır. 1994-cü ildən sonra Heydər Əliyevin hakimiyyətə gəlişindən sonra bu sahədə radikal dəyişikliklər baş vermişdir. Xüsusilə, müstəqillik illərində Aqrar islahatlar haqqında qanunun qəbulu bu sahəyə olan dövlət dəstəyinin yeni bir nümunəsidir. (2.s.34) İslahatların başlamasından sonra 2000-ci ilə qədər kənd təsərrüfatında bütövlükdə istehsalın rentabelliği mənfi işarəli olduğu, yeni təsərrüfatlar zərərlə işlədikləri halda, 2021-ci ildən etibarən həmin göstərici müsbət işarəli olmuş, başqa sözlə təsərrüfatlar tədricən mənfəət əldə etməyə başlamışlar. 1990-2021-ci illərdə istehsalın fərdiləşməsi prosesi sürətlənmiş, sahələrarası inteqrasiya əlaqələri isə demək olar ki, pozulmağa başlamışdır. Kənd təsərrüfatının sənayeləşdirilməsi prosesi demək olar ki, dayandırılmış, texnika və texnologiyaların fiziki və mənəvi aşınması sürətlənmişdir. Sosial sahədə baş verən geriləmələr özünü daha qabarıq şəkildə göstərərək, işsizlik səviyyəsi müqayisə olunmaz dərəcədə yüksəlmişdir.

Azərbaycanın sürətli və hərtərəfli inkişafı, dünya ölkələri birliyində özünə məxsus yer tutması, ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi məsələlərinin həlli kənd təsərrüfatının hər bir sahəsinin və bu sahə ilə digər sahələr arasında iqtisadi əlaqələrin təkmilləşdirilməsindən bilavasitə asılıdır. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçısı ilə emal sahəsi arasında düzgün iqtisadi əlaqə və münasibət qurulması məhsul vahidinə xərclərin azalmasına və səmərəliliyin yüksəldilməsinə imkan verir. [3. 396 səh]

Aqrar sahədə aparılan iqtisadi islahatlar heyvandarlığın digər sahələrinin də inkişaf etdirilməsi üçün möhkəm zəmin yaratmışdır. Ölkəmizdə qoyunçuluğun inkişaf etməsi həm ət, həm də süd məhsullarına olan tələbatın ödənilməsində, digər tərəfdən yüngül sənayenin xammala və dəriyə olan tələbatının ödənilməsində çox böyük əhəmiyyətə malikdir.

Barama istehsalı kənd təsərrüfatında ən gəlirli və əməkətutumlu sahələrdən biri olmaqla bərabər təsərrüfat ili ərzində kənd əhalisinin məşğulluğunun yüksəlməsində və bir sıra digər məsələlərdə prioritet sahələrdən biri hesab oluna bilər. Baramaçılığın və ipəkçiliyin inkişafına dövlət dəstəyini gücləndirmək, bu sahənin potensial imkanlarından səmərəli istifadə etmək, rəqabət qabiliyyətini və barama istehsalı ilə bağlı əhalinin məşğulluğunu artırmaq, marağını gücləndirmək və sosial rifahını daha da yaxşılaşdırmaqdır. [4, 9 səh.]

Aqrar bölmədə emal sənayesinin xammal təchizatının xeyli hissəsi də bitkiçilik məhsullarının payına düşür. Bitkiçilik sahələri də ölkənin bütün regionlarının kənd əhalisinin əsas məşğuliyyət sahələrindən birini təşkil etdiyinə görə mühüm sosial və iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir. Bitkiçilik sahələrinin inkişaf etdirilməsi ilk növbədə bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqə şəraitində fəaliyyət göstərən tədbirlər kompleksindən ibarət olmalıdır. Bu tədbirlər hazırlanarkən bitkiçiliyin bütövlükdə cəmiyyət üçün və iqtisadi fəaliyyətin digər sahələri üçün əhəmiyyətliliyi müəyyənləşdirilməlidir. Bitkiçiliyin əhəmiyyətliliyi hər şeydən əvvəl əhalinin ərzaq məhsullarına, yüngül və yeyinti sənayesinin isə xammala olan tələbatını (taxıl, tərəvəz, meyvə, süfrə üzümü, bostan məhsulları və s.), digər tərəfdən isə yüngül və yeyinti sənayesini pambıq, tütün, texniki üzüm, çay yarpağı və s.

kimi kənd təsərrüfatı mənşəli sənaye xammalları ilə təmin etmə səviyyəsi ilə müəyyən edilir.

Ölkədə bitkiçilik sahələrinin inkişafı isə kənd təsərrüfatına yararlı torpaqlardan istifadənin səviyyəsindən asılıdır. Bu artım əsas etibarilə meliorasiya və irriqasiya tədbirləri nəticəsində bataqlıq və şoranlıq torpaqların əkin dövriyyəsinə cəlb edilməsi ilə əlaqədardır.

Emal müəssisələrinin özəlləşdirilməsinə baxmayaraq burada olan texnoloji avadanlıqların fiziki və mənəvi aşınmaya məruz qalması, maliyyə çatışmazlıqları ucbatından xammal istehsalçıları ilə ənənəvi istehsal-texnoloji və iqtisadi əlaqələrin qorunub saxlanma bilməməsi, regional bazarların itirilməsi və s. səbəblərdən emal müəssisələrinin çoxu öz fəaliyyətini dayandırmış, bəziləri isə fəaliyyətini məhdudlaşdırmışdır.

Sənaye məhsulunun tərkibində yüngül, yeyinti, unüyütmə yarma və qarışıq yemlər istehsalı sənayesi də daxil olmaqla aqrar-sənaye kompleksinin məhsullarını emal edən sənaye müəssisələrində istehsalın xüsusi çəkisi təqribən 49%-ə bərabərdir. Sənaye məhsulunun tərkibində aqrar-sənaye kompleksi məhsullarını emal edən sənaye müəssisələrinin xüsusi çəkisi o qədər də yüksək deyildir – təqribən 4,3%-ə bərabərdir. Əsasını toxuculuq, əyiricilik, tikiş və ayaqqabı sənayesi təşkil edən yüngül sənayenin xüsusi çəkisi isə 1,0%-ə qədərdir. Bütün bunlar əmək resurslarının, xammal və köməkçi materialların, texnoloji avadanlıqların, bütövlükdə isə maliyyə resurslarının istifadəsində əsaslı struktur dəyişikliklərinə səbəb olmuşdur. Sənaye məhsulunun sahə quruluşu son dövrlərdə azalaraq 3,2%-ə enmişdir. [6]

Yeyinti və yüngül sənayesinin gələcək inkişafı daxili və kənddən cəlb olunan investisiyalar hesabına, yeni bazar konyunkturuna cavab verən məhsuldar texnologiyalara əsaslanan iri və orta həcmli ilkin emal və təkrar emal sahələrinin yaradılması əsasında yeniləşməyə doğru gedir. Bu məsələnin həlli iri və orta biznes sahələrinin özəlləşdirilməsi proqramlarının məqsədyönlü şəkildə başa çatdırılması ilə yanaşı, sahələrarası maraqların gözlənilməsi istiqamətində yeni tədbirlər kompleksinin həyata keçirilməsini təmin edir.

Respublika üçün spesifik olan tütün məmulatlarının, toxuculuq və geyim istehsalı ilə məşğul olan yüngül sənaye sahələrinin məhsullarına əhalinin daim artmaqda olan tələbatını nəzərə alaraq bu sahələrin inkişafına xüsusi diqqət yetirilməlidir. Emal sənayesi müəssisələri əsas etibarilə kiçik və orta həcmli emal müəssisələrindən ibarətdir ki, bu da rəqabət mühitinin inkişafına və aqrar sahənin özünü-tənzimlənməsinə şərait yaradır.

Fikrimizcə, kənd təsərrüfatı müəssisələrinin və ərzaq bazarının maliyyə durumu normalaşdıqca müəssisələrin mülkiyyət formalarından və təsərrüfatçılıq tiplərindən asılı olmayaraq təsərrüfatlararası kooperasiya prosesinin inkişafı üçün əlverişli şərait yaranır, onlar sahəvi kooperasiya birliklərinin saxlanmış sistemi vasitəsilə bazarla bağlanır. [5]

Ölkədə emal sənayesinin inkişafında əyiricilik, toxuculuq, gön-dəri, ayaqqabı və s. sənaye sahələrindən ibarət olan yüngül sənaye sahələrinin də müstəsna əhəmiyyəti vardır. Bu sənaye sahələrinin istehsal etdikləri məhsullar əhalinin tək-cə geyimə olan tələbatını deyil, avtomobil, yeyinti, səhiyyə, mebel və s. kimi sahələrdə də geniş istifadə olunur ki, bu da milli iqtisadiyyatın ahəngdar inkişafında mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

**Nəticə.** Bütün bunlar onu deməyə əsas verir ki, emal sənayesinin bütün sahələrindən fərqli olaraq kənd təsərrüfatı məhsullarını emal edən sənaye sahələrində istehsal və xidmət ifrastrukturlarının zəif inkişafı nəticəsində əmək haqqına və digər sosial ehtiyaclara ayrılan xərclər bütövlükdə sənaye sahələrinin xərclərindən az olmuşdur. Bu uyğunsuzluğun aradan qaldırılması emal sənayesinin inkişaf etdirilməsində müsbət rol oynaya bilər.



### **ƏDƏBİYYAT**

1. “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı.
2. Quliyev E.A.. Aqrar iqtisadiyyat. Bakı, 2015, “Kooperasiya” nəşriyyatı, 320 səh.
3. İbrahimov İ.H. Aqrar sahənin iqtisadiyyatı. Monoqrafiya. Bakı 2016. 655 s.
4. Məmmədova. Y. “Azərbaycan ipəyinin şöhrətini qaytaraq”, İqtisadiyyat qəzeti.- 2019.- 14-27 mart.- S.9
5. Ataşov B.X. Aqrar sahədə struktur və səmərəlilik problemləri (nəzəriyyə və praktika). Bakı, 2017, “Kooperasiya” nəşriyyatı, 536 səh.
6. [www. stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)

### **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЫРЬЕВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В СИСТЕМЕ АПК**

**Р.Р.Ибрагимова**

[sorabbabaxanoglu@mail.ru](mailto:sorabbabaxanoglu@mail.ru)

**Ш.К.Гасанова**

[gurbanova.shelale@mail.ru](mailto:gurbanova.shelale@mail.ru)

**Гянджинский государственный университет**

В представленном тезисе основной задачей системы агропромышленного комплекса является достижение устойчивого развития производства и достижение эффективных результатов за счет надежного снабжения внутреннего рынка продовольствием и сельскохозяйственным сырьем. Созданы правовые и организационные условия для функционирования различных форм собственности и фермерского хозяйства на предприятиях и организациях, входящих в систему агропромышленного комплекса.

### **THE CURRENT SITUATION OF THE DEVELOPMENT AND ECONOMIC EFFICIENCY OF RAW MATERIAL PRODUCTION AREAS IN THE AGRICULTURAL-INDUSTRIAL COMPLEX SYSTEM**

**R.R.Ibrahimova**

[sorabbabaxanoglu@mail.ru](mailto:sorabbabaxanoglu@mail.ru)

**Sh.K.Hasanova**

[gurbanova.shelale@mail.ru](mailto:gurbanova.shelale@mail.ru)

**Ganja State University**

In the presented thesis, the main task of the agro-industrial complex system is to achieve sustainable development of production and achieve efficient results by reliably supplying the domestic market with food and agricultural raw materials. Legal and organizational conditions have been created for the operation of various forms of ownership and farming in enterprises and organizations included in the agro-industrial complex system.



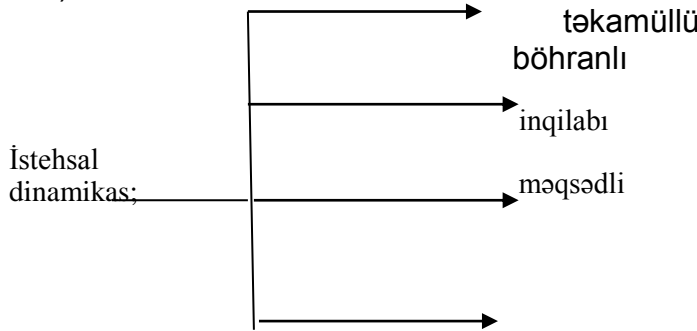
## TOXUCULUQ SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNİN İQTİSADI İNKİŞAF XÜSUSIYYƏTLƏRİ NƏZƏRİ MƏSƏLƏLƏRİ

X.F. Məmmədova

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Yeni iqtisadi mexanizmə keçidlə bağlı bütün sənaye sahələrində olduğu kimi yüngül sənayedə də müəyyən işlərin yeniləşməsinə ehtiyac qara-Belə ki, yüngül sənayedə yeni nəsəl avadanlıqlar yaranmış müasir çeşidli toxucu materiallar, toxunmayan polotnolar, tikişsiz konstruksiyalar və emal üsulları işlənmişdir. Yüngül sənayedə yeni nəsəl avadanlıqlar dedikdə bu məsələdə robotlar, manipulyatorlar, yarımavtomat maşınlar nəzərdə tutulur. Bunların hər biri yüksək keyfiyyətli məlumat istehsal etməklə yanaşı məhsuldarlığı olduqca yüksəkdir. Eyni zamanda yeni növ parçalar və toxunmayan polotnolar yeni növ dizayn əsərlərini tələb edir. Bunların hər biri müəssisənin iqtisadi cəhətdən inkişaf etməsinə xidmət edir. Çünki müasir bazar yeni dizaynda yüksək keyfiyyətli məhsulların istehsalını və istehlakını tələb edir. Hal-hazırda firmalar və şirkətlər bir tərəfdən sabit yüksək keyfiyyətli məhsul istehsalının artımına can atır, digər tərəfdən müəssisəyə tələb olunan iqtisadi səmərəni əldə etməyə çalışır. İdeal variantda o hansısa bir məqsədlə inkişafa nail olmaq amil kimi başa düşülür.

Müəssisənin inkişafı təkrar istehsalın yeni parametrlərinə nail olması üçün müxtəlif miqyasda və istiqamətdə dəyişikliklər sistemidir. Müəssisənin inkişaf prinsiplərinin tətbiqi onun istehsal dinamikası üzrə mövqeyini və imkanlarını təsnifləşdirməyə imkan verir (şəkil.1.)



məcburiyyət qarşısında (uyğunlaşmaq)

Şəkil 1. Sənaye müəssisələrinin inkişaf prinsipləri.

Yüngül sənaye ənənəvi olaraq həmişə yeniliyə nail olmaqla inkişafa meyli olub. Belə ki, bu sənaye sahəsində yeniləşmə, modernləşmə, intensivləşmə mütəmadi olaraq öndə olmuş və daimə islahatların tərəfində olmuşdur. Hər ildən nəsəl avadanlıqları dəyişir və həmin avadanlıqlarda işləmək üçün yeni savadlı kadrların olması vacibdir. Digər tərəfdən hər bir yeniliklər ya təkamül yolu ilə və ya inqilabı yolla aparılmışdır. Əgər müəssisədə hər bir avadanlıqlar müasir olarsa onda işsizlər ordusu yaranar və bununlada firmada şirkətdə narazılıqlar yaranır. Ona görə də belə məsələləri həll edərkən ehtiyatlı olmaq lazımdır. İnkilabı inkişaf çox zaman yaxşı effekt vermir və bəzi hallarda uğursuzluqla bitir. Lazım oldu iqtisadi səmərəyə nail olmaq üçün həmişə daxili və xarici mühiti nəzərə almaq lazım gəlir. Məsələn, xarici bazara çıxmaq o müəssisələrə nəsisib olur ki, orada ixrac potensialı xammal mövcuddur. Azərbaycanda ixrac potensialı yüngül sənaye müəssisələri mövcuddur. Bakixanov adına tikiş ticarət evində olan

avadanlıqlarla yüksək keyfiyyətli məhsullar istehsal etmək mümkündür. Bunun üçün xammal bazası kifayət qədər olmalı və parça çeşidləri də yüksək səviyyədə olmalıdır. Digər tərəfdən məhsulun ixracı üçün düzgün bazarın seçilməsində əsas şərtlərdəndir. Çünki bazarda rəqiblər çox olmaqla yanaşı, eyni zamanda güclü tərəfdaşlara malikdirlər. Bu variant qısa zamanda və əhəmiyyətli olaraq dəyişdirilməsinə imkan verir.

Məqsədli inkişaf daxili və xarici mühit amillərinə yaxşı nəzarət edildikdə mümkündür. Bu müəssisənin idarə edilməsini və məqsədlər sisteminin əsaslı şəkildə formalaşdırılmasını təmin edir. Məsələn, Bakı Tikiş Evi müəssisəsi uzun zaman xarici bazarlara çıxmaq və bu bazarların əhəmiyyətli hissəsinə nəzarət etməyə dair məqsədlərinə nail olmasını çox yaxşı təmin edirdi. İnkişafa reaktiv idarəetmənin müstəqil variantı kimi də baxmaq olar. O, bazar parametrlərin əhəmiyyətli dəyişməsinə cavab reaksiya kimi idarəetmə qərarlarının və mexanizmlərinin işə düşməsi ilə xarakterizə edilir. Adətən bu rəqiblər öz fəaliyyətinin əsas xarakteristikalarını dəyişdirilməsindən sonra baş verən gecikmiş reaksiya olur. Müxtəlif dəyişikliklərin əvvəlcədən görülməsi, proqnozlaşdırılması və planlaşdırılması əlamətinə üzrə uyğunlaşma inkişafı daha operativdir. Bu varianta bir çox kiçik tikiş müəssisələrini aid etmək olar. Satış həcmnin azalması məcburi inkişaf mərhələləri, istehsal gücündən tam istifadə olunmaması son məqamda böhrana gətirib çıxarır. Böhranlı vəziyyət müəssisənin maliyyə-iqtisadi göstəricilərinin pisləşməsinə, ödəmə qabiliyyətinin aşağı düşməsinə təsir edir. digər tərəfdən xarici amillərin dəyişməsinə cavab olaraq yüngül sənaye müəssisələrində çevirlik və mobillik önə çəkilir. Çiviklik dedikdə hər iki göstərici nəzərə alınır. Yəni. Kəmiyyət və keyfiyyət məsələləri.

Bu gün Azərbaycanda amillik inkişaf mərhələsindən innovasiyalı mərhələ ilə birləşən institusional inkişafa keçid həyata keçirilməkdədir. Bu birləşdirilmiş keçid özünü doğruldur, çünki yalnız bu mərhələyə keçid yalnız sahənin rəqabət qabiliyyətinin artmasına deyil, eyni zamanda sadə təkrar istehsal böyük kapital qoyuluşları ilə xarakterizə edilir. Müəssisələrin xarici və daxili təsirlərə yüksək uyğunlaşma qabiliyyəti vəziyyətin dayanaqlığını təmin edir və nəinki dayanaqlığa, hətta inkişafa stimül yaradır. Aşağı uyğunlaşma qabiliyyəti olduğu zaman dayanıqlıq demək olar ki, mümkün deyil. Deməli, dəyişiklər bazar tarazlığına nail olunmasını daha yaxşı təmin edər/2/.

Bazar iqtisadiyyatının əsas kateqoriyalarında biri və başlıcası tarazlıqdır ki, bu həm müəssisədə sabitləşdirici amilləri nəzərdə tutur həm də onu idarədən təsirdir. Bir çox alimlər bazar tipinin tarazlığın təmin edən, yalnız bazar təsərrüfatçılıq şəraiti olan sənayecə inkişaf etmiş kapitalist ölkələrində həyata keçirilməsini zəruri sayırdı. Digər tərəfdən şirkətin və firmanın inkişafına toplanan təcrübəsi respublikasında yüngül və toxuculuq sənayesi üçün əhəmiyyətli olardı. Sənaye və maliyyə qurumlarının strukturunda dəyişiklik yavaşmaları fərqləndirici edir /3/. Strukturların dəyişdirilməsi variantları rəqabətli istehsalın mühitinə yeridilir. Rəqabət üstünlüklərinə bir sıra göstəriciləri də şamil etmək olar; amillik şərait, tələb şərtləri, köməkçi sahələr, strategiya və s.

Strukturun dəyişdirilməsi proseslərinin aparılmasının vacib nəticəsi kimi, yüksəldilməsi və səmərəli rəqabət mexanizminin yaradılmasını hesab etmək olar. Həmçinin yerli istehsalçıların dəstəklənməsi, sənaye istehsalının inkişafı, məlumat təminatı məsələləri də hazırda əhəmiyyətli məsələlərdəndir. Bundan nəinki daxili və

xarici bazarlarda məhsulların rəqabətqabiliyyəti, hətta ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyi asılıdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Управление хозяйственными связями предприятия с поставщиками и потребителями. Коллективная монография с международным участием-М: ЦНТБ пищевой промышленности. 2015-570 с
2. Проектирование информационных систем управления бизнес-процессами предприятий легкой промышленности: Учебник с международным участием, с грифом УМО-Москва, ЗАО «Университетская книга»-588 с.
3. Мəmmədova X.F. Azərbaycan Respublikasında toxuculuq sənayesi müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi yolları. iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiya B. 2016-111 s.

### **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ПРЕДПРИЯТИЯ ТЕКСТИЛЬНЫХ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Х.Ф. Мамедова**

**Азербайджанский Технологический Университет**

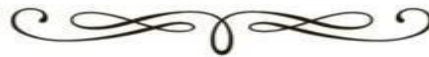
В работе рассматривается теоретическая концепция экономического роста текстильной промышленности, проблемы конкурентоспособности предприятий особенности конкурентоспособности текстильных материалов.

### **THEORETICAL ISSUES OF INCREASING THE ECONOMIC GROWTH OF THE TEXTILE INDUSTRY**

**Kh.F.Mamedova**

**Azerbaijan Technological University**

Of the theretical concept of economic growth of textile and light industry, problems of competitiveness of enterprises features of the textile materials competitiveness.



**RƏQƏMSAL BAZAR ARAŞDIRMASI**

**N.A.Hacıyeva**

[n.hacıyeva@uteca.edu.az](mailto:n.hacıyeva@uteca.edu.az)

**S.F.Babakışiyeva**

[s.babakışiyeva@uteca.edu.az](mailto:s.babakışiyeva@uteca.edu.az)

**G.Ə.Abbasova**

[g.abbasova@uteca.edu.az](mailto:g.abbasova@uteca.edu.az)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Açar söz araşdırması rəqəmsal strategiya işləmələrində ilk növbədə ən yaxşı şəkildə edilən işlərdən biridir. Google-un pulsuz reklam paneli Google Adwords xidməti olan "açar sözlər vasitəsi" tətbiqi, açar sözləri təyin etmək üçün istifadə edilən ən çox yayılmış tətbiqlərdən biridir. [www.keywordtool.io](http://www.keywordtool.io) saytı, pulsuz açar sözlər araşdırması üçün də faydalı bir saytdır. Açar söz araşdırması ilə həm 1-2 sözdən ibarət qısa açar sözlər, həm də 3-5 sözdən ibarət uzun açar sözlər tapılır. Müəyyən edilmiş açar sözlər arasında diqqət yetirilməli olan ən vacibləri seçilir. Açar söz öyrənməyin başqa bir vacib addımı rəqiblərin təhlilidir. Müəyyən edilmiş sözlər Google-da axtarılır, axtarış sistemlərində hansı veb saytların hansı açar sözlər üçün və hansı şirkətlərin bu açar sözlər üçün axtarış sistemi reklamı hazırladığı müəyyən edilir. Bu araşdırmalar üçün müxtəlif axtarış sistemi rəqabət təhlili vasitələrindən istifadə edilə bilər. Əlavə olaraq, həm üzvi siyahılarda, həm də axtarış sistemlərindəki reklamlarda rəqiblərin hansı dildən istifadə etdiyini və necə ünsiyyət qurduqlarını araşdırmaq vacibdir. Rəqəmsal bazar tədqiqatı və rəqabət təhlili apardıqdan sonra ünsiyyət strategiyamızın rəqəmsal olaraq necə olacağı, axtarış sistemi optimallaşdırmasına (SEO) və axtarış sistemi reklamlarına (SEA) qoyacağımız investisiya kimi mövzularda daha sağlam qərarlar verə bilərik [2].

Rəqabət təhlili apararkən, nəinki məhsul və xidmət satan şirkətləri, həm də daxil olduğumuz sektorda işləyən və ziyarətçilərin sayının çox olduğu veb saytları müəyyən etməli və məzmunu burada axtarmalıyıq. Bu məzmunlar və ziyarətçilərin məzmunla bağlı etdiyi şərhlər, bəyənmələr və paylaşımalar kimi göstəricilər, məzmun strategiyamızı inkişaf etdirərkən bizə kömək edəcək. Bundan əlavə, bu nəşriyyatlar hədəf auditoriyamızı cəlb etdiyindən, müvafiq nəşriyyatların veb saytlarını reklam verə biləcəyimiz bir vasitə hesab edə bilərik [3].

Rəqəmsal strategiyanın girişi biznes planı və marketinq strategiyasıdır. Bu girişlə rəqəmsal marketinq prosesi yaradılır və bu proses davamlı olaraq təhlil və optimallaşdırılır. Rəqəmsal marketinq prosesi şirkətin ünsiyyət strategiyasına əsaslanaraq reklam mətnlərinin və şəkillərin hazırlanmasından başlayır [1]. Rəqəmsal marketinq fəaliyyətinin əsas məqsədi ziyarətçiləri veb saytına cəlb etməkdir. Veb saytımızı ziyarətçinin məqsədli hərəkətlər etməsi və yaxşı bir istifadəçi təcrübəsinə sahib olması üçün veb saytımızı necə idarə etməyimiz vacibdir. Veb sayt idarəçiliyi saytımızın dönüşüm nisbətində təsir göstərir [8]. Uğurla idarə olunan veb sayt ziyarətçini üzvlük və satış prosesinə yönəldir. Satış prosesi də ayrıca müzakirə edilməli olan bir prosesdir. Satışı ən az addımla tamamlamaq, çoxlu ödəniş seçiminə sahib olmaq, aydın və başa düşülən məzmunlu addımları istiqamətləndirmək uğurlu bir satış prosesi üçün əsas elementlərdir. Rəqəmsal müəssisələrin satışdan və ya üzvlükdən sonra veriləcək satış sonrası xidmətləri müştəri məmnuniyyətini təmin edəcək şəkildə idarə etməsi üçün çox vacibdir. İnternetdə eyni və ya oxşar xidmətləri göstərən bir çox veb sayt var, buna görə insanların eyni məhsul və ya xidmət üçün başqa bir şirkət seçməsi çox asandır. Satış sonrası xidmətlər mükəmməlliyə yaxın deyilsə, müştərini həmişəlik itirə bilərik [2]. Rəqəmsal marketinq fəaliyyətləri kanal əsasında çox fərqli ölçülərlə ölçülə bilər. Əsasən, müvafiq onlayn marketinq fəaliyyəti ilə əlaqədar hədəf auditoriyaya nə qədər giriş təmin edildiyini, veb saytına nə qədər ziyarətçinin nə qədər xərclə gətirildiyini və nə qədər üzvlük və satış olduğunu ölçməklə gündəlik, həftəlik və aylıq olaraq qiymətləndirilir. Satış prosesi, ziyarətçilərin məhsul və ya xidmət aldıkları elektron ticarət saytlarında gedən prosesdir. Adətən bir neçə addımdan ibarət olan satış prosesinin hər bir addımı daim optimallaşdırılmalıdır. Satış prosesində ən vacib performans göstəricisi, satış tamamlanma sayının səbətə gələn istifadəçilərin sayına və ya unikal ziyarətçilərin ümumi sayına nisbətidir [5]. Satış prosesində ziyarətçilərin hər addımdan digərinə keçmə sürəti, ziyarətçi şəbəkəsinin optimallaşdırmaq üçün ən əhəmiyyətli göstəricidir. Satış prosesinin sonunda əldə edilən "ümumi satış sayı" və "cəmi dövriyyə", iş planındakı hədəflərin ümumiyyətlə nə qədər uğurla yerinə yetirildiyini və mütəmadi olaraq izləndiyini və hesabat verildiyini göstərən əsas



performans göstəriciləridir. Müəyyən edilmiş performans göstəriciləri gündəlik, həftəlik və aylıq olaraq izlənməli və hesabat verilməli, hesabat araşdırılaraq ortaya çıxarılaçaq nəticələrə görə tədbirlər təyin edilməlidir. Hesabatların araşdırılmasından əldə edilən nəticələr, prosesdə hansı fəaliyyətlərin və hansı componentlərin yaxşı və ya pis yerinə yetirildiyini ortaya qoyacaq. Bu təyinatlar nəticəsində görülməli işlər müəyyən ediləcək. Satış şəbəkəsi boyunca yüksək dönüşüm dəyərləri arzu olunur. Dönüşüm nisbətləri daim təhlil edilməli və izlənməlidir. Dönüşüm nisbətini artırmaq üçün optimallaşdırmalar da davamlı olaraq edilməlidir. Məzmun, dizayn, ödəniş variantları, emal sürəti kimi məsələlər davamlı olaraq təkmilləşdirilməlidir. Satış şəbəkəsinin optimallaşdırılmasında A/B testi, temperatur xəritəsi, klik xəritəsi, göz izləmə (eye-tracking) kimi üsullardan istifadə edilə bilər. Rəqəmsal marketing fəaliyyətlərimizin hər bir addımının istifadəçilərə necə təsir edəcəyini də araşdırmaq. Hədəf auditoriyası üçün hazırladığımız reklam ünsiyyəti və bu ünsiyyəti çatdırmaq üçün həyata keçirdiyimiz rəqəmsal marketing fəaliyyətləri ilə veb sayt ziyarətçiləri olaraq hədəf auditoriyanın bir hissəsini qazanırıq. Veb sayt rəhbərliyi və hazırlanan səhifələrlə ziyarətçilər üzvlüyə yönəldilir və üzv qazanmağa çalışırlar. Ziyarətçilərdən bəziləri veb saytına üzv olur və buna bir dönüşüm də deyə bilərik. Üzv olduqdan sonra şəxs satış prosesinə girir. Satış prosesi zamanı istifadəçi təcrübəsindən asılı olaraq üzvlərdən bəziləri məhsul və ya xidmətlərimizi satın alaraq müştərilərimiz olur. Bu addım satış mərhələsidir. Əlbəttə ki, satışla bitmirik. Satış sonrası ünsiyyət və satış sonrası xidmətlərlə müştəri məmnuniyyətini ən yüksək səviyyədə təmin etməyə çalışaraq bəzi müştərilərimizi marka elçilərinə çevirə və "ağızdan-ağıza" (word of outh) fenomenini aktivləşdirə bilərik [4].

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Koray Odabaşı. "Dijital Pazarlama Stratejileri 2019". İstanbul 2019Qari Armstrong/ Philip Kotler. "Marketing: ilk addım". 7n. 2006
2. Olgu Şengül. "Dijital Pazarlama". Ceres yayınları. 2018
3. Philip Kotler/Hermawan Kartajaya/ Iwan Setiawan. "Pazarlama 4.0". Optimist yayınları 2017
4. Rafiq Hunaltay. "Bu günün marketingi 2". 2016
5. Rafiq Hunaltay. "Bu günün marketingi 3". Teas Press nəşriyyatı 2019
6. <http://www.marketingjournal.org/marketing-4-0-when-online-meets-offline-style-meets-substance-and-machine-to-machine-meets-human-to-human-philip-kotler-hermawan-kartajaya-iwan-setiawan/>
7. <https://az.bccrwp.org/compare/what-are-the-different-types-of-marketing-segmentation-d7f0ce/>
8. <https://pazarlamaturkiye.com/pazarlama/dijital-pazarlama/7-adimda-geleneksel-ve-dijital-pazarlama-arasindaki-farklar/>

#### **ИССЛЕДОВАНИЕ ЦИФРОВОГО РЫНКА**

**Н.А.Гаджиева**

**С.Ф.Бабакишиева**

**Г.А.Аббасова**

**Азербайджанский Технологический Университет**

В статье упоминается о необходимости изучения конкуренции в онлайн-каналах в отношении продуктов и услуг, предоставляемых компанией на цифровых платформах. При проведении исследования цифрового рынка в первую очередь следует искать ключевые слова, относящиеся к релевантным продуктам и услугам, и определять группы слов.

#### **DIGITAL MARKET RESEARCH**

**N.A.Hajiyeva**

**S.F.Babakishiyeva**

**G.A.Abbasova**

**Azerbaijan Technological University**

The article mentions the need to study competition in online channels in relation to products and services provided by the company on digital platforms. When conducting digital market research, you should first look for keywords related to relevant products and services and identify groups of words.



## PANDEMİYA DÖVRÜNDƏ ZƏRƏR ÇƏKMİŞ KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIĞIN MALİYYƏ TƏMİNATI

X.İ.Nəsibova

J.E.İmanova

[jeimed@icloud.com](mailto:jeimed@icloud.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Bütün dünyada tüğyan edən koronavirus pandemiyasından zərər görən sektorlardan biri də iqtisadiyyat oldu və ilk növbədə kiçik və orta sahibkarlığın vəziyyətinə güclü təsir göstərdi. Bu gün ölkədə bir sıra qurumlar, o cümlədən KOBİA agentliyi sahibkarlara müxtəlif dəstək və xidmətlər göstərir, dövlət tərəfindən sərfəli kredit platforması və vergi güzəştləri tətbiq edilir.

Kiçik və orta sahibkarlığın maraqlarının qorunması, biznes təşəbbüslərinin dəstəklənməsi və maarifləndirilməsi respublikanın 24 şəhər və rayonunda fəaliyyət göstərən “KOB Dostu” şəbəkəsi vasitəsilə həyata keçirilir. [1]

Azərbaycan Nazirlər Kabinetinin 23 dekabr 2020-ci il tarixli sərəncamına müvafiq olaraq və ölkədə sərtləşdirilmiş karantin rejiminin tətbiqi ilə əlaqədar sahibkarlıq subyektlərinə - 83 162 fərdi (mikro) sahibkara 29,5 milyon manat məbləğində maliyyə dəstəyi göstərilib. Birinci mərhələdə 1000 manatadək birdəfəlik ödəniş alanlara dördüncü mərhələdə tam vəsait ödənilib. Müvafiq vəsaitlər Maliyyə Nazirliyinin Dövlət Xəzinədarlığı Agentliyi tərəfindən vergi ödəyicilərinin bank hesablarına köçürülüb.

Xüsusilə, pandemiya dövründə kiçik və orta sahibkarlığa əlavə dəstəyə gəlincə, burada da bir sıra layihələr həyata keçirilib. 2021-ci ildən KOS üçün təhsil, elm, tədqiqat və dəstək layihələrinin maliyyələşdirilməsinə başlanılıb. Bunun üçün agentlik müsabiqə elan edib və müsabiqə çərçivəsində maliyyələşdirilən hər bir layihə üçün 20 000 manatadək vəsait ayrılıb. [4]

2021-ci ildən mikro və kiçik sahibkarlıq subyektlərinə “Startap” sertifikatları verilir. Startap sertifikatı Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsinə müvafiq olaraq kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərini 3 il müddətinə gəlir vergisindən və innovasiya fəaliyyətindən gələn gəlir vergisindən azad edib.

Bundan əlavə, pandemiya zərər çəkmiş kiçik və orta bizneslə məşğul olan sahibkarlara dəstək məqsədilə həyata keçirilən maliyyə dəstəyi proqramının icrası nəticəsində fərdi sahibkarların hərəsi minimum 250 manat, maksimum 5 000 manat həcmində maliyyə dəstəyi alıblar. Bugünə qədər bu proqramdan 106 mindən çox sahibkar faydalanıb və bu sektora dövlət büdcəsindən 63,3 mln. manat vəsait ödənilib. [3]

### **Cədvəl 1: Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə maliyyə dəstəyi**

<b>Fərdi (mikro) sahibkarlara maliyyə dəstəyi (25.07.2020 il tarixi)</b>	
Faktiki ödəniş edilmiş vergi ödəyicilərinin sayı	106.334 vergi ödəyicisi
Ödənilmiş vəsaitin məbləği	63.319,9 min manat

Əlavə olaraq, mikrosahibkarlıq müəssisələrinə 2020-ci il yanvarın 1-dən 2021-ci il yanvarın 1-dək sadələşdirilmiş vergi üzrə 50 % vergi güzəşti, yəni, 2 % dövriyyədən 1 % dövriyyəyə endirilməsi, habelə vergilərin, cari vergiödəmələrin hesablanması və ödənilməsi üzrə vergi tətilləri edilib. [4]

Biznes kreditlərinə dövlət zəmanətinin verilməsi və həmin kreditlər üzrə faizlərin subsidiyalaşdırılması mexanizminə görə, yeni verilən 500 milyon manat kredit portfelinin 60%-ə qədər hissəsinə dövlət zəmanəti, eyni zamanda həmin kreditlərin illik faiz

dərəcəsinin 50%-nin dövlətin maliyyələşdirdiyi müəyyən edilib. Bu mexanizm, müddəti 3 ildən, illik faiz dərəcəsi 15%-dən artıq olmayan kreditlərə aid edilir.

İkinci istiqamət pandemiyadan zərər çəkmiş sənaye sferalarında fəaliyyət göstərən fərdi (mikro) sahibkarlara maliyyə dəstəyini əhatə edib. Bu proqram çərçivəsində pandemiyanın mənfi təsirinə məruz qalmış yerlərdə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan 90 minə yaxın fərdi sahibkara dövlət 30,5 milyon manat məbləğində maliyyə dəstəyi göstərmişdir. Maliyyə dəstəyinin birinci mərhələsində 1000 manata qədər birdəfəlik ödəmə almış fərdi (mikro) sahibkarlara təkrar vəsait ödənilib. [2]

Hazırkı vəziyyətdə sahibkarlara yenidən maliyyə dəstəyinin göstərilməsi sahibkarlıq subyektlərində itkilərin azaldılmasına, onların maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına, eyni zamanda iş yerlərinin qorunub saxlanmasına xidmət edir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Həsənov R. (2020). “Post-pandemiya dövründə makroiqtisadi sabitliyin qorunması yollar. Hesabat. 15 səh.
2. Koronavirus (COVID-19) pandemiyasından zərər çəkmiş sahibkarlara maliyyə dəstəyinin göstərilməsi mexanizmləri haqqında. 8 aprel 2020.
3. Mahmudov.C, Heydərov.X,(2020), COVID-19 pandemiyası dövründə həyata keçirilən maliyyə siyasəti iqtisadi təhlükəsizliyin əsas ünsürü kimi. Elmi əsərlər. №4. 13-18 s.
4. <https://www.taxes.gov.az/az/page/iqtisadi-artima-ve-sahibkarlara-dovlet-desteyi-tedbirlerinin-mexanizmleri>

#### **ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА, ПОСТРАДАВШЕГО ОТ ПАНДЕМИИ**

**Х.И.Насибова**

**Ж.Э.Иманова**

[jehmed@icloud.com](mailto:jehmed@icloud.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В статье рассматривается положение малого и среднего бизнеса, который является одним из секторов, пострадавших от бушующей во всем мире пандемии - коронавируса. Обсуждались различные виды поддержки и услуг, предоставляемые предпринимателям государством и рядом учреждений.

#### **FINANCIAL SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES AFFECTED BY THE PANDEMIC**

**K.I.Nasibova**

**J.E.Imanova**

[jehmed@icloud.com](mailto:jehmed@icloud.com)

**Azerbaijan Technological University**

The article looks at the situation of small and medium enterprises, which is one of thesectors affected by the coronavirus pandemic raging all over the world. Various support and services provided to entrepreneurs by the state and a number of institutions were discussed



## AZƏRBAYCANDA YERLİ ÖZÜNÜİDARƏETMƏ ORQANLARININ MALİYYƏ QAYNAQLARININ ARTIRILMASI YOLLARI

M.İ.Əhmədova

[matanat.axmedova74@gmail.com](mailto:matanat.axmedova74@gmail.com)

N.M.Əlisgəndərova

[ibr\\_nargiz@mail.ru](mailto:ibr_nargiz@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Yerli özünüidarəetmə orqanlarının maliyyə resursları bələdiyyənin maliyyə resurslarının ən mühüm tərkib hissəsidir. Onlar yerli özünüidarəetmə orqanlarının mülkiyyətində və ya sərəncamında olan və ümumi bələdiyyə məhsulunun genişləndirilməsi, yerli sosial ehtiyacların ödənilməsi, bələdiyyə əhalisinin həyat səviyyəsinin və keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün istifadə edilən vəsaitlər kimi çıxış edirlər. Müstəqil təsərrüfat subyektlərinin (təşkilatların və təsərrüfatların) maliyyə vəsaitləri bələdiyyə orqanlarının yurisdiksiyasında deyil, lakin onlar bələdiyyənin ərazisində təkrar istehsalda iştirak edir və vergitutma, qeyri-təsərrüfat vasitələri ilə bələdiyyələrin maliyyə siyasətinin obyektidir. Vergi ödənişləri, bələdiyyə əmlakının idarə edilməsi, büdcənin maliyyələşdirilməsi, bələdiyyə tapşırıqları və s.aid edilir.

Yerli özünüidarənin maliyyə resursları aşağıdakı əsas mənbələrdən formalaşır:

- yerli büdcələrin öz, o cümlədən vergi və qeyri-vergi daxilolmaları;
- borc götürülmüş, bələdiyyə borcları nəticəsində formalaşmış;
- dövlət orqanları tərəfindən yerli özünüidarəetmə orqanlarının sərəncamına verilən köçürmə.

Yaradılan maliyyə resurslarının strukturu yerli özünüidarənin maliyyə müstəqillik dərəcəsini xarakterizə edir. Yerli özünüidarənin maliyyə bazasının kifayət qədərliyi prinsipi yerli özünüidarənin maliyyə resurslarının strukturunda onun öz gəlir mənbələrinin üstünlük təşkil etməsini nəzərdə tutur. Borc mənbələrinin payının artması ilə bələdiyyələrin borc yükünün səviyyəsi artır, transfer mənbələri isə hökumətin daha yüksək səviyyələrindən asılılığı artırır. [11, S.88-92]

Bələdiyyənin ərazisində yerləşən təsərrüfat subyektlərinin maliyyə vəsaitlərinin birləşdirilməsi onların yerli təkrar istehsalda iştirakı ilə bağlıdır.

Təşəkkül mənbələrinə görə bələdiyyənin maliyyə resursları mərkəzləşdirilmiş (yerli özünüidarəetmə orqanlarının maliyyə resursları) və qeyri-mərkəzləşdirilmiş (müstəqil təsərrüfat subyektlərinin, bələdiyyə unitar müəssisə və təşkilatları, kommərsiya qeyri-maliyyə təşkilatları, maliyyə institutları, maliyyə resursları bölünə bilən ev təsərrüfatları) yerli təkrar istehsal prosesində iştirak dərəcəsinə uyğun olaraq həyata keçirilir. Müvafiq olaraq, bələdiyyənin maliyyə resurslarına yerli özünüidarənin maliyyə resurslarından fərqli olaraq, bələdiyyənin bütün təsərrüfat subyektlərinin mülkiyyətində və sərəncamında olan və yerli icmanın ehtiyaclarını ödəmək üçün istifadə olunan maliyyə vəsaitləri daxildir. [17, S.44-45]

Bələdiyyələrin yerli büdcələrinin vergi və qeyri-vergi daxilolmalarının həcminə münasibətdə borc öhdəliklərinin həcmi 2017-ci ildəki 18,6%-dən 2022-ci ildə 27,4%-ə yüksəlib. 2022-ci il üçün əlavə ayırma normativləri üzrə əvəzsiz daxilolmaların və vergi daxilolmalarının həcmi istisna olmaqla yerli büdcələrin gəlirlərinin həcminə 30,9 faiz təşkil etmişdir.

Azərbaycan Respublikasının büdcə sisteminin digər büdcələrinin gəlirlərinə münasibətdə yerli büdcələrin vergi daxilolmalarının dinamikasını nəzərdən keçirsek, 2017–2022-ci illər üçün görə bilirik ki yerli büdcələrin vergi gəlirləri 1,19 dəfə, regional büdcənin gəlirləri 1,43 dəfə, federal büdcənin gəlirləri isə 2022-ci ildə azalmasına baxmayaraq, 1,44 dəfə artıb. [14, S.76-84]

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Abbasov İ. Bələdiyyələrin maliyyəsinin hüquqi əsasları. Azərbaycan Hüquq Jurnalı, Bakı, 2002, №2.
2. Abdullayev E.İ., Həsənova S.H. Bələdiyyə hüququ. Dərslük. Bakı. ABU-2002. 336 s.
3. Azadov E.H. Bələdiyyə iqtisadiyyatının idarə olunma xüsusiyyətləri. Dövlət idarəçiliyi: sosial-iqtisadi aspektlər. Bakı. 2002.
4. Azərbaycanda Bələdiyyələr: İlk ilin təcrübəsi. “Vətəndaş Cəmiyyəti uğrunda” müstəqil məsləhət və yardım Mərkəzi. Bakı. 2002.

### **ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**М.И.Ахмедова**

[matanat.axmedova74@gmail.com](mailto:matanat.axmedova74@gmail.com)

**Н.М.Алискендерова**

[ibr\\_nargiz@mail.ru](mailto:ibr_nargiz@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В статье представлена информация об источниках финансовых ресурсов муниципальных органов и способах увеличения финансовых ресурсов.

### **WAYS TO INCREASE FINANCIAL RESOURCES OF LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES IN AZERBAIJAN**

**M.I.Ahmadova**

[matanat.axmedova74@gmail.com](mailto:matanat.axmedova74@gmail.com)

**N.M.Aliskenderova**

[ibr\\_nargiz@mail.ru](mailto:ibr_nargiz@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

The article provides information about the sources of financial resources of municipal bodies and ways to increase financial resources.





## BENEFITS AND LIMITATIONS OF DIGITAL ECONOMY

N.M.Agakishiyev

[aqhakishiyevn@gmail.com](mailto:aqhakishiyevn@gmail.com)

Z.F.Hasanzadeh

[i\\_zeynab@rambler.ru](mailto:i_zeynab@rambler.ru)

Azerbaijan Technological University

Digitization gained popularity in the late 20th century with the advent of PCs (personal computer) and the Internet. These technologies made it possible to convert many different forms of information. Past digitalization is digitization that deals with things that have already happened. Present digitalization deals with things that are happening right now, digitalization is all around us whether it is social media, street advertising, convenient apps and etc. Future digitalization is the transformation things that will happen in the future. Digitalization encourages creativity and modernization, as the efficiency of machines, the creative skills of humans and all above mentioned leads to innovations that can change the world for the better.

The purpose of digitalization is to enable automation, increase data quality, and collect and structure all that data so we can apply advanced technology, such as better and smarter software. The notion of digital society reflects the results of the modern society in adopting and integrating information and communication technologies at home, work, education and recreation. Digital innovations are reshaping our society, economy and industries with a scale and speed like never before.

Benefits of Digital Economy are followings:

- ✓ digital Delivery of Goods and Services
- ✓ Improve Public Services
- ✓ Transparency
- ✓ Creates new jobs
- ✓ Rise in E-commerce
- ✓ Expanding of business opportunities
- ✓ etc.

Transparency is major commercial transactions take place online, which eliminates cash transactions, and ultimately increases transparency and reduces corruption.

Enlarge business opportunities- small firms and legal business men to actively participate in international trading of goods and services.

Boost in E-commerce - growing, obtaining, distributing, selling and tracking of products and services, has become much simpler, competitive, and profitable.

Digital consignment of Goods and Services - From entertainment to education and insurance to hotel booking, one can easily get the goods and services of their need, online.

Improve Public Services- a set of global access to broadband and a powerful information and communication technology services ecosystem provides a platform to improve service delivery in core sectors

On the line with benefits of digitalization in Economy there are also some Limitations:

**Strong infrastructure requirement:** It requires strong infrastructure concerning internet, telecommunication and mobile industry. For the development of such industries, heavy investment is required, so as to link all the cities, towns and villages.

**Cyber security:** An exponential increase in cyber threats has been reported in recent years due to increasing digitalization in the economy. Except if cyber security is countered successfully, it will not be easy to develop a safe and trusted environment, which is conducive to the growing business.

**Disruptions in labour markets:** Though it is assumed to create new job opportunities, there is also a risk related to the speed of labour market changes and destruction of basic jobs. As everything will be digitized and automated, processes that involve labour and

manual work will be avoided and is replaced by technology-oriented work, which will result in loss of jobs and may also widen income inequality.

#### **REFERENCES**

1. Kurbanov T. K. (2018). Development of the digital economy and the program of economy of a new technological direction. Actual Issues of Development of Modern Society, 126-132.
2. Yakutin, Yu. V. (2017). Russian economy: strategy of digital transformation (to constructive criticism of the government program “Digital economy of the Russian Federation”).
3. Management and business administration, 4, 27-52. Zhuravlev, P., Poltarykhin, A., Sharagin, V., Vorobyeva, V., Bezveselnaya, Z., & Khodos, D. (2019). Economic aspects of human capital development in the context of renewable energy. Journal of Environmental
4. Okrepilov V. V., Ivanova G. N., Monstskikh I. V. (2017). Digital economy: problems and prospects. Economy of the North-West: problems and prospects of development, 3-4 (56-57), 5-28
5. Popok, L., Karpenko, E., Voronkova, O., Kovaleva, I., Zavyalov, M., & Fedorov, B. (2019). Improving state economic policy in the context of the transition to green growth. Journal of Environmental Management and Tourism, 10(7), 1658-1666.

#### **RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATIN ÜSTÜNLÜKLƏRİ VƏ MƏHDUDİYYƏTLƏRİ**

**N.M.Ağakışiyev**

[aqhakishiyevn@gmail.com](mailto:aqhakishiyevn@gmail.com)

**Z.F.Həsənzadə**

[i\\_zeynab@rambler.ru](mailto:i_zeynab@rambler.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Rəqəmsallaşdırmanın məqsədi avtomatlaşdırmanı təmin etmək, məlumatların keyfiyyətini artırmaq və bütün bu məlumatları toplamaq və strukturlaşdırmaqdır ki, biz daha yaxşı və daha ağıllı proqram təminatı kimi qabaqcıl texnologiyaları tətbiq edə bilək. Rəqəmsal cəmiyyət anlayışı müasir cəmiyyətin evdə, işdə, təhsildə və tətildə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi və inteqrasiyasının nəticələrini əks etdirir. Rəqəmsal yenilik cəmiyyətimizi, iqtisadiyyatımızı və sənayemizi əvvəllər olmadığı qədər böyük və sürətlə dəyişdirir. Və həmçinin qeyd etməliyik ki, iqtisadiyyatda rəqəmsallaşmanın faydaları istiqamətində bəzi məhdudiyyətlər də var.

#### **ПРЕИМУЩЕСТВА И ОГРАНИЧЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.**

**Н.М.Агакишиев**

[aqhakishiyevn@gmail.com](mailto:aqhakishiyevn@gmail.com)

**З.Ф.Гасанзаде**

[i\\_zeynab@rambler.ru](mailto:i_zeynab@rambler.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Цель цифровизации - обеспечить автоматизацию, повысить качество данных, собрать и структурировать все эти данные, чтобы мы могли применять передовые технологии, например, более совершенное и умное программное обеспечение. Понятие "цифровое общество" отражает результаты современного общества в освоении и интеграции информационно-коммуникационных технологий дома, на работе, в образовании и на отдыхе. Цифровые инновации меняют наше общество, экономику и промышленность с таким размахом и скоростью, как никогда ранее. И мы также должны отметить, что существуют некоторые ограничения в отношении преимуществ цифровизации в экономике.



**YENİ TEXNOLOGİYALAR BİZNES TƏŞKİLATLARININ SOSIAL–İQTİSADI İNKİŞAFININ VACİB ELEMENTİ KİMİ**

**R.H.Məcədov**

[r.mecidov@uteca.edu.az](mailto:r.mecidov@uteca.edu.az)

**G.Z.Abdiyeva**

[g.abdiyeva@mail.ru](mailto:g.abdiyeva@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Bu gün əksər şirkətlər informasiyanı əvvəlki illərdə olduğu kimi idarə edirlər. Hələ 1980-ci illərdə və hətta 1990-cı illərin əvvəllərində məzmunlu informasiya olduqca bahalı, onun təhlili və yayılması üçün praktiki olaraq vəsait yox idi. Lakin bu gün, XXI əsrin astanasında, şirkətlərin sərəncamında informasiya qəbul etməyə, onunla kollektiv şəkildə işləməyə və onun əsasında qərarlar qəbul etməyə imkan verən yeni proqram vasitələri və alətləri mövcuddur. İstənilən növ informasiyanı - rəqəmləri, mətnləri, səsleri, təsvirləri istənilən kompüterdə qorumaq və emal etmək, həmçinin kompüterdən kompüterə ötürmək üçün rəqəmsal formatda təqdim etmək mümkündür. Mikroprosessor inqilabı nəinki, fərdi kompüterlərin eksponensial gücünün artmasını təmin edir, biz həm də onun sayəsində rəqəmsal məlumatdan istifadəni hər yerdə tətbiq edəcək fərdi elektron köməkçilər – cib kompüterləri, avtomobil kompüterləri, smart kartlar və digər qurğular nəslinin astanasındayıq. [1] Burada əsas amil istənilən istifadəçinin qlobal informasiya məkanına çıxışını təmin edəcək internet texnologiyalarının inkişafıdır.

İnformasiya əsrində “əlaqə” anlayışı insanlar arasında “təmasların təmin edilməsi” anlayışından daha genişdir. İnternet informasiya mübadiləsi, əməkdaşlıq və ticarət üçün yeni ümumi bir məkan yaradır. Bu, televiziya və ya telefon mesajlarının aniliyi və yaxınlığının mətn mesajlarının dərinliyi ilə birləşdirildiyi yeni reallıqdır. Amma bu reallıq teletexnologiyalardan fərqli olaraq iki xüsusiyyətə malikdir: birincisi, onun köməyi ilə lazımı informasiya əldə edilir; ikincisi, insanların öz maraq dairələrinə görə qruplarda birləşməsinə imkan yaradır. [2] Bu gün meydana gələn yeni avadanlıq, proqram təminatı və kommunikasiya standartları işdə və evdə istifadəçi davranışları modelini yenidən formalaşdırır. Yaxın gələcəkdə, əksər insanlar üçün fərdi kompüterlər ev və iş mühitinin əvəzolunmaz atributuna çevriləcək, elektron poçt, İnternet vasitəsilə ünsiyyət adı hal kimi qəbul ediləcək, onlar öz şəxsi və biznes məlumatlarını qoruyan rəqəmsal cihazları özləri ilə daşıyaçaqlar. Rəqəmsal formatda demək olar ki, istənilən növ informasiyaları - mətni, rəqəmləri, fotoşəkilləri, audio, videoları emal edə bilən yeni istehlakçı qurğuları meydana gələcək.

"Veb həyat tərzini" və "vəb iş üslubu" haqqında danışarkən, ofisdə və evdə İnternetdən istifadə edən insanların davranışları nəzərdə tutulur. Bu gün informasiyaya çıxış sxeminin görünüşü aşağıdakı kimidir: insan öz iş masasında oturur, internetlə əlaqə isə maddi kabel vasitəsilə həyata keçirilir. Lakin zaman keçdikcə portativ rəqəmsal qurğular digər rəqəmsal cihazlarla və digər insanlarla daimi əlaqəmizi təmin edərək bizi hər yerdə müşayiət edəcəklər. Elektrik və su sayğacları, siqnalizasiya sistemləri, avtomobillər və gündəlik həyatımızın digər maddi əşyaları internet vasitəsilə öz statusları haqqında məlumat verməyə hər an hazır olacaqlar.

Elektron məlumatların tətbiqinin qeyd olunduğu bu sahələr hazırda istehlakçılar tərəfindən istifadənin xarakterində olan dəyişikliklərin sürətli və kütləvi xarakter alacağı bir “əyilmə nöqtəsinə” yaxınlaşaraq birlikdə bu dəyişikliklər həm biznes aləmində, həm də gündəlik həyatımızda köklü transformasiyaya səbəb olacaq. Elektron dövrdə uğurla işləmək üçün müasir təşkilatlar tərəfindən xüsusi olaraq yeni elektron infrastruktur hazırlanır ki, bu da insanın sinir sisteminə bənzəyir. Real sinir sistemi, təhlükə və ya ehtiyacın meydana gəlməsinə lazımı cavab verməyə imkan verən refleksləri aktivləşdirir, vəziyyəti təhlil edir və qərar qəbul etmək üçün lazım olan məlumatları ötürür. Bununla yanaşı, sinir sistemi dərhal reaksiya tələb edən hadisələr barədə xəbər verir və vacib olmayan məlumatların axınına mane olur. Beləliklə, şirkətlərin öz sinir sistemində sahiblənməsi olduqca vacibdir, çünki, o, şirkətin davamlı və effektiv inkişafını təmin edəcək, fəvqəladə vəziyyətə dərhal reaksiya verməyə zəmanət, həmçinin yeni imkanların yaranması barədə vaxtında məlumat verəcək, şirkətin əməkdaşlarına faydalı məlumatları operativ şəkildə çatdıracaq, qərarların qəbulu və müştərilərlə işin gecikməsinə yol verməyəcək.

Təşkilatın "elektron sinir sistemi" insanın sinir sistemi kimi fəaliyyət göstərir və lazımı anda təşkilatın lazımı hissələrinə daxil olan dərin inteqrasiya olunmuş informasiya axınlarının

hərəkətini təmin edir. “Elektron sinir sistemi” elektron proseslər məcmusudur, onun köməyi ilə şirkət dünyanı dərk edir və istər rəqiblər ordusunda yeni bir hadisənin, istərsə də müştərilər arasında yeni ehtiyacların yaranmasında baş verən dəyişikliklərə adekvat olaraq cavab verir. “Elektron sinir sistemi”nin qurulması üçün texniki və proqram təminatının olması əsas şərtidir və onun adı kompüter şəbəkəsindən fərqi, təqdim olunan informasiyaların dəqiqliyi, sürəti, zənginliyidir ki, bu da intellektual işçilərə kollektiv şəkildə fəaliyyət göstərməyə və orijinal qərarlar hazırlamağa imkan yaradır. “Elektron sinir sistemi”nin köməyi ilə istənilən fəaliyyət növünün üç əsas komponentini - müştərilər, tərəfdaşlar və işçilər komandası ilə münasibətləri təkmilləşdirməklə istənilən təşkilatı daha dinamik hala gətirmək mümkündür. Bu komponentlərə uyğun gələn üç korporativ funksiya aşağıdakılardır: təşkilatın intellektual fəaliyyətinin, ticarət və biznes əməliyyatlarının həyata keçirilməsi. Beləliklə, aparılan təhlillərin nəticəsi göstərir ki, informasiya axınlarının düzgün təşkili eyni vaxtda bir neçə problemin həll edilməsinə imkan verir. “Elektron sinir sisteminin” əsas elementləri isə qeyd olunan üç fərqli sahədə - biliklərin idarə edilməsi, biznes əməliyyatları və ticarət sahəsində fəaliyyətlərin əlaqələndirilməsi şərtlərini özündə ehtiva edir.

Gələcəkdə öz işlərini yalnız elektron alətlərin köməyi ilə yenidən təşkil edə bilən şirkətlər uğur qazanacaqlar ki, bu da onlara tez bir zaman kəsiyində düzgün qərarlar qəbul etməyə, həmçinin müştərilərlə səmərəli əlaqələr qurmağa imkan yaradacaqdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Аренков И.А., Смирнов С.А., Шарафутдинов Д.Р., Ябурова Д.В. Трансформация системы управления предприятием при переходе к цифровой экономике // Российское предпринимательство. 2018.
2. Larson E.W., Gray C.F. Guide to the Project Management Body of Knowledge: PMBOK Guide. 2015.

#### **НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЙ**

Р.Г.Меджидов

[r.mecidov@uteca.edu.az](mailto:r.mecidov@uteca.edu.az)

Г.З.Абдиева

[g.abdiyeva@mail.ru](mailto:g.abdiyeva@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Современные технологии помогают организациям работать эффективнее, улучшают коммуникацию, упрощают доступ к информации и создают новые возможности для развития. Кроме того, технологии имеют большое значение для экономики. Они открывают новые возможности для бизнеса, позволяя расширить клиентскую базу и увеличить прибыль. Технологии также помогают в создании новых рабочих мест, способствуют развитию экономики и содействуют улучшению уровня жизни людей

#### **NEW TECHNOLOGIES AS AN IMPORTANT ELEMENT OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF BUSINESS ORGANIZATIONS**

R.H.Macidov

[r.mecidov@uteca.edu.az](mailto:r.mecidov@uteca.edu.az)

**Azerbaijan Technological University**

G.Z.Abdiyeva

[g.abdiyeva@mail.ru](mailto:g.abdiyeva@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

Modern technologies help organizations to work more efficiently, improve communication, simplify access to information and create new opportunities for development. In addition, technology is of great importance for the economy. They create new business opportunities, allowing you to expand your customer base and increase profits. Technology also helps in the creation of new jobs, contributes to the development of the economy and contributes to the improvement of people's living standards.





## **RƏQƏMSALLAŞMANIN MÜƏSSİSƏNİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ YERİ**

**G.Z.Abdiyeva**

[g.abdiyeva@mail.ru](mailto:g.abdiyeva@mail.ru)

**R.H.Məcıdov**

[r.mecidov@uteca.edu.az](mailto:r.mecidov@uteca.edu.az)

### **Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Cəmiyyətin universal rəqəmsallaşma ilə bağlı yeni iqtisadi nizama keçidi şirkətlərin idarə edilməsinə yeni yanaşmalar tələb edir ki, bu da top menecerlər üçün bir çağırışıdır. Bu səbəbdən də menecerlər bir sıra suallarla üzləşirlər, məsələn: 21-ci əsrdə müəssisəni necə idarə etmək olar? Menecerlər və şirkət sahibləri öz istehsal və ya hazır məhsullarının satışına rəqəmsal iqtisadiyyatın elementlərini tətbiq etməlidirlərmi? İstehlakçı bazardakı dəyişikliklərə hazırdırmı? Texnologiyaların tətbiqini və işçilərin mızdu əməyini necə tarazlaşdırmaq olar, yenitexnologiyalar menecerlər üçün hansı risklər yarada bilər?

Hazırda bir çox şirkətlərin inkişaf proqramları əsasən Sənaye 4.0 konsepsiyasına uyğun gələn texnoloji planda təsvir olunur. Buna görə də, rəqəmsal iqtisadiyyat daha geniş anlayışdır. “Rəqəmsal iqtisadiyyat” termininə iki yanaşma mövcuddur. Birinci yanaşma “klassik”dir: rəqəmsal iqtisadiyyat - rəqəmsal texnologiyalara əsaslanan iqtisadiyyatdır və bununla yanaşı yalnız elektron mal və xidmətlərin sahəsini xarakterizə edir. Klassik nümunə kimi teletibb, distant təhsil, media məzmununun satışını (filmlər, televiziya, kitablar və s.) misal göstərmək olar. İkinci yanaşma isə daha genişdir: “rəqəmsal iqtisadiyyat rəqəmsal texnologiyalardan istifadə etməklə iqtisadi istehsalıdır”. Rəqəmsal iqtisadiyyat rəqəmsal texnologiyalara əsaslanan fəaliyyətlər məcmusudur və həmçinin rəqəmsal texnologiyaların fəaliyyətini təmin edən infrastrukturudur. Bu halda rəqəmsal texnologiyalar dedikdə rəqəmsal sistemlər əsasında məlumatların yaradılması, toplanması, emalı, saxlanması və ötürülməsi ilə bağlı texnologiyalar başa düşülür.

Rəqəmsal dövrün mühüm ziddiyyətləri aşağıdakılardır: bir tərəfdən menecerlər yeni iş yerləri yaratmaqla biznesin dövlət və əhali qarşısında sosial məsuliyyətini yerinə yetirməyə borcludurlar. Digər tərəfdən, menecerlər müəssisəyə mühüm resurslara qənaət etməyə imkan verən qabaqcıl istehsal texnologiyalarını tətbiq etməlidirlər. Əgər menecer qabaqcıl texnologiyaları tətbiq etmirsə, bu zaman müəssisəni böyük riskə məruz qoyur və onun texnoloji cəhətdən geri qalması müəssisənin fəaliyyətinin dayandırılması riskini daha da artırır. Bununla belə, robotlaşdırmanın yüksək səviyyədə tətbiqi ilə işçilərin sayının azaldılması və işsizliyin artması (ilk növbədə aşağı ixtisaslı işçilər arasında) ehtimalı var ki, bu da öz növbəsində sosial etirazların və əhəlinin narazılığının artmasına səbəb ola bilər. Bundan başqa, proseslərin əksəriyyətinin avtomatik həyata keçiriləcəyinə görə menecerlərin özləri də işlərini itirmək riski ilə üzləşə bilərlər. Məhz buna görə də 21-ci əsrin menecerləri qarşısında işçilərlə texnoloji yeniliklər, o cümlədən istehsalın robotlaşdırılması və nəticədə “smart fabriklərin” yaradılması arasında tarazlığın qorunmasına riayət edilməsi kimi çox çətin bir vəzifə dayanır.

Vurğulayaq ki, mütəxəssislərin fikrincə, robot texnikasının istehsalata tətbiqi ilə istehsal güclərinin artacağı və müəssisədə strateji əhəmiyyətli resurslara qənaət ediləcəyi mülahizəsinə əsaslanan əks fikir də mövcuddur. Bu halda işçilər yenidən hazırlıq keçəcək, iş yerlərini itirməyəcək, daha çevik və mobil olacaqlar. Buna nümunə olaraq, 1C: Mühasibat proqramının tətbiqini misal göstərmək olar. [1] Onun həyata keçirilməsinin lap əvvəlində bir çox mühasiblər əmin idilər ki, bu, onların peşəsini məhv edəcək və bu sahədə mühasiblərin kəskin ixtisasına gətirib çıxaracaq. Lakin bu hal müşahidə olunmadı, belə ki, mühasiblərin özlərinin də mobilliyi artdı. Onların qarşısında kiçik müəssisələrin mühasibat uçotunun aparılmasından əlavə qazanc əldə etmək imkanları açıldı, sahibkarlar isə müəssisənin ölçüsündən asılı olaraq daimi əsaslarla mühasib tutmaq imkanına malik ola bildilər. Eyni zamanda, korporativ təcrübə öz biznesini inkişaf etdirmək üçün yalnız bir texnologiyadan istifadə edən dünya şöhrətli şirkətlərin uğursuz nümunələrini də qeyd edir. [2] Parlaq nümunə kimi, analoq fotokameranın davamlı uğuruna inanən və bu səbəbdən də rəqəmsal fotokameranı inkişaf etdirmək istəməyən Kodak şirkətini misal göstərmək olar. Buna görə şirkət digər fəaliyyət sahələrini də inkişaf etdirmədi, bu da sonradan onun iflasına səbəb oldu. Bundan əlavə, indiyə qədər qlobal təşkilatlar rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi, idarə edilməsi və istifadə sərhədlərinin müəyyən edilməsi üçün vahid yanaşma inkişaf etdirməmişlər ki, bu da bir çox menecerləri yeni texnologiyaların tətbiqi ilə



bağlı kor-koranə fəaliyyət göstərməyə məcbur edir. Başqa sözlə, menecerlərə müasir texnologiyaların potensialını anlamağa kömək edəcək qayda və standartların olmaması səbəbindən menecerlər rəqəmsal texnologiyaların 100% gəlirliliyinə zəmanət verə bilmirlər və nəticədə verilənlərin idarə edilməsi, iş proseslərinin avtomatlaşdırılması, xarici ekosistemlə qarşılıqlı əlaqənin yeni üsullarına uyğunlaşmağa imkan verən müəssisədaxili infrastruktur, genişləndirilmiş təhlil və qərar qəbuletmənin avtomatlaşdırılması, intellektual vizuallaşdırma və interfeyslər, xarici ekosistem, kadrlar sahəsində şirkətlərin mədəniyyəti və siyasəti və s. kimi risklərin əmələ gəlməsinə gərib çıxarır.

Beləliklə, indiki zamanda menecerlər rəqəmsal iqtisadiyyatda şirkətin uğurlu idarəetmə strategiyalarının qurulmasına kömək edən yeni standartlar, biliklər toplusu və strukturu təyin edən, qaydaları müəyyənləşdirən, layihə yaratmaq üçün lazımi alətlər dəstini təmin edən çərçivələr (freymvörklər) tapmalıdırlar.

Aparılan təhlillərin nəticəsi göstərir ki, effektiv idarəetməni həyata keçirmək üçün idarəetməyə lazım olan kifayət qədər standartlar yoxdur. Bu şəraitdə, öz səriştə və təcrübələrindən istifadə edərək, menecerlər özləri şirkətin rəqəmsal iqtisadiyyatda fəaliyyət göstərməsinin yeni çağırışlarına cavab verən bu cür standartlar və biliklər toplusunun yaradılmasının təşəbbüskarı olmalıdırlar. Lakin, bu sahədə zəmanətli uğura yalnız müəssisə daxilində informasiya infrastrukturunun əhəmiyyətini dərk etməli olan çoxşaxəli vahid komandanın işi ilə nail olmaq mümkündür.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Аренков И.А., Смирнов С.А., Шарафутдинов Д.Р., Ябурова Д.В. Трансформация системы управления предприятием при переходе к цифровой экономике // Российское предпринимательство. – 2018.
2. Larson E.W., Gray C.F. Guide to the Project Management Body of Knowledge: PMBOK Guide, 2015.

#### **МЕСТО ЦИФРОВИЗАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

**Г.З.Абдиева**

[g.abdiyeva@mail.ru](mailto:g.abdiyeva@mail.ru)

**Р.Г.Меджидов**

[r.mecidov@uteca.edu.az](mailto:r.mecidov@uteca.edu.az)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В условиях цифровой экономики менеджеры сталкиваются с новыми вызовами, меняется их роль и принципы управления компанией. В частности, перед ними возникает вопрос: какие технологии и принципы цифровой экономики необходимо внедрять? Цель данной статьи - обозначить проблемные области в сфере управления в новых условиях. В статье анализируются международные стандарты и кодексы знаний, которые имеют непосредственное отношение к организации процесса управления в компаниях.

#### **THE PLACE OF DIGITALIZATION IN ENTERPRISE MANAGEMENT**

**G.Z.Abdiyeva**

[g.abdiyeva@mail.ru](mailto:g.abdiyeva@mail.ru)

**R.H.Macidov**

[r.mecidov@uteca.edu.az](mailto:r.mecidov@uteca.edu.az)

**Azerbaijan Technological University**

In the digital economy, managers face new challenges, their role and principles of company management are changing. In particular, they face the question: what kind of technologies and principles of the digital economy should be introduced? This article is aimed at indicating problem areas in the field of management in the new conditions. The article analyzes international standards and codes of knowledge that are directly related to the organization of the management process in companies.



## KƏND TƏSƏRRÜFATI MARKETİNQİNİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

F.A.Cəfərov

[farxadcaff@gmail.com](mailto:farxadcaff@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Dünyada, o cümlədən Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatının inkişafı ilə əlaqədar olaraq bu sahədə marketingin əhəmiyyəti gündən-günə artmaqdadır. Kənd təsərrüfatında marketing niyə görə vacibdir, hansı məqsədlər üçün istifadə oluna bilər və o digər sahələrin marketingindən nə ilə fərqlənir? Kənd təsərrüfatı marketingi qısaca istehsal olunmuş kənd təsərrüfatı məhsulunun istehsalçıdan istehlakçıya çatdırılana qədər olan bütün mərhələləri əhatə edir. Azərbaycan Respublikası kimi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə kənd təsərrüfatı məhsullarının əhəmiyyəti danılmazdır. Belə olduğu halda bu sahədə marketing fəaliyyətinin vacibliyi ön plana çıxır.

Müasir dövrdə marketing daha çox ticarət, xidmət və sənaye sahələri üzərində inkişaf etməkdədir, kənd təsərrüfatında isə marketing fəaliyyətinə təcrübədə daha az rast gəlinir, lakin bu o demək deyildir ki, kənd təsərrüfatında marketing yoxdur. Kənd təsərrüfatında marketingin əsas məqsədi əlavə dəyər yaratmaqla birbaşa və dolayı rəqabət ortamında sata bilməkdir. Marketingin prinsip və mexanizmlərində elə də güclü dəyişiklik olmasa da, kənd təsərrüfatının spesifikasiyasından irəli gələn bəzi xüsusiyyətləri var.

Bilindiyi kimi kənd təsərrüfatında iki əsas tərəf mövcuddur. Satıcılar və istehsalçılar – alıcı və istehlakçılar. Aydın ki, satıcılar istehsal olunmuş məhsulu mümkün qədər baha qiymətə, alıcılar aşağı qiymətə almağa çalışır. Yuxarıda qeyd olunduğu kimi Azərbaycanda kənd təsərrüfatı gündən-günə inkişaf etməkdədir və bu sahə dövlətin birbaşa nəzarətindədir, o cümlədən digər sahələrdə rast gəlinməyən güzəştlərə bu sahədə rast gəlmək mümkündür. Burada dövlətin kənd təsərrüfatı marketinginə təsiri alıcı və satıcı arasında tarazlığın təmin edilməsi deyil. Əsas məqsəd ictimai faydaya nail olmaqdır. [4]

Qeyd etmək lazımdır ki, kənd təsərrüfatı sahəsində marketingin əsas funksiyası dəyər yaratmaqdan ibarətdir. Bu dəyər 3 əsas yolla formalaşır: kənd təsərrüfatının optimallaşdırma funksiyası, fiziki funksiyası, mübadilə funksiyası.

Alış, satış və saxlama prosesində kənd təsərrüfatının mübadilə funksiyası özünü göstərir. Bu isə o deməkdir ki, məhsulun nə vaxt becərilməsi, anbara çatdırılması, orada nə qədər qalması kimi amillər müəyyən bir məhsulun dəyərini formalaşdırır. Kənd təsərrüfatı məhsulları digər məhsullardan fərqli olaraq xüsusi saxlama və logistik şərtləri tələb edir. Məsələn yumurtanın yolda sınınmaması, ətin soyuq temperaturda saxlanması və s. kimi amillər məhsulunun fiziki funksiyasını təşkil edir. Maliyyələşdirmə, bazar araşdırması və sığorta kimi amillər kənd təsərrüfatı istehsalının optimallaşdırılması deməkdir. [3]

Alicıların seçimində baş verə biləcək dəyişikliklər, təbii fəlakətlər, eyni zamanda kənd təsərrüfatı təcrübəsindəki dəyişikliklər kənd təsərrüfatı marketinginin həyata keçirilməsinə təsir göstərə bilər. Bazarın hər hansı bir sahəsində istifadə edilən yanaşmalar, strategiyalar fərqli bir sahə və istehlakçılar üçün uyğun olmaya bilər. Bu səbəbdən marketoloqlar bazar tendensiyalarına ciddi diqqət yetirməlidir.

Kənd təsərrüfatı marketingində bəzi vacib faktorları qeyd etmək lazımdır:

1. İstehlakçıların tərcihləri kənd təsərrüfatı marketinqində əsas rol oynayır. Aydın ki, istehlakçıların tərcihləri sürətli şəkildə dəyişə bilər, bu da daim yeni məhsulların istehsalını təşviq edir.
2. Elə bir marketinq sistemi qurulmalıdır ki, gələcək tendensiyaları təxmin etmək mümkün olsun və bu da qiymət siyasəti, məhsul çeşidi kimi amilləri nəzərdən keçirmək deməkdir.
3. Bazarda istehsalçı və istehlakçı inamını qorumaq üçün məlumat axını zəruridir, buna görə də müsbət və ya mənfi rəy vacibdir.
4. Məhsulların daşınmasını həyata keçirərkən (xüsusilə tez xarab olan məhsulların) daşınma və paylanma xərcləri nəzərə alınmalıdır. [2]

Tələb və təklif kənd təsərrüfatı marketinqində çox mühüm rol oynayır. Fermerlər baş verə biləcək dəyişikliklərə sürətli şəkildə reaksiya göstərə bilmirlər və bu da onların gəlirlərinin azalmasına, məhsulların qiymətinin bahalaşmasına gətirib çıxarır. Kəndlərdə gübrələr, pestisidlər, kənd təsərrüfatı avadanlığı və s. kimi kənd təsərrüfatı məhsulları vasitəsilə onların gəlirlərini və alıcılıq qabiliyyətini artırmaqla kənd təsərrüfatı marketinqi mühüm rol oynayır. Kənd təsərrüfatında məhsuldarlığın yüksəldilməsi üçün müəyyən tədbirlər görülməlidir. Bunlardan biri kiçik torpaq sahəsində daha çox məhsul yetişdirməkdir ki, bu məhsul miqdarının və fermerlərin gəlirinin artması deməkdir. Digər bir tədbir, ana sortlardan daha yüksək məhsuldarlıq potensialına malik müasir hibrid sortların tətbiqi yolu ilə məhsul sortlarının təkmilləşdirilməsi və bununla da onların xalis pul gəlirinin artırılmasıdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. [www.pazarlamasyon.com](http://www.pazarlamasyon.com) – Tarımsal pazarlama
2. Əlirzayev Ə.Q. İslahatlar və sürətlənmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri. Təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər. Bakı. «Adil oğlu». 2005.
3. [www.smartcapitalmind.com](http://www.smartcapitalmind.com) – What is agricultural marketing?
4. [www.unacademy.com](http://www.unacademy.com) – Agricultural marketing and issues
5. [www.mktg.az](http://www.mktg.az) – Kənd təsərrüfatı marketinqi
6. Filip Kotler Marketinqin əsasları. Bakı. «Ergün». 1993

#### **НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО МАРКЕТИНГА**

**Ф.А.Джафаров**

[farxadcaff@gmail.com](mailto:farxadcaff@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В данном тезисе обсуждаются значение маркетинга в сфере сельского хозяйства, направления его развития и в связи с этим вносятся определенные предложения.

#### **DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL MARKETING**

**F.A.Cafarov**

[farxadcaff@gmail.com](mailto:farxadcaff@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

This thesis discusses the significance of marketing in the field of agriculture, the directions of its development and in this regard certain proposals are made.



## STATİSTİK TƏDQIQATLARDA RƏQƏMSAL TEXNOLOGİYALARIN TƏTBİQİ

M.Nuriyev

[mubariznuri@mail.ru](mailto:mubariznuri@mail.ru)

Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi

S.Mövlamov

[saleh.movlamov@stat.gov.az](mailto:saleh.movlamov@stat.gov.az)

### Elmi-Tədqiqat və Statistik İnnovasiyalar Mərkəzi

Müasir şəraitində ev təsərrüfatı sektoru iqtisadiyyatın aparıcı sektoru olduğu üçün bu sektorun statistik tədqiqinin təkmilləşdirilməsinə və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmasına ehtiyac vardır. Ev təsərrüfatlarının statistik tədqiqatı sosial-iqtisadi statistikanın əsas bölməsi olub, ölkənin inkişafının əsas istiqamətlərinin proqnozlaşdırılması üçün mühüm informasiya mənbəyidir. Məlumatların toplanması üçün ev təsərrüfatlarının seçilməsi statistik tədqiqatın hazırlıq (layihə) mərhələsi hesab edilir. Bu mərhələdə elmi, innovativ metodların (ev təsərrüfatların ölçüsünə görə qruplaşdırılması, reprezentativ seçmə metodu və s.) tətbiqi tədqiqatın keyfiyyətinə bilavasitə təsir edir.

Ev təsərrüfatlarının tədqiqatı inzibati ərazi vahidləri (şəhər, kənd) üzrə aparılır. Statistik tədqiqatın təşkili üçün əvvəlcə seçmə planı tərtib edilir. Seçmə planı şəhər və kənd yaşayış məntəqələrini təmsil edir. Seçmə planında statistik vahidlərin (ev təsərrüfatlarının) ərazi üzrə proporsional paylanması ev təsərrüfatlarının eyni ehtimalla müşahidəyə düşmə prinsipini təmin edir. [1]

Ev təsərrüfatlarının tədqiqatı resurs tutumlu proses olduğu üçün tipik proqram paketlərindən (SPSS, Excel, Stata, R və ya digər) istifadə edilərək avtomatlaşdırılır. Nümunələrin (sample) seçilməsi üçün ev təsərrüfatlarının registrindən istifadə edilir. Ev təsərrüfatlarının registri siyahıyaalma, inzibati, təsərrüfatbaşına kitabın məlumatları əsasında hazırlanır.

Statistik tədqiqata məlumatların toplanması, işlənməsi, qruplaşdırılması, statistik təhlilindən başqa məlumatların keyfiyyətinin yüksəldilməsi, statistik modelləşdirilmə və proqnozlaşdırma da daxildir. Bu işləri yerinə yetirmək üçün müasir statistik informasiya sistemi hazırlanır. Bu informasiya sisteminin təməl komponenti statistik məlumat bazasıdır (data base). Məlumat bazasının idarə edilməsi (data management), məlumatların təhlili (data analiz), məlumatların mühəndisliyi (data inginerinq) statistik fəaliyyətin strateji istiqamətidir.

Rəqəmsal texnologiyanın tətbiqi məlumatların üç pilləli formada toplanmasından (statistik vahid, rayon, mərkəzi orqanı) iki pilləli formada toplanmasına (statistik vahid, mərkəzi orqan) imkan verir. İnformasiyanın toplanması sxeminin dəyişməsi mərkəzdə irihəcimli məlumatların yığılmasına və işlənməsinə, təhlilinə və keyfiyyətin yüksəldilməsinə səbəb olur.

Statistik tədqiqatın yekunlaşdırılması idarəetmə sisteminin iyerarxik səviyyələrinə müvafiq aparılır. Yəni mərkəzləşdirilmiş qaydada toplanmış məlumatlardan aidiyyəti (şaqulu və üfüqi) idarəetmə orqanları qərarların qəbulunda istifadə edir. Deməli, elmi əsaslandırılmış qərarların qəbulu üçün hər bir idarəetmə orqanı “informasiya menecmenti” sistemində malik olmalıdır. Belə sistem isə aparılmış statistik tədqiqatın (siyahıyaalma, registr, inzibati) məlumatları əsasında yaradıla bilər.

Statistik tədqiqatın nəticəsinin yekunlaşdırılması və göstəricinin keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi aşağıdakı düsturlarla yerinə yetirilir:

$$R = \sum X_i$$

Burada, R- respublika, iqtisadi rayon, inzibati rayon üzrə yekun;

$X_i$  - inzibati ərazi vahidi (şəhər, kənd yaşayış məntəqəsi ) üzrə yekundur.

Şəhər, kənd yaşayış məntəqələri üzrə seçmə statistik müşahidənin (tədqiqatın) yekunlaşdırılması aşağıdaşı formula ilə aparılır:

$$X_i = \sum_{j=1}^m w_j * \bar{x}$$

Burada,  $w_j$  - inzibati ərazi vahidi (şəhər, kənd) üzrə ev təsərrüfatının seçməyə düşmə ehtimalının tərs qiyməti (çəki əmsalı);

$\bar{x}$  - müşahidə nəticəsində qeyd edilmiş göstəricinin ədədi ortasıdır (ev təsərrüfatının gəliri, xərci, əmək haqqı, enerji, material xərci və s.).

Qeyd edilməlidir ki, hesablama nəticəsində alınmış ədədi orta nəzəri rəqəmdir, real mövcud olmayan rəqəmdir, onda ədədi ortanın standart xətasını hesablamaq zərurəti yaranır. [2] Bu xəta məlumatın keyfiyyət göstəricisi olub təsadüfə kəmiyyətlərin ədədi orta qiymətinin dispersiyası və nümunələrin (seçmə vahidlərin, sınaqların) sayına əsasən aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$Se = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}}$$

Burada,  $\sigma^2$  - göstəricinin ədədi ortasının dispersiyası olub aşağıdakı formula ilə hesablanır:

$$\sigma^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}$$

$n$  - inzibati ərazi vahidində (şəhər, kənd, qəsəbə və s.) seçilmiş ev təsərrüfatlarının sayıdır.

Göstəricinin ədədi orta qiymətinin standart xəta həddüdü  $t * S_e$  düsturu ilə (t ədədlərin normal paylanması və 95 % etibarlılıq şərtində 1.95 götürülür) hesablanır.

Ədədi ortanın standart xətasının həddüdü göstəricisindən istifadə etməklə onun dəyişmə intervalı aşağıdakı kimi hesablanır:

$$\bar{x} - t * S_e < \bar{x} < \bar{x} + t * S_e$$

Ev təsərrüfatının statistik tədqiqatlarının nəticəsinin yekunlaşdırılması və qiymətləndirilməsi üçün göstəricinin (gəlirlər, xərclər, əmək haqqı və s.) ədədi ortası və onun xətası çəki əmsalına vurularaq göstəricinin və xətanın yekun qiyməti tapılır. Xətanın qiymətinə əsasən müşahidə olunan göstəricinin keyfiyyəti haqqında qərar vermək olar. Əgər göstəricinin ədədi ortasının xətası yüksəkdirsə, onda qruplaşma metodundan istifadə edərək ədədlərin paylanmasını normallaşdırmaq lazımdır. Ədədlərin qruplaşdırılması üçün müasir proqram paketlərindən (SPSS, STATA, STATİSTİKA, R və s) istifadə edilir.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Angus Deaton. The Analysis of household surveys. A Microeconomic approach to development policy. World Bank groups. 2015



2. Babazadə B.M., Çıraqov M.İ., Ramazanov B.M. Riyazi statistikanın geologiyada tətbiqi Bakı. 1992

3. <https://www.stat.gov.az/>

**ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТАТИСТИЧЕСКИХ  
ИССЛЕДОВАНИЯХ**

**М.Нуриев**

[mubariznuri@mail.ru](mailto:mubariznuri@mail.ru)

**Государственный комитет по статистике Азербайджанской Республики**

**С.Мовламов**

[saleh.movlamov@stat.gov.az](mailto:saleh.movlamov@stat.gov.az)

**Центр научных исследований и статистических инноваций**

В статье изучены практические вопросы проведения статистических исследований в сфере домохозяйств. При этом были исследованы этапы создания выборочной сети, составление плана выборки городских и сельских населенных пунктов, создание базы данных на основе данных переписи населения, кластеризация населенных пунктов, группировка сельских населенных пунктов по удаленности от районного центра, отбор домохозяйств, обработка данных, анализ и получение итоговых таблиц.

**APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN STATISTICAL RESEARCH**

**M.Nuriyev**

[mubariznuri@mail.ru](mailto:mubariznuri@mail.ru)

**State Statistics Committee of the Republic of Azerbaijan**

**S.Movlamov**

[saleh.movlamov@stat.gov.az](mailto:saleh.movlamov@stat.gov.az)

**Center for Scientific Research and Statistical Innovation**

In the article, the practical questions of conducting statistical studies in the field of households are studied. At the same time, the stages of creating a sample network, drawing up a sampling plan for urban and rural settlements, creating a database based on population census data, clustering settlements, grouping rural settlements by distance from the district center, selecting households, data processing, analysis and obtaining final tables.



## MALİYYƏ HESABATI SİSTEMİNDƏ KOMPÜTERTEKNOLOGİYALARININ TƏTBİQİNİN GENİŞLƏNDİRİLMƏSİ

Ə.A.Abdiyev

[abdiyev1526@gmail.com](mailto:abdiyev1526@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Maliyyə hesabatı sistemləri, bir şirkətin maliyyə vəziyyətinin idarə edilməsi və hesabatların hazırlanması üçün əhəmiyyətli bir rola malikdir. Bu sistemlərin əsas funksiyaları məlumatların idarə edilməsi, hesabatların hazırlanması, sənədlərin hazırlanması və ya tələblərə uyğunluğun təmin edilməsidir. İnsanlar tərəfindən idarə edilən maliyyə hesabatı sistemləri, son illərdə kompüter texnologiyalarının inkişafı ilə bircə, daha effektiv və sürətli işləmək imkanı yaradır. Kompüter texnologiyaları, maliyyə hesabatı sistemlərində insan faktorunun səhv riskinin azaldılması, məlumatların sürətli işlənməsi, hesabatların sürətli hazırlanması və hesabatların səhv riskinin azaltılması kimi imkanlar verir. Bu texnologiyalar, maliyyə hesabatı sistemlərinin idarə edilməsini və hesabatların hazırlanmasını effektivləşdirir, zaman və resursların daha səmərəli istifadəsini təmin edir. Kompüter texnologiyalarının maliyyə hesabatı sistemlərinə tətbiqinin mənbələri arasında maliyyə məhsullarının və xidmətlərinin avtomatlaşdırılması üçün istifadə edilən ERP sistemləri, məlumat bazaları, elektron poçt və faks xidmətləri, elektron ödəniş sistemləri, hesabat hazırlama proqramları və s. göstərilə bilər. Bu texnologiyaların maliyyə hesabatı sistemlərinə tətbiqinin faydaları arasında zaman və resursların səmərəli istifadəsi, hesabatların daha sürətli hazırlanması, hesabatların daha dəqiq hazırlanması və hesabatların səhv riskinin azaldılması göstərilir. Ən əhəmiyyətli isə, maliyyə hesabatı sistemlərinin effektiv şəkildə idarə edilməsi, şirkətin maliyyə vəziyyətini daha yaxşı nəzarət altında saxlamağı və idarə etməyi asanlaşdırır. [1]

Kompüter texnologiyalarının maliyyə hesabatı sistemlərinə tətbiq edilməsinin bir çox faydaları olsa da, bu faydaların qarşısında potensial problemlər də qarşıma çıxır. Ən önəmli problemlərdən biri, sistemlərin məlumatların daxil edilməsi və idarə edilməsi üçün tələb olunan səmərəli təlim və hazırlıq səviyyəsinin olmamasıdır. Bu, yanlış məlumatların daxil edilməsinə və ya təhlükəsizlik açıqlarının yaradılmasına səbəb ola bilər. Digər bir problemdə, hesabat sistemləri ilə təmin edilən məlumatların doğruluğunu təmin etmək üçün sistemlərə olan inkişafın və yeniliklərin sürəti gəlir. Bu, şirkətlərin bu inkişaf və yeniliklərə ayak uydurmaqda zorlanmasına səbəb ola bilər və bu da şirkətlərin məlumat idarəetmə proseslərinin yavaşlamasına səbəb ola bilər. Hesabatlarının hazırlanması üçün kompüter texnologiyalarının tətbiqi, nəhayət, hesabatların hazırlanmasında insan elementinin azalması ilə nəticələnir. Bu, bir sıra yeni problemlər yarada bilər, məsələn, hesabatların daha az təfərrüatlı olması və səhvlərə daha çox yol verə bilərlər. [2]

Kompüter texnologiyalarının maliyyə hesabatı sistemlərinə tətbiq edilməsinin faydalarına ətraflı baxaq:

Birincisi, kompüter texnologiyaları maliyyə hesabatı proseslərinin sürətləndirilməsinə kömək edir. Bu, hesabatların daha sürətli hazırlanmasına və şirkətin maliyyə məlumatlarının vaxtında təqdim edilməsinə imkan verir.

İkinci olaraq, kompüter texnologiyaları səhmdarlar üçün məlumatların təmin edilməsini və təhlilini asanlaşdırır. Bu, səhmdarların şirkətin performansını ilə bağlı daha doğru qərarlar verməsini təmin edir.

Üçüncüsü, kompüter texnologiyaları hesabatların doğruluğunu təmin etmək üçün tətbiq edilə bilən kontroller və məhdudiyətlər təmin edir. Bu, hesabatların doğruluğunu təmin edir və hesabatların hazırlanmasında insan faktorundan doğan səhvlərlərin minimuma endirilməsinə kömək edir.

Dördüncüsü, kompüter texnologiyaları hesabatların təcürüatlı və rəqəmsal olmasına kömək edir. Bu, hesabatların daha aydın və mənimsənə bilən olmasına və hesabatların daha asan təhlil edilməsinə imkan verir. [3]

Azərbaycan maliyyə hesabatı sistemi ilə bağlı kompyuter texnologiyalarının tətbiqi ilə əlaqədar bir neçə praktik nümunə aşağıda verilmişdir:

1. Vergi hesabatları elektron formatda təqdim edilir: Azərbaycan Vergi Xidməti tərəfindən tətbiq edilən elektron məlumat sistemləri vasitəsi ilə, mükəlləflər vergi hesabatlarını elektron formatda təqdim edir. Bu, vergi əməkdaşlarına hesabatları daha effektiv şəkildə yoxlamaq və işləmək imkanı verir.

2. Bankların maliyyə hesabatları kompüter proqramları ilə idarə edilir: Azərbaycan bank sektorunda kompüter texnologiyaları uzun zamandan bəri tətbiq edilir. Banklar üçün inkişaf etdirilmiş özəl maliyyə hesabatı proqramları, hesabatların sürətli və düzgün şəkildə hazırlanmasına və idarə edilməsinə kömək edir.

3. Maliyyə şirkətləri və mühasibat firmaları üçün spesifik proqramlar təklif olunur: Bir çox Azərbaycan maliyyə şirkətləri və mühasibat firmaları, maliyyə hesabatlarını idarə etmək üçün spesifik kompyuter proqramlarından istifadə edirlər. Bu proqramlar, maliyyə hesabatlarının sürətli şəkildə hazırlanmasına və nəzarət edilməsinə kömək edir. [4]

Maliyyə hesabatı sistemi ilə bağlı kompüter texnologiyalarının tətbiqi ilə əlaqədar statistik nümunələr aşağıdakı kimi göstərilə bilər:

1. 2020-ci ilin sonuna qədər, Azərbaycan Vergi Xidməti tərəfindən tətbiq edilən elektron məlumat sistemləri vasitəsi ilə ən azı 1,5 milyon vergi hesabatı elektron formatda təqdim edilmişdir. Bu, mükəlləflər üçün vaxt və ehtiyatlarının saxlanılmasına kömək edir və Vergi Xidmətinə hesabatların sürətli və düzgün şəkildə idarə edilməsini təmin edir.

2. Azərbaycan Milli Bankının (AMB) 2020-ci ilin sonunda açıqladığı məlumatlara görə, Azərbaycandakı bütün banklar maliyyə hesabatlarının idarə edilməsi üçün müxtəlif kompyuter texnologiyalarından istifadə edirlər. 2020-ci ildə bankların əksəriyyəti maliyyə hesabatlarının idarə edilməsi üçün spesifik maliyyə hesabatı proqramlarından istifadə etmişdir.

Azərbaycanda indiki dövrdə bir çox şirkət və banklar kompüter texnologiyalarına keçid etmişdir. Bu şirkətlərə nümunə olaraq "Azər-Türk Bank"ı göstərə bilərik. Azər-Türk Bank, Azərbaycan və Türkiyə arasında əməkdaşlıq edən bir bankdır. Bank, kompüter texnologiyalarının maliyyə hesabatı sistemində tətbiqi ilə maliyyə hesabatlarını və müştərilərin hesabları ilə bağlı məlumatları asanlıqla idarə etməyə imkan verir. Kompüter texnologiyaları vasitəsilə, Azər-Türk Bank, müxtəlif hesabatlar, kredit hesabatları və büdcə hesabatlarını asanlıqla hazırlayır və hesabatların doğruluğunu yoxlamaq üçün avtomatik audit proseslərindən istifadə edir. Buna əlavə, bank, elektron ödənişlər, ATM və internet bankçılığı vasitəsilə maliyyə əməliyyatlarının sürətli, təhlükəsiz və asanlıqla həyata keçirilməsinə imkan verir. Bu, Azər-Türk Bankın müştərilərə daha yaxşı xidmət göstərməsinə və bankın effektivliyinin artırılmasına kömək edir. [5]

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Soltanov M.R., Abbasov M.F. Maliyyə Hesabatı və Mühasibat üzrə Texnologiyaların Tətbiqi
2. Gupta P.və Singh S.Maliyyə və Hesabatda Big Data Analitikası - [https://www.researchgate.net/publication/357672556\\_Big\\_data\\_analytics\\_direction\\_and\\_impact\\_on\\_financial\\_technology](https://www.researchgate.net/publication/357672556_Big_data_analytics_direction_and_impact_on_financial_technology)
3. Cocco A.və MarchesM.Blockchain in Finance: From Theory to Practice - [https://www.researchgate.net/publication/263427076\\_Using\\_an\\_Artificial\\_Financial\\_Market\\_for\\_studying\\_a\\_Cryptocurrency\\_Market](https://www.researchgate.net/publication/263427076_Using_an_Artificial_Financial_Market_for_studying_a_Cryptocurrency_Market)
4. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi-<https://www.stat.gov.az/source/finance/>
5. “Azər-Türk Bank”-<https://atb.az/umumi-melumat/>

### **РАСШИРЕНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ**

**А.А.Абдиев**

[abdiyev1526@gmail.com](mailto:abdiyev1526@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Как видно из этого тезиса, использование компьютерных технологий в системе финансовой отчетности является большим преимуществом для компаний. Благодаря более быстрой, точной и эффективной отчетности компании могут принимать более обоснованные решения и в целом работать на более высоком уровне. Развитие в этой области будет продолжаться и будет способствовать дальнейшему улучшению делового мира.

### **EXPANDING THE APPLICATION OF COMPUTER TECHNOLOGIES IN THE FINANCIAL REPORTING SYSTEM**

**A.A.Abdiev**

[abdiyev1526@gmail.com](mailto:abdiyev1526@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

As can be seen from this thesis, the use of computer technology in the financial reporting system is a great advantage for companies. With faster, more accurate and efficient reporting, companies can make better decisions and perform at a higher level overall. Development in this area will continue and will further improve the business world.



## RƏQƏMSAL MARKETİNG STRATEGİYASINDA İSTEHLAKÇI AMİLİ

Ç.Həsənov

[charkazhasanli@gmail.com](mailto:charkazhasanli@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Müasir dövrdə rəqəmsal marketing hər hansısa bir təşkilatın fəaliyyətinin bütün hissələrində əhəmiyyətli bir rol oynayır. Rəqəmsal marketing müştərilərlə əlaqədar proseslərin rəqəmsallaşdırılmasını və marketing tədbirlərinin onlayn platformalarda həyata keçirilməsini ifadə edir. Rəqəmsal marketingdən istifadə müştərilərin maraqlarına uyğun reklamların hazırlanmasını, istifadəçilərin dəyərləndirmələrinin əldə olunmasını və müştərilər ilə şirkət arasında kommunikasiyanın gücləndirilməsini təmin edir. Rəqəmsal marketing strategiyalarının doğru planlaşdırılması və idarə edilməsi, bir təşkilatın müştərilərlə daha yaxşı əlaqə qurmasına və satışlarını artırmasına kömək edir. Çünki insanlar artıq zamanlarının böyük qismini onlayn platformalarda keçirir, bir məhsulu, xidməti ilk öncə internet üzərindən axtarır, bir fikir formalaşdırır və qərar verirlər. Buna görə də rəqəmsal marketing strategiyalarının mərkəzində istehlakçı amili dayanmalıdır.

Amerikada “DMCG Global” adlı araşdırma şirkəti fəaliyyət göstərir. Bu şirkətin sorğular təşkil etməklə yanaşı, şirkətlərə korporativ xidmətlər göstərmək, insan resursları xidməti təşkil etmək, rəqəmsal marketing xidmətləri təklif etmək və həyata keçirmək kimi geniş fəaliyyət sahəsi vardır. Şirkət davamlı olaraq bazarı araşdırır, dəyişən istehlakçı tələblərini öyrənmək üçün istehlakçılar arasında sorğular təşkil edir. Şirkətin ən son apardığı araşdırmaların nəticələrinə görə istehlakçı kütləsinin dəyişən tələbləri aşağıdakı kimidir:[1]

- İstehlakçı qrupunun 66%-i bildirir ki, rəqib şirkətlərin təklifləri və ya maraqlandıqları məhsulun alternativləri onların qərar verməsində həlledici rol oynayır. Bu o deməkdir ki, bir müştəri bu gün sizin xidmətinizdən razı ola bilər, amma yaxın gələcəkdə bu dəyişə bilər. Siz bir müştərinə itirə bilərsiniz, rəqibiniz isə bir müştəri qazanacaqdır. Bu vəziyyətlə qarşılaşmamaq üçün siz davamlı olaraq öz rəqəmsal marketing strategiyalarınızı yeniləməli, istər veb sayt, istər sosial şəbəkə, istərsə də elektron ticarət vasitələri ilə apardığınız reklam siyasətini nəzarətdə saxlamalısınız.
- İstehlakçı qrupunun 52%-i bildirir ki, müştəri olaraq onlar hər zaman şirkətlər tərəfindən edilən təkliflərin fərdiləşdirilməsini gözləyir. Müştəri hər zaman özünə dəyər verilməsini istəyir. Şirkətlər daimi olaraq müştərilərlə ünsiyyətdə olmalı, onlardan gələn geri dönüşləri dəyərləndirməlidir. Rəqəmsal marketingin gətirdiyi imkanlardan yüksək səviyyədə yararlanaraq, izləyicilərinə yeni güzəştli təkliflər etməli, onların şirkətə olan bağlılıqlarını davam etdirməlidir.
- İstehlakçı qrupunun 66%-i bildirir ki, onlar şirkətlərin müştərilərinin unikal ehtiyaclarını və gözləntilərini başa düşməsinə gözləyir. Bu qrupa aid olan istehlakçılar ümumiyyətlə şirkətlərin onlara sadəcə rəqəmlər kimi yanaşdığını düşünür.
- İstehlakçı qrupunun 52%-i bildirir ki, onlar şirkətlərə güvənə bilmir və ya güvənməkdə çətinlik çəkir. Yəni, cəmi 48% müştəri şirkətə güvəndiyini bildirir. Bu çox ciddi rəqəmlərdir. Bu sahədəki problemləri aradan qaldırmaq şirkətlərə böyük bir müştəri kütləsi qazandıra bilər. İlk növbədə şirkət olaraq müştərilərlə münasibətdə şəffaf



olmalısınız. Rəqəmsal platformalarda sizi izləyən və ya ziyarət edən izləyicilərə qarşı hesablarınızın sizin şirkətinizi tam dolğun şəkildə ifadə edə bildiyindən əmin olmalısınız.

Ölkəmizdəki şirkətlərdə həmçinin inkişaf etmək, dünya bazarına ayaq uydurmaq istəyirlərsə davamlı olaraq istehlakçı siyasətlərini yeniləməlidirlər. Öz rəqəmsal marketing strategiyalarını düzgün şəkildə qurmalı, sistemli şəkildə həyata keçirməlidirlər. Yalnız bu yol ilə öz bazar paylarını artırma, geniş bir istehlakçı kütəsinə yiyələnmə bilərlər.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. <https://www.dmcgglobal.com/>

#### **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ФАКТОР В СТРАТЕГИИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА Ч.Гасанов**

[charkazhasanli@gmail.com](mailto:charkazhasanli@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Компании, которые являются новичками на рынке или уже находятся на рынке и хотят развиваться, должны строить свои маркетинговые стратегии на цифровом маркетинге. В основе стратегий цифрового маркетинга должен лежать потребительский фактор. Компании должны постоянно проводить исследования, постоянно обновлять свои стратегии и внимательно следить за изменением потребительского спроса.

#### **THE CONSUMER FACTOR IN DIGITAL MARKETING STRATEGY**

**Ch.Hasanov**

[charkazhasanli@gmail.com](mailto:charkazhasanli@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

Companies that are new to the market or already in the market and want to develop should build their marketing strategies on digital marketing. At the heart of digital marketing strategies should be the consumer factor. Companies must continuously conduct research, constantly update their strategies and closely monitor changing consumer demands.



## **QIDA SEKTORU ÜZRƏ KİÇİK BİZNESDƏ MARKETİNG KOMPLEKSİNİN İŞLƏNİB HAZIRLANMASININ İSTİQAMƏTLƏRİ**

**S.X.İsmayılova**

[cabbarli\\_10@mail.ru](mailto:cabbarli_10@mail.ru)

### **Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Mövcud şəraitdə artmaqda olan rəqabət və dəyişiklik qarşısında şirkətlərin başlıca məqsədi fəaliyyətlərini davam etdirmək və öz mövqelərini möhkəmləndirməkdir. Bunu həyata keçirmək isə məhsulu müştərilərə təqdim etmək strategiyasından, məhsulun bazardakı alıcılıq qabiliyyətindən, uğurundan asılıdır.

Bir çox bizneslər sıfırdan başlayır. Hazırda dünyanın ən varlı biznesmeni olan Amazonun qurucusu Jeff Bezos öz biznesini bir otaqdan qurub. Bəzi bizneslər böyüyür, uğur qazanır və nəhəng şirkətlərə, korporasiyalara çevrilir. Bu uğuru biznesmenlər nəyə borcludur? Əgər cavabınız “kiçik biznes marketingi”-dirsə, deməli haqlısınız.

Müasir iqtisadiyyatın böyük bir hissəsini kiçik biznes sahələri təşkil edir. Kiçik biznes, adətən az sayda işçisi olan və məhdud büdcəyə malik olan müəssisələrdir. Kiçik müəssisələrin məqsədi biznesini böyütmək və ayaqda tutmaq üçün müştəri artımına nail olmaqdır.

Qida sektoru günümüzdə hər kəsin ehtiyacı olan sektordur və bu səbəbdən çox böyük bir inkişaf potensialına malikdir. Qida sektorunun inkişaf etməsində böyük rol marketing sahəsi daşıyır. Qida sektorunda marketingin təşkili məhsul və xidmətlərin reklam olunması, brendin formalaşması, istehlakçıların ehtiyaclarının (tələb) qarşılınması prosesləri ilə başlayır. Marketing strategiyaları, müştərilərin qida tələblərinə uyğun olmalıdır və onların keyfiyyətli və təmiz məhsullar əldə etmələrini təmin etməlidir.

Həmçinin, qida sektorundakı müxtəlif segmentlər üzərində marketing strategiyaları fərqli olacaq. Məsələn restoranlar, supermarketlər və s. üçün fərqli strategiyalar tətbiq edilə bilər. Marketing mütəxəssisləri hər bir segmentin müştərilərinə uyğun reklam vasitələrini təyin edir və müştərilərin həvəslərinə uyğun məhsullar və xidmətlər təklif edərək daim müştəriləri diqqət mərkəzində saxlamağa çalışırlar.

Əlbəttə ki, bazarda üstünlük əldə etmək, daim maraqlı obyektində olmaq üçün marketing kompleksindən, 4P-dən yerində, düzgün istifadə etmək mühüm amildir. Qida sektoru da daxil olmaqla, bir çox sektorlar strategiyalarını 4P üzərində qurmağa çalışır. 4P effektiv strategiyalar hazırlamağa və həyata keçirməyə kömək edən çərçivədir.

Məhsul: Qida sektorunda məhsul strategiyası məhsulun dizaynı, xüsusiyyətləri, etiketi və markasının müəyyənləşdirilməsinə ehtiva edir. Bu hədəf bazanın ehtiyaclarına və tələblərinə görə müəyyən olunur.

Qiymət: Qidasektorunda, strategiya, məhsulun dəyəri və rəqiblərin qiymətləndirmə strategiyaları göz önündə saxlanılmaqdadır. Qiymətləndirmə strategiyası, məhsulun keyfiyyəti, markası və hədəf istehlakçının alım gücü kimi amilləri də diqqət mərkəzində saxlamalıdır.

Yer: Qida sektorunda, yer strategiyası, məhsulların harada satılacağına qərar vermə prosesini ifadə edir. Bu, müştərilərin məhsulunu asanlıqla əldə edə biləcəyi, uyğun və stratejik mövqelərdəki pərakəndə mağaza, market və ya mövcud platformaları ehtiva edir.

Təşviqat: Qida sektorunda, təşviqat strategiyası, istehlakçıların məhsulunu artırmaq və satışları təşviq etmək üçün istifadə olunan marketing fəaliyyətini ifadə edir. Bu fəaliyyətlər, reklam, təşviqat tədbirləri, sosial media marketingi və digər reklamkanalları vasitəsilə həyata keçirilə bilər.

Qida sektorunda biznesin fəaliyyəti üçün marketing alətlərindən sistemli şəkildə istifadə etmək lazımdır. Düzgün şəkildə qurulmuş marketing strategiyası kiçik biznesin fəaliyyətinə müsbət təsir göstərir. Qida sektorunda bir çox marketing alətlərindən istifadə etmək mümkündür. Bunlar arasında veb sayt, broşur, reklam, radio və televiziya reklamları, sosial media reklamları, elektron ticarət vasitələri və s.

Bütün bunlar, qida sektorunda marketingin imkanlarından yararlanaraq müştərilərin tələblərinə cavab verilməsi, qida sektorunun və bu sektorda fəaliyyət göstərən şirkətlərin inkişaf strategiyasının uyğun təşkil edilməsini təmin edir.

## **НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

### **ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ**

**С.Х.Исмаилова**

[cabbarli\\_10@mail.ru](mailto:cabbarli_10@mail.ru)

**Азербайджанский технологический университет**

В данной статье рассматривается использование инструментов маркетинга в стратегии развития организаций малого бизнеса, работающих в пищевой сфере. При разработке этих предприятий было отмечено, что должны быть должным образом реализованы концепции продукта, цены, места и продвижения. При этом был затронут вопрос обеспечения интенсивного развития за счет использования всех возможностей маркетингового поля.

## **DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF MARKETING COMPLEX IN SMALL BUSINESS IN THE FOOD SECTOR**

**S.H.Ismayilova**

[cabbarli\\_10@mail.ru](mailto:cabbarli_10@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

This article discusses the use of marketing tools in the development strategy of small business organizations operating in the food sector. In the development of these enterprises, it was mentioned that the concept of product, price, place, and promotion should be properly implemented. At the same time, the issue of providing intensive development by taking advantage of all the opportunities of the marketing field was touched upon.



## KEYFİYYƏT İDARƏETMƏ SİSTEMLƏRİNİN MÜASİR METODLARI VƏ TƏLƏBLƏRİ Ə.H.Əfəndiyev

[efendiyev493@gmail.com](mailto:efendiyev493@gmail.com)

### Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Məhsulun keyfiyyəti biznesin sənaye və bazarda uğurlu olması üçün çox vacibdir. Keyfiyyəti yaratmaq və əldə saxlamaq üçün təminat lazımdır. Bir çox müəsisələr təminti azaltmaq üçün keyfiyyətə gözdə tutulmuş əhəmiyyət və bu da çox zaman daha çox xərclərin yaranmasına gətirir. Keyfiyyət idarəetməsinin əsas göstəriciləri bunlardır:

- ✓ Məhsulun vaxtında çatdırılması;
- ✓ Tələbə uyğun gələn istehsal;
- ✓ Məhsulun aşağı qiyməti.

Məhsulun keyfiyyəti mövcud standartlara cavab verməli və davamlı inkişafı olmalıdır. Hazırda müəsisələrdə sistemli keyfiyyət idarəetməsi ön planda durur. Davamlı istehsal prosesinin inkişafı və monitorinqi üçün mühit yaradılmalıdır. Bir çox müəsisələrdə şaquli təşkilatı strukturlar geniş yayılmışdır. Bunun üçün eyni tipli işi görən işçilərin işçi qüvvəsi birləşdirilir. Keyfiyyət idarəetməsini yaratmaq üçün bazarın segmentasiyası araşdırılmalıdır. Milli və beynəlxalq standartlar qurumun ehtiyaclarına daxil edilməlidir. Müəsisədə məhsul istehsal edilməsindən qabaq məhsul haqqında məlumat toplanmalıdır. Bir çox müəsisədə şaquli strukturun istifadəsi zamanı problemlər yaranır. Burada səhvlər və təkrarlanma ola bilər. Bunun səbəbi adətən son nəticə maksimum qazanc əldə etmək istəyidir. Bunun nəticəsində həm xarici, həm daxili alıcıların artırılması üçün bir çox istiqamətlərə yönəliirlər: [3]

1. Keyfiyyətin sertifikatlaşdırılmasının əsas vəzifəsi elmi və texnoloji inkişafın nəticəsi olaraq texniki təməl və texniki dəstək istəyi;
2. Bir çox müəsisələrdə müxtəlif keyfiyyət göstəricilərinə siyasət, iqtisadiyyat, ətraf mühitin mühafizəsi və sosial fəaliyyətlərin təsir etməsi;
3. Şirkətin işçi qüvvəsində mühüm rol oynayan şirkət daxilində işgötürənlər və şöbələr arasında qarşılıqlı əlaqə etikasının həyata keçirilməsi.

Şirkətin inkişafı üçün ən mühüm menecerlərin və işçilərin müasir və hərtərəfli biliyə malik olması vacibdir. Məhsulun və işin keyfiyyəti şirkətin keyfiyyətindən asılıdır. Yəni idarəetmə, planlaşdırma, təşkilatlanma və inzibati nəzarətə əsaslanır. Müəsisədə möhkəm idarəetmə sistemi qurmaqla istənilən məqsədə nail ola bilərik. Bunun üçün plan düzgün tərtib edilməlidir.

Əvvəllər məhsulun gücünə diqqət yetirilirdi. Bununla belə, elmi və texnoloji tərəqqi məhsulları daha mürəkkəb və keyfiyyətin qiymətləndirilməsini çətinləşdirmişdir. Keyfiyyəti qiymətləndirmək üçün istehsal olunan məhsulun funksionallığını yoxlamaq lazımdır. Kütləvi istehsal dövründə məhsulları fərdi şəkildə fərqləndirmək və sınaqdan keçirmək çətinlikdir, hətta qeyri-mümkündür. Bununla belə, məhsul tamamlandıqdan sonra prosesi idarə etmək asanlaşır və mükəmməl məhsul yaratmağa imkan verir.

Keyfiyyəti idarə etmək üçün ilk növbədə məlumatları toplamalı, emal etməli və analitik metodlar yaratmalıyıq. Hazırda bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəsisələr məhsulun keyfiyyətinə nəzarətə üstünlük verirlər

Keyfiyyətə nail olmaq baha başa gəlir. Burada xərclərin böyük hissəsi əl əməyinə aid edilir. Müasir dünyada intellektual iş böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bugünkü bazarın böyük bir hissəsini tutmaq üçün keyfiyyət prioritet olmalıdır. Rəqabətə davamlı olmaq üçün yalnız yüksək keyfiyyətə nail olmaq lazımdır. İstehlakçılar və ya müştərilər üçün məhsulun keyfiyyəti sosial və estetik aspektlərlə formalaşır. Müəsisələr keyfiyyətli məhsul istehsalında cəmiyyətin alıcılıq qabiliyyətini təhlil etməlidirlər. Bunun səbəbi daha ucuz məhsulların daha rəqabətli olmasıdır. Təbii ki, yaxşı məhsullar daha baha başa gəlir. Lakin keyfiyyət bir məhsulu satmağı asanlaşdırdıqda, satışdan əldə olunan

gəlir xərclərin ödənilməsinə kömək edir. Əgər şirkət bazarda lider mövqə əldə etmək istəyirsə, məhsullarını daim təkmilləşdirməlidir. Sosial inkişaf insanların tələblərinin dəyişməsinə və yeni istehsalın yaranmasına səbəb olur. Kiçik problemlərin həlli böyük problemlərin həlli üçün çox vacibdir. Şirkət məhsullarının keyfiyyətinə mütəmadi olaraq nəzarət etməlidir. Qüsurlar idarə olunmazsa, qüsurlar artdıqca onların aradan qaldırılması xərcləri artır, məhsulun maya dəyəri artır. Qüsurlu məhsullar müştəriyə çatmazdan əvvəl atılmalıdır.

Keyfiyyət idarəetmə sisteminin daha effektiv olması üçün xüsusi prosedurlar tələb olunur. Beynəlxalq standartlaşdırma ilə yaradılmış ISO 9001 hazırda dünyada ən geniş yayılmış keyfiyyət idarəetmə sistemi üçün aparıcı standartdır.

Hazırda 200-ə yaxın ölkə ISO 9001 keyfiyyət menecment sistemindən istifadə edir. 9001 standartı Beynəlxalq Standartlaşdırma Təşkilatı (ISO) tərəfindən dərc edilmiş, uyğunluğun qiymətləndirilməsi üçün istifadə edilə bilən yeganə standartdır.

ISO 9001 Keyfiyyət İdarəetmə Sistemi müştəri gözləntilərinə və tələblərinə cavab verən tanınmış keyfiyyət idarəetmə sistemidir. Keyfiyyətə nəzarət sistemi parametrlərini müxtəlif amillər əsasında müəyyən edir, məsələn, şirkətin təşkilatı strukturu, müştəri məmnuniyyəti, toplanmış məlumatların təhlili, prosesə nəzarətin effektivliyi, daxili auditlər və məhsulun dizaynı və s.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Bəkirli A. Beynəlxalq idarəetmə sistemlərinin inteqrasiyası və auditi. Bakı. “Oğuz Eli” nəşriyyatı. 2010.
2. Biznesin təşkili və idarəedilməsi. Dərslük. Bakı: “İqtisad universiteti” nəşriyyatı. 2011. 464 səh.
3. Keyfiyyətə nəzarət. Ali məktəblər üçün dərslük. Bakı – 2017.

### **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ И ТРЕБОВАНИЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА**

**А.Х.Эфендиев**

[effendieve493@gmail.com](mailto:effendieve493@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Определение «качества» в бизнесе значительно отличается от того, что есть в повседневной речи. Качество в бизнесе означает идеальное выполнение критериев технологической реальности. Достижение величия в бизнесе и промышленности трудно, когда это различие отрицается или игнорируется. Одной из ключевых целей контроля качества является обеспечение того, чтобы деловая активность основывалась на требованиях клиентов и приводила к их удовлетворению. Из-за этого стандарт предлагает «удовлетворенность клиентов» в качестве решающего критерия и уделяет ему особое внимание во всех взаимодействиях.

### **MODERN METHODS AND REQUIREMENTS OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS**

**A.H.Efendiyev**

[effendieve493@gmail.com](mailto:effendieve493@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The definition of "quality" in business is considerably different from what it is in daily speech. Quality in business refers to the perfect fulfillment of the criteria of technological reality. Achieving greatness in business and industry is difficult when this distinction is denied or ignored. One of the key goals of quality control is to ensure that business activity is based on client demands and results in customer satisfaction. Because of this, the standard suggests "customer satisfaction" as a crucial criterion and places special emphasis on it across all interactions.





## **AUDİT XİDMƏTİNİN TƏŞKİLİNİN NORMATİV HÜQUQİ ƏSASLARI**

**S.E.Məmmədova**

[sevda-eliyeva-83@mail.ru](mailto:sevda-eliyeva-83@mail.ru)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Respublikamızdakı idarə və müəssisələrdə icra edilən təsərrüfat əməliyyatlarının mövcud olan qanunvericiliyin tələblərinə uyğun olması, onun şəffaflıq və dəqiqliyinin təmin edilməsinə nəzarət auditin mümkün qədər geniş tətbiq olunmasını vacib şərt hesab edir.

Azərbaycan Respublikasında audit xidmətlərinin təşkili, auditorların hüquq və vəzifələri, bu xidmətin həyata keçirilməsinin hüquqi əsasları “Audit xidməti haqqında” qanunla müəyyənləşdirilir. Qanun hüquqi tabeliyindən və mülkiyyət forması asılı olmadan respublika ərazisində yerləşən idarələrə, təşkilatlara və müəssisələrə şamil olunur. Audit xidməti dedikdə müqaviləyə uyğun şəkildə maliyyə-təsərrüfat sahəsində göstərilən xidmətlər başa düşülür. Bu xidmətlər ekspertizalar, yoxlamalar, təhlillər apararaq yazılı rəy vermək, həmçinin mühasibat uçotunu yaratmaq, hesabatların dürüstlüyünü təsdiqləmək və digər xidmətlər aiddir. Göstərilənləri nəzərə alıb hesab edə bilirik ki, ölkəmizdə bazar iqtisadiyyatı münasibətlərinin möhkəmlənməsi və iqtisadi islahatların həyata keçirilməsi şəraitində iqtisadi nəzarətin, həmçinin audit xidmətinin hərtərəfli inkişaf etməsi və bu zəmində olan normativ-hüquqi sənədlərdən geniş istifadə olunması çox vacib amil hesab edilir. Hal-hazırda Azərbaycan Respublikasında audit xidmətini audit təşkilatları sərbəst auditorlarla birlikdə həyata keçirirlər ki, bu da qüvvədə olan qanunvericiliyə uyğun olaraq aparılır. Sərbəst auditorlar dedikdə Auditorlar palatasının lisenziyasına əsasən respublika ərazisində bu xidməti göstərən fiziki şəxs başa düşülür. Aşağıda göstərilən şərtlər Azərbaycan Respublikası ərazisində sərbəst auditor hüququ qazanmaq üçün lazım olan tələblərdir:

1. Bu şəxs Azərbaycan Respublikası vətəndaşı olmalıdır;
2. Məhkəmənin qüvvədəki qərarına əsasən təsərrüfat-maliyyə sahəsi üzrə vəzifələr tutmaq, həmçinin nəzərdə tutulan fəaliyyət sahəsilə məşğuliyyət hüququndan məhrum olunmaq və ya belə cəza növü ilə bağlı olan məhkumluğun qanunvericiliklə müəyyənləşdirilmiş qaydada ödənilməsi;
3. Mühasibat uçotu, maliyyə və hüquqşünas ixtisası üzrə ali təhsilin olması, göstərilən ixtisas üzrə ən azı üç illik iş stajına malik olması;
4. Sərbəst auditorlar cinayət törətmək üzrə məhkum edilmiş eləcə də, məhkumluq müddətini bitirməmiş şəxslər ola bilməz;
5. Öz ölkələrində audit xidmətlərilə məşğul olan və bu hüququn verildiyi xarici ölkə vətəndaşları Auditorlar Palatasının icazəsilə bu hüquqdan respublika ərazisində də istifadə edə bilərlər.

Audit adı almaq üçün Auditorlar Palatasının əsasnaməsinə uyğun olaraq imtahanlar təşkil olunur ki, bu da Palata tərəfindən təyin olunan komissiya ilə aparılır. Audit təşkilatları Auditorlar Palatasının lisenziyasına uyğun olaraq ölkə ərazisində audit xidməti göstərmək hüququnda olan və nizamnaməyə görə tək fəaliyyət sahəsi məhz xidmətin bu növü hesab edilən hüquqi şəxs başa düşülür. Bu təşkilatın yaranması üçün isə ən azı sərbəst auditor olmalıdır. Qanunvericiliyə uyğun olaraq aşağıda göstərilən hüquqlar sərbəst auditor və audit təşkilatları üçün nəzərdə tutulmuşdur :

- Sifarişçilərlə bağlanmış müqavilənin şərtlərinə uyğun olaraq aparılan auditin formı və metodlarını qanunvericiliyə əsasən sərbəst müəyyənləşdirmək;
- Sifarişçilərin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətilə əlaqədar olan bütün sənədləri ilə tanış olmaq, yoxlamaq üçün onları almaq, həmçinin audit üçün lazımlı məlumatları almaq;
- Göstərilən auditor xidmətləri zamanı müəyyən edilən nöqsanlar haqqında dövlət orqanlarının sifarişlə onların qarşısında məsələ qaldırmaq;
- Sifarişçilərin rəhbərliyindən və işçilərindən yazılı şəkildə izahat almaq;
- Auditin keçirilməsi zamanı müqaviləyə uyğun şəkildə başqa auditorları cəlb etmək;
- Təsərrüfat subyektləri tərəfindən audit yoxlamalarının keçirilməsi üçün lazım olan sənədlərin təqdim edilməməsi zamanı audit yoxlamasının keçirilməsindən imtina etmək.

Son illərdə respublikamızda müstəqil audit nəzarət sisteminin qurulması, auditor kadrların hazırlanması, onların hüquq və məsuliyyətinin inkişaf etdirilməsi, peşə vəziflərinin tənzimlənməsi məsələlər üzrə bir çox işlər görülmüşdür. Buna misal kimi son illərdə idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsinə, əsassız keçirilən audit yoxlamalarının qadağan edilməsinə dair Prezident tərəfindən verilən fərman və bu sahədə görülən digər işləri göstərmək olar. Bütün bunlar nəticədə respublikamızda auditor xidməti bazarının formalaşmasına əsas olmuşdur. Və belə bir zamanda audit fəaliyyətinin daha da yüksək səviyyədə təşkilinə ehtiyac duyulur.

## **НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ ОСНОВА АУДИТОРСКОЙ СЛУЖБЫ ОРГАНИЗАЦИИ**

**С.Э.Мамедова**

[sevda-eliyeva-83@mail.ru](mailto:sevda-eliyeva-83@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Тема посвящена организации аудиторской службы в нашей республике и регулированию ее прав основе нормативных актов.

## **NORMATIVE LEGAL BASIS OF AUDIT SERVICE ORGANIZATION**

**S.E. Mammadova**

[sevda-eliyeva-83@mail.ru](mailto:sevda-eliyeva-83@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

The topic is devoted to the organization of the audit service in our republic and the regulation of its rights on the basis of normative acts.



## AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA MALİYYƏ BAZARLARININ ROLU

A.T.Mehtiyeva

[mehtiyevaaygun28@gmail.com](mailto:mehtiyevaaygun28@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Maliyyə bazarı «financial market» anlayışı olub tərcüməsi «maliyyə bazarı» deməkdir. Müasir mənada-maliyyə bazarı elə bazar növüdür ki, burada maliyyə aktivləri (qiymətli kağızlar) alına və satıla bilər.

«Maliyyə bazarı» anlayışına iki aspektdə baxmaq olar:

1) Maliyyə institutlarının məcmusu kimi. Bu halda maliyyə bazarı tələb və təklifin bazar prinsiplərinə əsaslanan kapitalın yenidən bölüşdürülməsi üçün müəyyən edilmiş bütün təşkilat və idarələri özündə birləşdirir, yəni maliyyə bazarı - institutlar sistemi kimi çıxış edir ki, burada bazarın iştirakçıları özündə - investorlar, qiymətli kağızların emitetləri; vasitəçilər - ticarətin birja və birjadankənar təşkilatçıları; bazarın infrastrukturu - depozitləri, qeydiyyatçıları, hesab – klirinq təşkilatları və s. ehtiva edir.

2) İqtisadi münasibətlərin məcmusu kimi. Burada maliyyə bazarı kapitalın formalaşması, bölgüsü və yenidən bölgüsünə yönəldilmiş iqtisadi münasibətlər sistemi kimi nəzərdə tutulur və əmtəə bazarından başqa kapitalın satışı həyata keçirilən bütün bazarlar maliyyə bazarı hesab edilir.

İqtisadiyyatının inkişafı ilə paralel olaraq Azərbaycan hökumətinin qarşısına onun maliyyə bazarında inkişafın təmin edilməsi və rəqabət qabiliyyətliliyinin möhkəmləndirilməsi üçün Azərbaycan maliyyə bazarlarının təkmilləşdirilməsinin vacibliyi əsas məsələ kimi yaranmış olur. Ümumiyyətlə, müasir Azərbaycan maliyyə bazarlarını nəzərdən keçirərkən onun aşağıdakı xüsusiyyətlərini qeyd etmək olar: [1]

- regionların inkişaf səviyyəsində xeyli dərəcədə fərqlilik;
- sosial yönümlülük;
- maliyyə bazarında maliyyə agenti qismində aparıcı mövqe kommersiya banklarına mənsubluğu;
- maliyyə bazarının iki sektor ilə məhdudiyətliyi.

Azərbaycan Respublikasında maliyyə bazarlarının rolu son zamanlarda daha da artmaqdadır. Respublikamızda maliyyə bazarlarının formalaşmasında maliyyə institutlarında rolu əvəzsizdir və onların fəaliyyəti Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin sərəncamı, hökumət qərarları və s. bu vasitəsilə tənzimlənərək formalaşır. Azərbaycan Respublikasında maliyyə bazarlarının aşağıdakı növlərini misal göstərmək olar:

- |                  |                            |                  |
|------------------|----------------------------|------------------|
| 1.pul bazarı     | 2.qiymətli kağızlar bazarı | 3.valyuta bazarı |
| 4.kapital bazarı | 5.sığorta bazarı           | 6.qızıl bazarı   |

Pul bazarının əsasını Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı və bank-kredit təşkilatları təşkil edir. Buda öz növbəsində Azərbaycan Respublikasının “Banklar haqqında” 2004-cü il 10 dekabr tarixində 802N-li Qanuna əsasən tənzimlənir.

Azərbaycan Respublikasının kredit bazarları və yaxud kredit təşkilatları 2004-cü il 16 yanvar tarixli Qanuna uyğun olaraq tənzimlənir. Kredit təşkilatlarının yaradılmasında əsas məqsəd iqtisadi hüquqların tənzimlənməsi, sosial ehtiyacların ödənilməsinin əsasını təşkil edən uzunmüddətli və qısamüddətli kreditdir.

Dünya ölkələrində olduğu kimi Azərbaycan Respublikasında da qiymətli kağızlar bazarı geniş inkişaf edən bazarlardan biridir. Qiymətli kağız bazarının dövlət tənzimlənməsi icra hakimiyyəti orqanları tərəfindən (təhlükəsizliyin təmin edilməsi, maliyyə risklərinin önlənməsi) tənzimlənir və 1998-ci ilin 14 iyul tarixli Qanuna əsasən nizaman salınır.[3]

Azərbaycan Respublikasında maliyyə bazarlarının rolu, ölkənin iqtisadiyyatının və maliyyə sistemindəki ciddi dəyişikliklərə və inkişafa yol açması ilə əhatəli olaraq təsvir

edilə bilər. Bu bazarlar xarici investisiyaların cəlb edilməsinə və büdcə müqavilələrinin gücləndirilməsinə imkan verir. Maliyyə bazarlarının həcmi və çeşidliyi son illərdə artmaqdadır və bazarların yaxşı idarəedilməsi risklərin idarəedilməsi və inkişaf planları ilə birlikdə daha da güclü və dinamik olacaqdır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Quliyev E., Qurbanzadə Ş. Maliyyə bazarlarının əsasları. İnvestaz. Bakı, 2017. 215 s.
2. Kərimova G.R. Azərbaycanda maliyyə bazarlarının inkişafının nəzəri və praktiki aspektləri. Audit 3 (2020). cild 29. səh. 53-64.
3. Ataşov B.X. Maliyyə bazarlarının inkişaf etdirilməsi məsələləri. Bakı 2016. 456 səh.
2. Sadıqov M. Maliyyə. dərslik. Gəncə. 2010
3. Abbasov Q. Mühasibat uçotu. Bakı. 2017
4. Bağırov D., Həsənlı M. Maliyyə. Dərs vəsaiti. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 2011. 384 səh.

#### **РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**А.Т.Мехтиева**

[mehtiyevaaygun28@gmail.com](mailto:mehtiyevaaygun28@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Роль финансовых рынков в Азербайджанской Республике можно всесторонне охарактеризовать, приведя к серьезным изменениям и развитию в экономике и финансовой системе страны. Эти рынки позволяют привлекать иностранные инвестиции и укреплять бюджетные соглашения. Размер и разнообразие финансовых рынков в последние годы увеличиваются, и хорошо управляемые рынки станут еще сильнее и динамичнее, наряду с управлением рисками и планами развития.

#### **THE ROLE OF FINANCIAL MARKETS IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

**A.T.Mehtiyeva**

[mehtiyevaaygun28@gmail.com](mailto:mehtiyevaaygun28@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

As a result the role of the financial markets in the state Republic of Azerbaijan can be described as covering the path to serious changes and development in the country economy and financial system. These markets allow attracting foreign investments to the country and strengthening budget agreements. The volume and complexity of the financial markets have been increasing in recent years and with the management of markets risks and development plans thr country financial markets will become stronger and more dynamic.



## MALİYYƏ HESABATININ MÜASİR METODLARI

S.N.Məmmədova

[samiremmedova903@gmail.com](mailto:samiremmedova903@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Maliyyə hesabatları - istifadəçinin konkret məlumat ehtiyaclarına cavab verən hesabat tələb etmək hüququ olmadıqda, onun bu tələbatını ödəmək məqsədi ilə tərtib edilmiş ümumi təyinatlı hesabatlardır.[1]

Maliyyə hesabatı müəssisənin maliyyə vəziyyətini və fəaliyyətini ölçmək üçün ən mühüm vasitələrdən biridir. Bu hesabatların düzgün və aktual olması müəssisənin uğurunda mühüm rol oynayır. Maliyyə hesabatlarının müasir metodları, son illərdə digər sahələrdə olduğu kimi, texnologiya və informasiya sistemlərinin inkişafı ilə birlikdə dəyişir və inkişaf edir. Bu metodlar, maliyyə hesabatlarının hazırlanması, analizi və təqdimatı üçün yeni imkanlar yaradır. Maliyyə hesabatlarının müasir metodlarına qısa bir nəzər salaq.

Əsas metodlardan biri mühasibat uçotu və hesabat proseslərinin avtomatlaşdırılması, elektron sənəd idarəetmə sistemlərindən istifadə kimi rəqəmsal texnologiyalardan istifadədir. Bu, prosesin səmərəliliyini artırır və səhvləri minimuma endirir.

Digər mühüm üsul müəssisənin maliyyə fəaliyyətini daha dəqiq qiymətləndirməyə kömək edən analitik uçot sisteminin təkmilləşdirilməsidir. Analitik uçot sistemlərinə maya dəyərini hesablanması, maliyyə nəticələrinin təhlili, strateji planlaşdırma və proqnozlaşdırma üsulları daxildir.

Maliyyə hesabatlarının informasiya bazasının genişləndirilməsi həm də hesabatı daha geniş informasiya ilə, məsələn, biznesin sosial məsuliyyəti, müəssisənin risk və imkanlarının qiymətləndirilməsi haqqında məlumatla əlavə etməyə imkan verən mühüm üsuldur.

Rəqəmsal analiz, maliyyə məlumatlarının rəqəmsal göstəricilərinə əsaslanan analitik bir təhlil formasıdır. Bu metod, maliyyə hesabatında olan ən mühüm məlumatları və göstəriciləri dəqiqliklə görə bilər və hesabatçının işini asanlaşdırır.[2]

Ümumiyyətlə, müasir maliyyə hesabatı metodlarından istifadə məlumatların keyfiyyətini və etibarlılığını artırır, hesabatların hazırlanması və təqdim edilməsi prosesini sürətləndirir, onları maraqlı tərəflər üçün daha şəffaf və başa düşülən edir.

Maliyyə hesabatının müasir metodlarında təkcə maliyyə deyil, həm də sosial, ekoloji və idarəetmə kimi qeyri-maddi hesabatları əhatə edən inteqrasiya olunmuş hesabatı ayırd etmək olar. Həmçinin müasir metodlar beynəlxalq maliyyə hesabatı standartlarında dəyişiklikləri nəzərə alır. Onlar biznesdə şəffaflığın və etimadın təmin edilməsində, eləcə də idarəetmə proseslərinin təkmilləşdirilməsində və əsaslandırılmış qərarların qəbulunda mühüm rol oynayır.[3]

## ƏDƏBİYYAT

1. <http://www.muhasib.az/Muhasibat/hesabatlar/hesabatlar.php>
2. “Бухгалтерский учет и финансовая отчетность” (авторы: Соколова Т.М., Звонарева И.Н., Мельникова Е.Ю.)
3. “Международные стандарты финансовой отчетности” (автор: Петров А.В.)



## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ**

**С.Н.Мамедова**

[samirememmedova903@gmail.com](mailto:samirememmedova903@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В современных методах финансовой отчетности можно выделить интегрированную отчетность, которая включает не только финансовую, но и нематериальную отчетность, такую как социальная, экологическая и управленческая. Также современные методы учитывают изменения в международных стандартах финансовой отчетности. Они играют важную роль в обеспечении прозрачности и доверия в бизнесе, а также улучшении управленческих процессов и принятии обоснованных решений.

## **MODERN METHODS OF FINANCIAL REPORTING**

**S.N.Mammadova**

[samirememmedova903@gmail.com](mailto:samirememmedova903@gmail.com)

**Azerbaijan Tecnological University**

In modern methods of financial reporting, integrated reporting can be distinguished, which includes not only financial, but also intangible reporting, such as social, environmental and management. Also, modern methods take into account changes in international financial reporting standards. They play an important role in ensuring transparency and trust in business, as well as in improving management processes and making informed decisions.



## YÜNGÜL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İNNOVASIYALARIN İDARƏ EDİLMƏSİ

E.E.Məmmədzadə

[e\\_mamedzade@mail.ru](mailto:e_mamedzade@mail.ru)

### Elm və Təhsil Nazirliyinin İqtisadiyyat İnstitutu

Müəssisə fəaliyyəti zamanı müxtəlif dəyişikliklərin böyük axını ilə məşğul olur. Yeniliklərə uyğunlaşma, onların idarə edilməsi müxtəlif və yeni idarəetmə üsulları tələb edir. Qarşıya qoyulan innovativ məqsədlərə uğurla nail olmaq üçün, fikrimcə, innovativ xarakter daşıyan dəyişiklikləri idarə etmək üçün effektiv metod hazırlamaq lazımdır. Başqa sözlə desək, müəssisə innovasiya fəaliyyətini idarə etmək üçün modelə ehtiyac duyar. "Yenilik" termininin yaranması həyatın tələbləri ilə diktə olunur. İnnovativ proseslərin yeni məhsul və texnologiyalarda təcəssümü iqtisadi artımın əsasını təşkil edir. Elmi və texnoloji tərəqqi, yeni texnologiyalar yaratmaq, bununla da adi iqtisadi strukturun əhəmiyyətli transformasiyasına səbəb olur. Qeyd etmək lazımdır ki, müəssisənin strateji idarə edilməsi prosesinin bütün mərhələlərində əsas olanlardan biri innovativ komponentdir. Praktikada bu o deməkdir ki, müəssisədə innovasiya prosesinin idarə edilməsi strateji idarəetmənin aparıcı elementidir. Yeni texnologiyaların təsiri o qədər çoxşaxəlidir ki, o, innovasiya ilə müəssisənin strateji idarə edilməsi arasında əlaqənin öyrənilməsi zərurətini yaradır. Fikrimcə, innovasiya prosesini idarə etmək üçün belə bir model hazırlamaq və təsvir etmək lazımdır ki, növbəti planlaşdırılan vəzifəyə doğru daimi hərəkət etmək üçün vaxtında dəyişikliklər prosesi müəssisənin fəaliyyət sisteminin mahiyyətinə daxil olsun.

İdarəetmə prosesinin əsas ifadəsinin idarəetmə qərarı olduğuna əsaslanaraq, müəssisənin innovativ fəaliyyətinin idarə edilməsi modeli müəssisənin innovativ proqramının qəbulu ilə bağlı idarəetmə qərarıdır. Bu modelin cavab verməli olduğu tələb olunan şərt innovasiya prosesinin müəssisənin strateji idarə edilməsi prosesinə inteqrasiyasının mümkünlüyüdür. Bu modelin qurulması aşağıdakı addımlardan keçməklə əldə edilə bilər:

a. Müəssisənin idarəetmə prosesindən fərqli olan innovasiyanın idarə edilməsi prosesi innovasiya fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini tam nəzərə almalıdır. Və onun əsasında strateji müəssisə idarəetmə sistemində innovativ fəaliyyətin yerini müəyyən etmək lazımdır.

Strateji idarəetmə, fikrimcə, müəssisənin fəaliyyət strategiyasını hazırlamaq və həyata keçirmək üçün hərəkətlərinin ardıcılığını müəyyən edən bir prosesdir. Müəssisənin istənilən idarəetmə strategiyasının əsas vəzifəsi rəqabət üstünlüklərinə və onun istehsalının tələb olunan səmərəliliyinə nail olmaqdır. Bu problemin həlli müəyyən bazarda müəssisənin mövqeyini müəyyən edən şərtlərin müəyyən edilməsində görünür. Bunlara daxildir:

- müəssisənin istehsal potensialı - müasir avadanlıq, maşın və texnologiyaların olması və onlardan səmərəli istifadə edilməsi;

- müəssisənin iqtisadi potensialı - aşağı istehsal xərcləri və müəssisənin maliyyə sabitliyi;

- müəssisənin marketing potensialı - effektiv marketing xidməti, inkişaf etmiş satış şəbəkəsi.

- müəssisənin kadr potensialı - istənilən rütbəli kadrların rəşional tərkibi, qarşıya qoyulmuş vəzifələrə uyğun olaraq işçilərin optimal ixtisas səviyyəsi.

Fikrimcə, sadalanan şərtlərə müəssisənin innovativ potensialı da daxil edilməlidir - elmi-texniki bazanın olması, ixtisaslı elmi kadrların olması, innovasiyaları inkişaf etdirmək və mənimsəmək bacarığı, müasir informasiyaya sərbəst çıxış imkanı. elmi-texniki tərəqqi sahəsi və s. İstənilən strateji qərar, bir qayda olaraq, innovativ xarakter daşıyır və müxtəlif problemlərin həllinə yönəldilir: istehsal, maliyyə, iqtisadi, marketing

və s. Buna görə də strateji idarəetmə prosesində innovativ idarəetmənin yerini müəyyən etmək lazımdır.

Beləliklə, strateji idarəetmənin bütün mərhələlərində əsas komponentlərdən biri innovasiya komponentidir. Bu o deməkdir ki, iqtisadi inkişafın indiki səviyyəsində innovasiyaların idarə edilməsi strateji idarəetmənin aparıcı elementinə çevrilir.

b. Müəssisənin strateji idarəetməsi çərçivəsində innovativ layihələrin optimallaşdırılması.

Müəssisənin strateji idarəetmə prosesində mühüm rolu seçilmiş innovasiya layihələrinin hər biri üçün investisiya xərclərini azaltmaq məqsədi ilə həyata keçirilən innovasiya proqramının səmərəliliyinin artırılması və ən səmərəli yollarla bağlı suallara cavablandırılması oynayır. məqsədlərə çatmaq daha yaxındır. inkişaf. Bu, müəssisəyə müəssisənin innovativ fəaliyyətini daha səmərəli idarə etməyə və görünüşü yeni texnologiyaların təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsi faktı ilə izah olunan ən əhəmiyyətli və ehtimal olunan iqtisadi risklərdən bəzilərini azaltmağa imkan verir. Bəzi mənbələrə görə [1, 2], innovasiya fəaliyyətinin səmərəli idarə edilməsinə mane olan mühüm amillər bunlardır: innovasiyanın bazara gec daxil olması təhlükəsi, podratçılar - layihə icraçılarının çatışmazlığı, layihənin həyata keçirilməsi üçün strateji tərəfdaşların tapılması problemi.

Bu amillərə əsaslanaraq biz innovativ layihələrin optimallaşdırılması meyarlarını müəyyən etdik:

#### **4. Zaman amili**

Yeniliyin inkişafı üçün əlavə kadrların cəlb edilməsinin məqsədəuyğunluğu üçün zəruri şərt:  $O(\text{Traz1}) < O(\text{Traz})$  genişləndirilmiş formada aşağıdakı kimidir:

$$O(\text{Traz1}) = ZP \cdot H1 \cdot D1 < ZP \cdot H \cdot D = O(\text{Traz})$$

Burada,  $O(\text{Traz})$ ,  $O(\text{Traz1})$  - optimallaşdırmadan əvvəl və sonra innovasiyanın inkişaf vaxtının azaldılması əsasında innovativ layihələrin nəticələrinin göstəriciləri;

ZP - ayırmalarla orta əmək haqqı, man.;

N, N1 - işçilərin, insanların planlaşdırılmış və düzəliş edilmiş sayı;

D, D1 - planlaşdırılmış və düzəliş edilmiş iş müddəti, günlər.

Bu əsasda biz əlavə işçilər cəlb etməklə innovasiya layihəsinin mərhələsinin azaldılmasının mümkün müddətini hesablayırıq. İnnovativ layihənin həyata keçirilməsi müddətinin azaldılması innovasiyanın bazarda daha erkən görünməsinə kömək edir və müvafiq olaraq şirkətin innovasiyaların tətbiqindən gəlir əldə edə biləcəyi vaxtı yaxınlaşdırır.

#### **5. Layihə icraçısı**

Inkişafın üçüncü tərəf təşkilatına verilməsinin məqsədəuyğunluğu üçün zəruri şərt:  $O(\text{Zat1}) < O(\text{Zat})$ , genişləndirilmiş formada aşağıdakılardır:

$$\text{Set.org.} < ZP + Z_{\text{nir}} + Z_{\text{okr}} + Z_{\text{mark}} + Z_{\text{prod}} + Z_{\text{obor}}$$

Set.org saytında \_ dəq,

burada  $O(\text{Zat})$ ,  $O(\text{Zat1})$  - optimallaşdırmadan əvvəl və sonra innovativ ideyanın işlənilib hazırlanması xərclərinin azaldılmasına əsaslanan innovativ layihələrin nəticələrinin göstəriciləri. Onlar bir sıra alternativ, man.

Znir, Zokr, Zmark - müvafiq olaraq tədqiqat, inkişaf və marketing tədqiqatlarının aparılması xərcləri;

Zprod - istehsal sınaqlarının həyata keçirilməsi üçün xərclər, man.;

Zobor - zəruri avadanlıqların alınması xərcləri, man.;

Set.org. - analoji işlərə, xidmətlərə görə ödənişin ümumi dəyəri

üçüncü tərəf təşkilatları, adam.

Bu vəziyyətdə xərclərdəki fərq bir sıra hallara görə yarana bilər. Əgər layihə, məsələn, elmi-tədqiqat təşkilatı tərəfindən həyata keçirilməsi üçün təklif edilirsə, bu

halda lazımi elmi mütəxəssislərin tapılması və cəlb edilməsi, tələb olunan laboratoriya avadanlıqlarının alınması məsələləri tamamilə aradan qaldırıla bilər.

### **6. Strateji tərəfdaşlıq**

Yeniliklərin həyata keçirilməsi üçün strateji tərəfdaşlığın bağlanması məqsəduyğunluğu üçün zəruri şərt:  $O(P1) > O(P)$ , genişləndirilmiş formada aşağıdakılardır:

$$(Vp1-Sp1)/K > Vp-Sp,$$

$Sp1$  - dəq,  $Vp1$  - maksimum,

burada  $O(P)$ ,  $O(P1)$  - istehsala yeni məhsulların tətbiqi xərclərinin azaldılmasına əsaslanan innovativ layihələrin nəticələrinin göstəriciləri və strateji tərəfdaşların iştirakı ilə innovasiyaların həyata keçirilməsindən əldə edilən plan və proqnozlaşdırılan mənfəətin müqayisəsi yolu ilə müəyyən edilir., kişi.;

$Bn$ ,  $Bn1$  - strateji tərəfdaşın iştirakı ilə innovasiyaların satışından planlaşdırılan və proqnozlaşdırılan gəlir;

$Cn$ ,  $Cn1$  - strateji tərəfdaşın iştirakı ilə yeni məhsulların istehsalının planlaşdırılmış və proqnozlaşdırılan dəyəri;

$K$  - layihə iştirakçılarının sayı.

Burada nəticələrin fərqi tərəfdaşın kapitalının innovativ layihəsində əlavə iştirak, kredit vəsaitlərinə xidmətlə bağlı maliyyə xərclərinin olmaması səbəbindən yarana bilər. Optimallaşdırma prosesinin aşağıda təklif olunan mütəxəssisin innovativ fəaliyyətinin idarə edilməsi modelinə uyğun olması üçün onu aşağıdakı kimi təqdim edəcəyik:

$$\sum x_i + \sum x_{opt}, \text{ harada}$$

$x_i$  -  $i$ -ci innovasiya layihəsi üzrə xərclər;

$x_{opt}$  – optimallaşdırılmış  $i$ -ci layihə üçün xərclər;

$\sum x_i$ ,  $\sum x_{opt}$  - müvafiq olaraq planlaşdırılmış və optimallaşdırılmış innovativ mütəxəssisə proqramları.

Optimalların tapılması və innovativ inkişafın məqsədlərinə nail olmaq üçün müxtəlif variantların və yolların müqayisəsi üçün təqdim olunan meyarlardan istifadə edərək, mütəxəssis iqtisadi dövriyyədə yeni texnologiyaların hazırlanması və tətbiqi layihələrinin ümumi səmərəliliyinin artırılmasını təmin edir. Bu təhlil həm strategiyanın formalaşması prosesinin ən başlanğıcında, həm də innovasiyanın həyat dövrünün hər bir mərhələsində, elmi-tədqiqat və təkmilləşdirmə işlərində iştirak edən kadrların, mümkün strateji tərəfdaşların - layihə icraçılarının sayının ən effektiv nisbətini müəyyən etməklə aparıla bilər və aparılmalıdır.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Antonets V.A. və s. İnnovativ biznes: perspektivli inkişafın kommersiyalaşdırılması üçün modellərin formalaşması. M: Delo. 2019. 320 s.
2. Sıçrayış komandaları: İnnovasiya və sənaye liderliyinin mənbələri. M: Grevtsov Publisher. 2018 - 336 s.



## PUL VƏSAİTLƏRİ UÇOTUNUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

F.H.Əliyev

[feliyev629@gmail.com](mailto:feliyev629@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Pul vəsaitlərinin uçotu, müasir məhsul və texnologiyaların dəyişməsinə uyğun olaraq dəyişməlidir. Elektron pul köçürmə sistemlərinin və kriptovalyutaların geniş yayılması, bankların və digər maliyyə müəssisələrinin xidmətlərinin onlayn platformalara köçürülməsi, məsləhət görür ki, uçot prosesləri daha sürətli, daha təhlükəsiz və daha rahat hala gətirilsin. Bu məqsədlə, müxtəlif ölkələrin maliyyə sahəsindəki qanunvericilik və tənzimləmə qaydaları, pul vəsaitlərinin uçotu üçün yeni standartlar və tədbirlər təyin edilməlidir. Həmçinin, artan texnoloji imkanlar istifadə edilərək, pul vəsaitlərinin uçotu daha avtomatlaşdırılmış və daha effektiv hala gətirilə bilər. Bununla birlikdə, pul vəsaitlərinin uçotunda təhlükəsizlik və müştəri məxfiliyi də vacib məsələlərdir. Bu sahədə, məhsul və texnologiyaların dəyişməsinə uyğun olaraq, müştərilərin məlumatlarının qorunması üçün yeni tədbirlər və təhlükəsizlik standartları təyin edilməlidir. Həmçinin, məhsul və texnologiyalardakı inkişafın ənənəvi bank və maliyyə sahəsində tətbiq edilməsi və müştərilərinin onlayn platformalarda daha çox istifadə etməsi nəticəsində, tranzaksiyaların miqdarı və kompleksliyi artmaqdadır. Bu səbəbdən, pul vəsaitlərinin uçotu üçün yeni proqramlar və texnologiyaların inkişaf etdirilməsi, daha yüksək miqdarlı və daha effektiv tranzaksiyaların həyata keçirilməsi üçün zəruri olaraq görünür. Pul vəsaitləri uçotunun təkmilləşdirilməsi eyni zamanda iqtisadiyyatda da çox vacibdir. Bu inkişaf ölkələrdə mənfəətli iş və ticarət əlaqələrinin artmasına, xarici ticarət münasibətlərinin genişlənməsinə, vergi və maliyyə nəzarəti proseslərinin daha asan və sürətli həyata keçirilməsinə imkan verir. [1]

Buna baxmayaraq, pul vəsaitlərinin uçotunun təkmilləşdirilməsi ilə əlaqədar bir sıra müəyyən risklər də mövcuddur. Ən məşhur risk, kibertəhlükəsizlikdir. Bu, xəbərsiz və ya pis niyyətli şəxslərin bank və maliyyə sistemlərinə qarşı hücum etməsi və mənfəət təsir göstərməsi təhlükəsi ilə bağlıdır. Bu səbəbdən, bu müsbət dəyişikliklərin qarşısında güclü təhlükəsizlik və qoruma tədbirləri də götürülməlidir.

Başqa bir risk isə, digər texnologiyalarla bərabərdir. Pul vəsaitlərinin uçotuna alternativ kimi, müxtəlif kriptovalyutaların geniş yayılması mümkündür. Bu, tradisional bank və maliyyə müəssisələrinin əvəzində daha müstəqil və özünün kontrolunda olan bir sistemə keçidə səbəb ola bilər. Bu, həm pul vəsaitlərinin uçotunun təkmilləşdirilməsi, həm də bank və maliyyə müəssisələrinin müştərilərini saxlamaq üçün əsasən məsuliyyətləri olduğu tədbirlər götürməsinə səbəb ola bilər.

Ümumiyyətlə, pul vəsaitlərinin uçotunun təkmilləşdirilməsi, müxtəlif faydaların yanı sıra, bəzi risklər də gətirir. Bu səbəbdən, bank və maliyyə müəssisələri, həm müştərilərinə daha yaxşı bir xidmət göstərmək, həm də özünün və müştərilərinin məxfiliyini qorumaq üçün qoruma və təhlükəsizlik tədbirləri götürməlidirlər. Böyük bir səy ümid edirik ki, bu proses daha effektiv və məhsulu yararlı bir şəkildə həyata keçiriləcəkdir.

Dünyada pul vəsaitləri uçotunun təkmilləşdirilməsi ilə bağlı son illərdə bir çox inkişaflar yaşanmışdır. Bu inkişafaların arasında, yeni ödəniş sistemi tətbiqləri, “Blokchain” texnologiyası, kriptovalyutalar və dərin öyrənilən maşın öyrənmə (Deep Learning) alqoritmləri sayılabilir. Yeni ödəniş sistemi tətbiqləri, tradisional bank və ödəniş şirkətlərindən daha sürətli və daha rahat ödənişlərin həyata keçirilməsinə imkan verir. Bunların arasında “Zelle”, “Venmo”, “PayPal” və “Cash App” kimi platformalar qeyd edilə bilər. Bir araşdırmaya görə, 2023-ci ilin sonuna qədər dünya üzrə mobil ödənişlər ümumi dəyəri 14 trilyon dolları keçəcək. Bu sahədə ən böyük sürətlər Asiya regionunda qeydə alınır. [2]



Ümumi olaraq, dünyada pul vəsaitləri uçuşu sahəsi son illərdə ciddi inkişaf yaşayırdı və bu inkişafın sürətləri artmaqdadır. İndiki vəziyyətdə, daha sürətli, təhlükəsiz və transparen sənaye sistemləri, daha innovativ və təkmilləşmiş “blokchain” texnologiyaları və daha effektiv maşın öyrənilən alqoritmləri ilə, pul vəsaitləri uçuşu sahəsi daha da inkişaf edəcək. Bu inkişaf, insanların həyatını daha da rahatlaşdıracaq və global maliyyə sistemlərində daha çox transparen si və güvəni təmin edəcəkdir.

Azərbaycanda da son illərdə pul vəsaitləri uçuşu sahəsində ciddi inkişaf yaşanırdı. Ölkədə blokchain texnologiyalarının və digər innovativ maliyyə texnologiyalarının tətbiqi üzrə bir çox layihələr həyata keçirilir. Azərbaycanda, sənaye sistemləri və elektron pul platformaları kimi texnologiyalar üzrə bir çox sənaye səlahiyyətli təşkilatlarının fəaliyyəti vardır. Bu sənaye səlahiyyətli təşkilatlarının, sənayələrin effektivliyini artırmaq üçün inkişaf etdirilmiş texnologiyalar və inkişaf etdirilmiş “blokchain” texnologiyalarından istifadə etmək üçün inkişaf etdirilən layihələr var. Həmçinin, ölkədə kriptovalyuta sahəsi də son zamanlarda ciddi inkişaf yaşayırdı. Azərbaycanda kriptovalyutaların qanuni statusu var və bu sahədə sənaye səlahiyyətli təşkilatlarının fəaliyyəti də mövcuddur.

Azərbaycanda pul vəsaitləri uçuşunun təkmilləşdirilməsi üçün bir neçə formada həyata keçirilir bunlar aşağıdakılardır:

1. Qanunvericilik sahəsində inkişaf: Azərbaycanda son illərdə maliyyə sahəsində qanunvericilik sahəsində ciddi inkişaf edilib. Müxtəlif elektron sənaye sistemləri, banklar və maliyyə müəssisələri üçün qanunlar, tədbirlər və dövlət proqramları hazırlanaraq bu sahədə inkişaf təmin edilir.

2. Maliyyə texnologiyaları ilə təchiz edilmiş infrastrukturun inkişafı: Azərbaycanda elektron sənaye sistemləri, banklar və maliyyə müəssisələri üçün modern infrastruktur və texnologiyaların inkişafı ilə təchiz edilir. Məsələn, milli bank kartları, mobil bankçılıq, internet bankçılığı kimi maliyyə texnologiyaları ilə təchiz edilmiş infrastruktur inkişaf etdirilir.

3. İnformasiya təhlükəsizliyi və rəqəmsal təhlükəsizliyin təmin edilməsi: Azərbaycanda maliyyə müəssisələri və banklar tərəfindən rəqəmsal təhlükəsizliyin və informasiya təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün lazımi tədbirlər görülür.

4. Əhalinin elektron sənaye sistemlərinə daha çox inamsızlıq göstərməsi: Azərbaycanda hər il daha çox insan elektron sənaye sistemlərindən istifadə edir və bu trendin davam etməsi gözlənilir. [3]

Bütün bunların nəticəsində, Azərbaycanda pul vəsaitləri uçuşu sahəsi dövlətin diqqəti və inkişafı ilə daha sürətli inkişaf edir. Bu inkişafın davam etməsi ilə birlikdə, daha effektiv və sürətli maliyyə sistemləri yaradılacaq və əhalinin günlük həyatında daha çox elektron sənaye sistemləri gözlənilir.

Azərbaycanda pul vəsaitləri uçuşunun təkmilləşdirilməsi ilə bağlı nümunələr aşağıdakı kimi olacaq:

1. Elektron sənaye sistemlərinin inkişafı: Azərbaycanda fəaliyyət göstərən iki əsas elektron sənaye sistemi Milli Ödəmələr Şirkəti (MPS) və İctimai Ödəmələr Xidmətləri (İOX) - növbəti rəqəmlərlə inkişaf edir. MPS-nin 2021-ci ildə əldə etdiyi gəlir 71,2 milyon manat, İOX isə eyni il üçün 4,4 milyon manat gəlir qazanmışdır.

2. Digər maliyyə texnologiyalarının tətbiqi: Azərbaycanda fəaliyyət göstərən bir sıra bank, mobil bankçılıq və internet bankçılığı kimi yeni texnologiyaların tətbiqi edilməsinə öncülük edir. Məsələn, İnterBank müştəriləri arasında ən çox istifadə edilən mobil bankçılıq tətbiqi ilə 2021-ci ildə əldə etdiyi gəlir 4,7 milyon manatdır.

3. Kripto valyutaların qanuni statusunun təyini: Azərbaycanda kripto valyutaların qanuni statusunun təyini ilə bağlı son aylarda bir sıra addımlar atılıb. Məsələn, Azərbaycanın ən böyük təşkilatlarından biri olan Azərbaycan Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatası

(AMBNP) kriptovalyutaların mübadiləsinə dair qaydalar təyin edərək bu sahədəki qanunvericilik çərçivəsini səmərəli hala gətirməyə çalışır. [4]

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Dünya ölkələrində pul vəsaitləri uçotunun yeni dövrü- <https://sia.az/az/news/economy/987742.html>
2. Kibertəhlükəsizlik- <https://bbn.az/kibertehluksesizlik/>
3. Azərbaycan Respublikasında Milli Ödəniş Sisteminin İnkişafı üzrə 2005-2007-ci illər üçün Dövlət Proqramı- <https://e-qanun.az/framework/5552>
4. Azərbaycan Mərkəzi Bankı (AMB)-<https://www.cbar.az/page-474/payment-systems>

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ**

**Ф.Алиев**

[feliyev629@gmail.com](mailto:feliyev629@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Совершенствование кассового учета отвечает изменяющимся потребностям современного мира. Наряду с развитием информационных технологий и других инноваций меняется и использование наличных денег, что дает нам более эффективные и быстрые способы оплаты. Развитие, достигнутое в этой области, поддерживает экономическое развитие как на государственном, так и на индивидуальном уровне и создает более удобную платежную систему.

## **IMPROVEMENT OF CASH ACCOUNTING**

**F.Aliyev**

[feliyev629@gmail.com](mailto:feliyev629@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The improvement of cash accounting responds to the changing needs of the modern world. Along with the development of information technology and other innovations, the use of cash is also changing, which gives us more efficient and faster payment options. The development achieved in this area supports economic development at both the state and individual level and creates a more convenient payment system.



## BRAYAN TREYSİNİN SATIŞ ÜSULLARI

N.D.Verdiyev

[nazimdavudoglu@gmail.com](mailto:nazimdavudoglu@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Satış üsulları zaman və məkəncə dinamik dəyişən fəaliyyətdir. Məqalə Amerikanın nüfuzlu satış mütəxəssislərindən hesab edilən Brayan Treysin (Brian Tracy) satış üsulları ilə qısa tanışlığa həsr edilmişdir.

Satış marketinq fəaliyyətinin görünən hissəsidir və satış mütəxəssisləri satışın çeşidli üsul və texnikalarından istifadə etməklə satış həcmi və şirkətin iqtisadi göstəricilərinin yaxşılaşdırılmasını təmin edir. Satıcılar satış üsullarına nə qədər çox bələd olarlarsa, bir o qədər uğurlu fəaliyyət göstərə bilirlər. Marketinqdən məlum olan bənçmark (benchmark) anlayışı satış üsulları üçün də keçərlidir, o özünü zamanla göstərməkdədir, yəni bu gün üçün aktual olmayan satış üsulları gələcəkdə öz tətbiqini tapa bilər. Bunları nəzərə alaraq B.Treysin təqdim etdiyi satış üsulları yığcam şəkildə oxucuların diqqətinə çatdırılır. Bəzi üsulların adları dilimizdə işlənən ifadələrə uyğun düzəlişlərlə təqdim olunur. Beləliklə, B.Treysiye görə satışın aşağıdakı üsulları vardır. [1]

**1. Yüksələn satış.** Bu usula hissə-hissə satış, yaxud avtomatik satış üsulu da deyirlər. Mahiyyəti ondan ibarətdir ki, satış zamanı biri digərinin yararlanmasına səbəb olan və hər biri “bəli” cavabı tələb edən suallar seriyası verilir. Suallar sadədən xüsusiyyə doğru elə ardıcılıqla hazırlanır ki, hər bir sual müştərinin maraq və almaq imkanlarını daha dəqiq müəyyən edir. Təcrübə göstərir ki, müştərinin pozitiv cavab verəcəyi 5-6 sual seriyasından sonra onun hər şeylə razılışma ehtimalı yüksək olur və müştərinin məhsulu almaq marağını artırır.

**2. Dəvətli satış (yaxud satışa dəvət).** Satışda ən nüfuzlu üsullardan hesab edilir. Mahiyyəti odur ki, satıcı müştəriyə təqdimat etdiyi məhsulu təsvir edib xüsusiyyətlərini bildirdikdən sonra məhsulu alaraq sınaqdan keçirməyi təklif edir. Tərəddüd keçirən müştərilər əksər hallarda məhsulu sınaqğa həvəslə razılışırlar. Satıcının işi müştərinin məhsulu sınaqdan keçirməyə dəvət etməklə yanaşı həmçinin müxtəlif suallarla onu alışa təhrik etməkdən ibarətdir, məsələn, məhsulu nə zaman və hansı ünvana çatdırmaq, o sizə hansı vaxta lazımdır, rəngi necə olsun, hansı ölçünü istəyirsiniz və s.

**3. Qiymət etirazını cavablandırma.** Bu üsulda müştərinin qiymətlə bağlı etirazlarının dəf olunması diqqət mərkəzində saxlanılır. Satıcı müştərinin qiymətlə bağlı narazılıqlarını anlayışla, təmkinlə qarşılamalı və əslində almamağın səbəbinin yalnız qiymətlə əlaqədar olmadığını aşkara çıxarmağı bacarmalı, qiymət etirazını zəiflətməli, qiymətin niyə bu cür olduğunu izah etməli, əsaslandırmalı, məhsulun qiymətinin alternativ ödəmə qaydasını bildirməli, heç bir vəchlə qiyməti təqdimatın əvvəlində söyləməməli, məhsulun xüsusiyyətlərinə fokuslanmalı, əldə ediləcək faydaları vurğulamaqla almaq həvəsini artırmalıdır. Satıcı müştərinin qiymətdə bəzən kiçik fərqə görə almaqdan imtina etmək səbəbini aydınlaşdırmağı bacarmalı, lazım olduqda isə bu cür dəyərli məhsula kiçik qiymət fərqinin əhəmiyyətsiz olduğunu izah etməli və ya ondan keçməlidir.

**4. Sendviç satış.** Üsulun mahiyyəti odur ki, məhsulun qiymətinin söylənilməsi məqamında məbləğ deyilməməlidir, bunun əvəzində məhsulun qiymətinə əlavə daha nələrin (məsələn, zəmanət, pulsuz treninq, müştəri xidmətləri və s.) daxil olduğu bildirilməli, almaq istəyini artırmağa həvəs yaratmaqla qiymət həssaslığını azaltmaq lazımdır.

**5. Rəqibin qiymətləri ilə müqayisə.** Bu üsulda satıcı məhsulun qiymətini, özəlliklərini rəqiblərin qiymətləri və məhsulun xüsusiyyətləri ilə müqayisə edərək qiymət etirazını azalda bilər. Burada həmçinin qiyməti məhsulun dözümlüüyü və keyfiyyəti ilə əlaqəndirmək də nəzərdə tutulur.

**6. Dəlil.** Bu üsula görə müştərinin gözündə satıcının məhsul haqqında iddiaları, onu tərifləməsi sübut kimi görünür və müştərinin düşüncəsinə görə o həqiqət olmaya bilər. Alıcıya məmnun müştərilərin razılığını bildiren əlamətlər təqdim edildikdə (məsələn, tanıdığı

insanların razılığı, konkret adlar, minnətdarlıq məktubları və s.) o bunu dəlil kimi qəbul edəcək və özünün də məmnun qalacağına inanacaq.

**7. Asan (anlaşılan) qiymət.** Bu üsula görə, alıcının qiymət etirazını ən ucuz qiymətlərlə, gündəlik istifadə etdiyi və yaxşı anlayışı olduğu məhsulların qiymətləri ilə müqayisə etməklə azaltmaq olar, məsələn, bir şüşə mineral su ilə, restoranda bir dəfə naharla, bir ədəd yumurta ilə və s. Azərbaycan banklarından biri hətta vaxtilə bu cür reklam da hazırlamışdı – yumurta qiymətinə kredit.

**8. Ultimatum satışı.** Bu üsula bəzən gözlənilməz ölüm yaxud sınaq müddətinin son satışı deyilir. Üsulun mahiyyətinə “qərar ver” ifadəsi daha uyğun gəlir. Üsula görə müştəri alıb-almamaqla bağlı fikrini açıq bildirmir və nə hə, nə də yox deyir. Belə olan halda satıcı konkret vəziyyətdən asılı olaraq qəti hərəkət edir, məsələn, müqaviləni doldurur və müştərinin imzalayacağı yerə nişan qoyub imzalanmasını gözləyir. Bu cür yanaşma 59% uğurla, 41% isə imtina ilə nəticələnir. Əvəzində isə üzücü proses bitmiş olur.

**9. İkinci dərəcəli satış.** Üsul təqdimatın əhəmiyyətsiz hissələrində satış etməyi nəzərdə tutur, yəni müştəri xırda məsələlərdə razıdırsa, bu onun məhsulu almağa hazır olmasını bildirir. Bu üsul tərəddüd eən müştəriyə qərar verməkdə və yaranan gərginliyin öhdəsindən gəlməkdə kömək edir, qərar vermək prosesini asanlaşdırır, məsələn, hansı rəngi seçirsiniz, maşının təkərlərini dəyişək yoxsa üstündəkilər qalsın?

**10. Alternativ satış.** Bu üsul müəyyən bir şeylə başqa bir şey arasında seçim etmək, yəni alış qərarı verməyin gərginliyindən qurtulmaq və alternativ məhsul seçməkdir, çünki müştərilər olduqca fərdi xüsusiyyətlərə malikdirlər. Bu üsul “Dəvətli satış” üsulunda məhsulun çeşidləri arasında seçim etməklə eynidir, məsələn, rəngi, ölçüsü, variantları, çatdırılması, ödəməsi və s.

**11. Ehtimal satışı.** Bu üsul satış danışıqına nəzarət etmək üçündür, məsələn, “bura kimi hər şey aydındır?” Müştəri suala müsbət cavab verdikdə satıcını onu, məsələn, “bundan sonra görəcəyimiz iş...” deməklə yönləndirməyə və ardınca aparmağa başlayır. Bu üsulu bəzən “satışdan yayınmaqla satmaq” adlandırırlar, yəni satış barədə danışmaq əvəzinə müştərinin diqqətini məhsula sahib olmağa, hansı faydaları əldə edəcəyinə cəmləyirlər, müştəri “bəli” və ya “xeyr” deməkdən yayınır.

**12. Götürüb aparmaq satışı.** Bu üsul tərəddüd edən müştərilər üçündür və mahiyyətcə “Satışdan yayınmaqla satış” və “Ehtimal satışı”nın formaca dəyişikliyidir və müştərinə almağa ruhlandırmağa və tələsməyə sövq edir, məsələn, “yoxlayım, görüm, bu rəngdən / bu ölçüdə qalıbmı?” və s. Əgər müştəri razılışıb yoxlamanı gözləyirsə, deməli, o, almaq qərarını vermişdir, çünki məhsulu əldə etməmək qorxusu ona üstün gəlir.

**13. Cəm satış.** Məhsulda bir neçə özəlliklər cəmləşdikdə bu üsuldən istifadə edilir. Özəlliklər maraqlı yaradır, müştərinin əldə edəcəyi faydalar isə almaq istəyi yaradır. Faydaların hamısını kifayət qədər ətraflı izah etdikdə almaq istəyi kəskin artır.

**14. Küçük satış üsulu.** Bu üsul məhsula toxunmaq, hiss etmək, dadmaq və ya istifadə etmək imkanı verməyə əsaslanır. Üsulun belə adlandırılmasının səbəbi uşaqların küçük almaq istəyi üzərində qurulub. Valideynlər küçük almaq istəmədiklərindən uşaqları fikirlərindən yayındırmağa çalışırlar, lakin onlar inadkar olduqlarından satıcılar təklif edir ki, küçüyü alıb aparsınlar və bir neçə gündən sonra qaytara bilərlər. Lakin valideynlər küçüklərə uşaqlardan daha çox alışırırlar və onları qaytarmırlar. Beləliklə, satış daha asan baş tutur. Bu üsul “Dəvətli satış” üsulu ilə oxşardır və təcrübədə avtomobillərin və müxtəlif avadanlıqların satışında istifadə olunur.

**15. Ben Franklin satışı.** Üsulun mahiyyəti alış haqqında qərar qəbul etmək üçündür. Kağız parçası üzərində xətt çəkilərək sahə iki yerə ayrılır, “lehinə” və “əleyhinə” başlıqları yazılır. “Lehinə” hissəsində məhsulun faydaları, özəllikləri, “əleyhinə” sütununda isə almamaqla bağlı səbəblər yazılır və sonda müqayisə edilir. Adətən, “lehinə” sütununda yazılanlar üstünlük təşkil edir.

**16. Sifariş vərəqi satışı.** Bu üsul sifariş vərəqinin işlədildiyi bütün satışlarda istifadə edilə bilən sürətli və effektiv satış üsuludur. Üsulun bir neçə forması var. Birinci formada



(“**Satıcının pis yaddaşı**”) müştəri məhsul haqqında məlumat aldıqdan və hansı üstünlükləri əldə edəcəyini dərk etdikdən sonra tətbiq edilir. Müştəri almaq haqqında qərar verməmişdən əvvəl satıcı kağızda onun haqqında məlumatları yazmağa başlayır və hər dəfə yeni bir sual verdikdə cavabları sifariş vərəqində qeyd edir. Müştəri prosesdən əvvəl narazı qalsa belə sonradan buna alışır və suallara icazə verir. Sifariş vərəqini o, özünün fərdi anketi kimi qəbul edir və sonda almaq qərarını qətiləşdirməyə həvəsli olur. İkinci formada (“**Neqativ cavab satışı**”) əvvəlcə müştərinin ehtiyacları və tələbləri dəqiqləşdirilir, sonra ona müvafiq məhsul təqdim edilir, müştərinin sualları cavablandırılır və sifariş vərəqi icazə istəmədən doldurulur. Üsulun üçüncü formasında (“**Münasib hekayə satışı**”) məhsulu əvvəllər almış və özünü xoşbəxt hiss edən müştərilərin nə qədər məmnun qaldıqları barədə hekayələr danışılır. Bu hekayələr müştərinin beyninin sağ yarımkürəsinə, alt şüuruna təsir edir və o da eyni hissləri yaşamaq istədiyindən xoşbəxt olmaq arzusu yaradılmış olur.

**17. Çıxıb getmək satışı.** Bu üsula tövsiyəyə əsaslanan üsul da demək olar və “Düşünmək üçün mənə vaxt gərəkdir” kimi vəziyyətlərdə tətbiq edilir. Əslində B.Treysi əsərinin sonrakı səhifələrində həqiqətən də “**Tövsiyələr əsasında satış**” adlı üsul haqqında məlumat verir. Üsulun bir neçə forması var. Birinci formada müştəriyə deyilir ki, “bizə müraciət edənlərin əksəriyyəti digər müştərilərimizin məsləhəti ilə gələnlərdir, indi almasanız, böyük ehtimalla siz yenidən bizə müraciət edəcəksiniz. Odur ki, məhsulu sizə elə indi verə bilirik” təklifi ilə onun beynindəki narahatlıq və gərginlik aradan götürülmüş olur. Müştəriyə məntiqli əsas verdikdə onun çıxıb getməsinin qarşısı alınmış olur. Unutmaq olmaz ki, məntiq satışdır. “Tövsiyələr əsasında satış” üsulunda qeyd edilir ki, bir tövsiyə tanımadığımız əlli müştəridən effektivdir. Tövsiyə etibar etmək deməkdir ki, bunun da təsiri ilə daha rahat satışlar baş tutur. Hazırlıqlı, nəzakətli, dəqiq və peşəkar satıcıları isə müştərilər digərlərinə həvəslə məsləhət görəceklər. Üsulun ikinci formasında yalnız bu gün satışından istifadə edilir, yəni məhsul bu gün alınarsa, endirimə düşür kimi və s. fəndlərdən istifadə edilir. Lakin endirimləri satışın əvvəlində yox, sonunda etmək lazımdır. Çıxıb getmək satışının üçüncü forması müştəri qərar qəbul etmədən çıxıb getmək, başqa məhsulların qiymət və keyfiyyətləri ilə maraqlanmaq, kiminləsə məsləhətləşmək istədiyi hallarda tətbiq edilir. Bu zaman müştəri ilə mübahisə etmək yox, onu müqayisə etməyə ruhlandırmaq lazımdır. Bunu etməklə müştərinin beyninə sanki şübhə toxumu əkilmiş olur və o geriye dönməyə vadar olur.

**18. İtirilmiş satış.** Bu üsulun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, müştəri məhsulu almaq istəmədikdə, gizli (son, əsas) etirazını bildirmədikdə, satış az qala uğursuzluqla bitəcəyi anda satıcı ona təşəkkür edərək almamağının əsl səbəbini söyləməsini xahiş edir. Satıcı bunu bildikdən sonra onu cavablandırmaq imkanına malik olur ki, nəticədə müştərinin etirazı qalmır, rahat olur və məhsulu almağa razılaşır.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Brian Tracy. Satış etmək sənəti. Bakı, Qanun nəşriyyatı, 2020, 208 səh.

#### **МЕТОДЫ ПРОДАЖ БРАЙАНА ТРЕЙСИ**

**Н.Д.Вердиев**

[nazimdavudoglu@gmail.com](mailto:nazimdavudoglu@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В статье дано краткое изложение о 18 методах продаж, прокомментированных влиятельным американским экспертом по продажам Брайаном Трейси.

#### **BRIAN TRACY'S SELLING METHODS**

**N.D.Verdiev**

[nazimdavudoglu@gmail.com](mailto:nazimdavudoglu@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The article contains brief information about the 18 sales methods commented by the American influential sales expert Brian Tracy.





## LİZİNQIN MALİYYƏ TƏRTİBATININ TƏMİN EDİLMƏSİ

Y.A.Məmmədova

[yeganamammadova1960@gmail.com](mailto:yeganamammadova1960@gmail.com)

A.A.Həsənova

[aygün.b1993@mail.com](mailto:aygün.b1993@mail.com)

N.A.Quliyev

[narimanquluyev@gmail.com](mailto:narimanquluyev@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Banklar və kommersiya banklarının ixtisaslaşmış şöbələri tərəfindən yaradılan kommersiya lizinq şirkətləri Azərbaycanda lizinq bazarında aktiv fəaliyyət göstərən güclü lizinq şirkətləri qrupunu təşkil edir. Müvəkkil lizinq şirkəti ilə işləyərkən bank bütün sənədli və hüquqi əməliyyatları ona köçürür, yəni:

- potensial icarəçinin və onun zamininin biznes planının və maliyyə vəziyyətinin təhlili;

- avadanlıqların tədarükü müqaviləsinin, lizinq və sığorta müqavilələrinin qeydiyyatı, lizinq ödənişlərinin qrafikinə razılaşdırılması və təsdiqi;

- avadanlıqların tədarükü və onun gömrük rəsmiləşdirilməsi qaydası;

- avadanlıqların düzgün işləməsinə, icarəçinin maliyyə vəziyyətinə nəzarət.

Lizinq əməliyyatlarının maliyyə dizaynı, ilk növbədə, lizinq ödənişlərinin hesablanmasıdır, çünki lizinq ödənişinin ölçüsünün qiymətləndirilməsi əsasında lizinq müqaviləsinin bağlanması məqsədəuyğunluğu barədə qərar qəbul edilir. Bu həm lizinq verən kimi lizinq şirkəti, həm də lizinq alan kimi lizinq xidmətlərindən istifadə edən şəxs üçün vacibdir.

İcarə ödənişlərinin hesablanması aşağıdakı ardıcılıqla aparılır:

1) lizinq ödənişlərinin məbləğləri lizinq müqaviləsinin qüvvədə olduğu müddət ərzində illər üzrə hesablanır;

2) lizinq müqaviləsinin bütün müddəti üçün lizinq ödənişlərinin ümumi məbləği ödənişlərin illər üzrə cəmi kimi hesablanır;

3) lizinq ödənişlərinin məbləğləri seçilmiş töhfələrin tezliyinə, habelə onların razılaşdırdıqları hesablama üsullarına, ödəniş üsullarına uyğun olaraq hesablanır. [4]

Lizinq ödənişlərinin konkret tərkib hissələrinin məbləğlərinin hesablanması mövcud qanunvericiliyin normalarına, kredit müqaviləsinin şərtlərinə, sığorta müqavilələrinin şərtlərinə, lizinq müqaviləsinin icrası ilə bağlı lizinq verənin xərclərinə və icarəyə verənin xərclərinə uyğun olaraq həyata keçirilir. [1]

Lizinq ödənişlərinin ümumi məbləği təkcə lizinq əməliyyatında göstərilir, həm də lizinq layihəsinin iqtisadi əsaslandırılmasında və təhlilində mühüm rol oynayır, çünki bu, həm lizinq verənə, həm də lizinq alana bu layihənin nə qədər gəlir gətirəcəyini qiymətləndirməyə imkan verir.

Lizinq əməliyyatlarının maliyyə dizaynında bank tərəfindən bu əməliyyatların həyata keçirilməsi təcrübəsinin təhlili mühüm rol oynayır. Əsasən, tədqiqatçılar lizinqin həyata keçirilməsinin üç mərhələsini fərqləndirirlər, yəni: hazırlıq və ya investisiyadan əvvəl, lizinq əməliyyatının təşkilatı və ya hüquqi konsolidasiyası və əməliyyatı.

Lizinq maliyyə axınlarının lizinq şirkətinin fəaliyyətinə təsirini qiymətləndirmək üçün lizinq gəliri göstəricisindən istifadə olunur. Onun metodoloji hesablanması birinci və ikinci qrupların lizinq maliyyə axınlarının ümumi məbləğinin müqayisəsinə əsaslanır. Bu göstərici azaldılmış iqtisadi səmərənin bir pul vahidinin neçə pul vahidinin hesablandığını ifadə edən ölçü vahidinə malikdir. Bu göstəricinin dəyəri 1-ə nə qədər yaxın olarsa, bank üçün bir o qədər yaxşıdır. Əgər dəyər birdən az olarsa, bank lizinqdən iqtisadi fayda əldə etməyəcək. Göstəricinin dəyəri həm lizinq müqaviləsinin

sonunda, həm də onun qüvvədə olduğu müddət ərzində həm bir müqavilə, həm də bir neçə lizinq müqaviləsi üzrə müəyyən müddət üçün hesablanı bilər. [1]

Qeyd etmək lazımdır ki, lizinq xidmətləri göstərən təsərrüfat subyekti maliyyə vasitəçisidir, ona görə də onun xas riskləri bir əmtəə istisna olmaqla, bank risklərinə bənzəyir. Bir qayda olaraq, lizinq şirkəti, bankdan fərqli olaraq, hərtərəfli xidmət göstərir - maliyyələşdirmə və əlavə xidmətlər (cari texniki xidmət, hissələrin dəyişdirilməsi, icarəyə götürülmüş obyektin istismarı ilə bağlı əlavə xidmətlər, remarketingin təşkili ...). [2]

Lizinq əməliyyatlarının həyata keçirilməsində təsərrüfat subyektinin riskləri ilə işləmək üçün dörd əsas yanaşma mövcuddur - qarşısının alınması, nəzarət və qarşısının alınması, riskin ötürülməsi və riskin ödənilməsi .

Riskin ödənilməsi qiymətin əhatə etdiyi gözlənilən risklərin şüurlu şəkildə qəbul edilməsidir. Bu, gözlənilən itkilər üçün ehtiyat yaratmaqla baş verir. Təəssüf ki, icarəyə götürənlərin heç də hamısı müntəzəm ödəyicilərə çevrilir, bəziləri ödənişləri gecikdirir, bəziləri müəyyən səbəblərdən ümumiyyətlə ödəyə bilmirlər. Buna görə də lizinq şirkətinin portfeli pul vəsaitlərinin daxilolmalarının etibarlılığı baxımından qiymətləndirilməlidir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi. Bakı. 2015
2. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi. Bakı. 2014. 173səh.
3. “Aqrolizinq” ASC-nin internet saytı: [www.agrolizing.gov.az](http://www.agrolizing.gov.az)
4. “Qafqaz Lizinq” ASC-nin internet saytı: [www.qafqazleasing.com](http://www.qafqazleasing.com)

#### **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЛИЗИНГА**

**Ю.А.Мамедова**

[yeganamammadova1960@gmail.com](mailto:yeganamammadova1960@gmail.com)

**А.А.Гасанова**

[aygun.b1993@mail.com](mailto:aygun.b1993@mail.com)

**Н.А.Гулиев**

[narimanquluyev@gmail.com](mailto:narimanquluyev@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Цель финансового проектирования лизинговых операций определяется как обеспечение непрерывного развития лизинговой компании банка и оптимизация внутренней операционной среды. При этом важно найти пути минимизации финансово-экономических потерь от возможных рисков при участии в том или ином лизинговом проекте.

#### **PROVISION OF FINANCIAL ARRANGEMENT OF LEASING**

**Y.A.Mammadova**

[yeganamammadova1960@gmail.com](mailto:yeganamammadova1960@gmail.com)

**A.A.Hasanova**

[aygun.b1993@mail.com](mailto:aygun.b1993@mail.com)

**N.A.Guliyev**

[narimanquluyev@gmail.com](mailto:narimanquluyev@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The purpose of the financial design of leasing operations is defined as ensuring the continuous development of the bank's leasing company and optimizing the internal operating environment. At the same time, it is important to find ways to minimize financial and economic losses from possible risks when participating in this or that leasing project.



## KOMMERSİYA BANKLARINDA LİZİNQ ƏMƏLİYYATLARININ UÇOT BÖLMƏSİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

R.K.Məmmədov

[r.memmedov@uteca.edu.az](mailto:r.memmedov@uteca.edu.az)

A.A.Həsənova

[aygun.b1993@mail.ru](mailto:aygun.b1993@mail.ru)

N.A.Quliyev

[narimanguluyev@gmail.com](mailto:narimanguluyev@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Kommersiya bankları geniş spektrli əməliyyatlar və xidmətlər həyata keçirirlər. Kredit resurslarının əsas hissəsini özündə cəmləşdirmək, icra etmək bank əməliyyatlarının və maliyyə xidmətlərinin geniş spektri, banklar iqtisadi münasibətlərin eyni zamanda bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafına fəal təsir göstərir. Həmçinin bank bazarında rəqabət şəraiti bank işi üçün qeyri-ənənəvi olan əməliyyatların işlənilməsi və hazırlanmasını və geniş təcrübəyə daxil edilməsini tələb edir. Bu xidmətlərdən biri də lizinqdir.

Digər bank xidmətləri arasında lizinqin geniş yayılması bir çox səbəblərlə bağlıdır ki, bunlar arasında aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

- ənənəvi bank əməliyyatları və xidmətlərinin gəlirlilik səviyyəsinin aşağı düşməsi;
- banklarla bank olmayan maliyyə-kredit təşkilatları, habelə kommersiya banklarının özləri arasında rəqabətin artması;
- kommersiya banklarının resurs bazasının strukturunun genişləndirilməsi və təkmilləşdirilməsi məqsədilə yeni müştərilərin cəlb edilməsi;
- kommersiya bankları tərəfindən müştərilərə xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi zərurəti;
- iqtisadi böhranın mürəkkəb nəticələrinin aradan qaldırılması problemlərindən biri kimi yeni müştərilərin axtarışı və əhalinin bütövlükdə bank sistemində etimadının bərpası;
- bank gəlirlərinin şaxələndirilməsi, xüsusilə onlarda qeyri-faiz gəlirlərinin, o cümlədən komissiya gəlirlərinin payının artırılması yolu ilə;
- bankın ödəmə qabiliyyətinin və likvidliyinin artırılması zərurəti.

Beləliklə, banklar lizinq xidmətlərini tətbiq etməyə hazırlaşırlar, çünki bu, onların rəqabət qabiliyyətinə müsbət təsir göstərir. Buna lizinq fəaliyyəti ilə məşğul olmaqla, öz strukturunda bu tipli şirkətləri yaratmaqla kommersiya banklarının xeyli üstünlüklər qazanması nəticəsində əldə edilir ki, bunlar arasında aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

- ❖ bank xidmətləri portfelinin şaxələndirilməsi;
- ❖ gəlirli investisiya layihələrinin faktiki kreditləşdirilməsi yolu ilə vəsaitlərin sərfəli qoyuluşu;
- ❖ kreditinin azalması;
- ❖ lizinq obyektinə banka məxsus olduğundan maliyyə riskləri;
- ❖ göstərilən xidmətlərin siyahısının genişləndirilməsi hesabına mümkün olan öz rəqabət qabiliyyətinin genişləndirilməsi;
- ❖ artan inflyasiya templərindən bank itkilərinin azaldılması;
- ❖ müəyyən kredit məhdudiyyətləri və ya kredit tarixçəsinin olmaması səbəbindən kredit verilə bilməyən müştəriləri cəlb etməklə öz müştəri bazasını genişləndirmək.

Kommersiya bankları rəqabət qabiliyyətinin sabitləşdirilməsi məqsədinə aşağıdakı şərtlər daxilində əməl edə bilər:

- gələcək artım üçün məhdud resurslar;
- xarici mühitin yüksək dinamizmi şəraitində rəqabətli təsirin intensivliyinin artırılmasında marağın olmaması;

- daha güclü rəqiblərlə əhatə olunmuş rəqabət mövqeyini gücləndirmək üçün yüksək risk;
- bazarda rəqabət mövqeyinin daha da gücləndirilməsi ilə antiinhisar sanksiyalarının tətbiqi təhdidləri;
- qeyri-müəyyən rəqabət xüsusiyyətlərinə malik yeni rəqiblərin yaranmasına maneələr yaradan rəqiblərin bazarı tərk etməsinin arzuolunmazlığı.

Lizinq əməliyyatları üçün nəzərdə tutulan və lizinqə ən səmərəli şəkildə ötürülən əmlakın təhlükəsizliyi məqsədlərinə çatmaq üçün lizinq şirkətinin rəhbərliyi tərəfindən daxili nəzarət mexanizmi yaradılır; fəaliyyətin normativ hüquqi aktlara uyğunluğu (uyğunluğa nəzarət); sui-istifadə və səhvlərin qarşısının alınması; mühasibat uçotunun düzgün aparılması və maliyyə hesabatlarının düzgün və vaxtında verilməsi. Bank Lizinq ASC-də daxili nəzarət nəzarət strukturunu təşkil etmək, habelə onu istənilən vaxt lizinq şirkətinin məqsədlərinə cavab verən vəziyyətdə saxlamaq üçün nəzərdə tutulmuşdur. [2]

Daxili nəzarət mexanizminin əsas məqsədi sahibkarlıq fəaliyyətinin müəyyən edilmiş qaydalara uyğun aparılmasıdır. Buna əsaslanaraq, aşağıdakıları təmin etmək üçün Bank Lizinq ASC-də daxili nəzarət təşkil edilməlidir: lizinq əməliyyatlarının keyfiyyət sisteminin səmərəliliyinin planlı təhlili; keyfiyyət sisteminin təkmilləşdirilməsi zərurəti, ən təsirli olanı müəyyən etmək lazımdır. [3]

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Namazov R. Lizinq nədir və onun yaranma tarixi. AMEA Kibernetika İnstitutunun əsərləri. Bakı. 2014. S.79
2. Salahov Ə.S., Mehdiyev V.M. Mühasibat Uçotu. Dərslik. Bakı, “3 sayılı Bakı Mətbəəsi” ASC. 2016. -566 səh.
3. Səbzəliyev S.M., Abbasov Q.Ə. Xidmət sahələrində mühasibat (maliyyə) uçotu. Dərs vəsaiti. Bakı, “Təknur” Nəşriyyatı, 2015. 384 səh.

#### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ**

**Р.К.Мамедов**

[r.memmedov@uteca.edu.az](mailto:r.memmedov@uteca.edu.az)

**А.А.Гасанова**

[aygun.b1993@mail.ru](mailto:aygun.b1993@mail.ru)

**Н.А.Гулиев**

[narimanguluyev@gmail.com](mailto:narimanguluyev@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Совершенствование процедур внутреннего контроля лизинговых операций по предлагаемому способу и алгоритму по результатам исследования не только позволяет получать информацию для оперативного управления АО «Банк-Лизинг», но и повышает их информативность.

#### **IMPROVEMENT OF ACCOUNTING DEPARTMENT OF LEASING TRANSACTIONS IN COMMERCIAL BANKS**

**R.K.Mammadov**

[r.memmedov@uteca.edu.az](mailto:r.memmedov@uteca.edu.az)

**A.A.Hasanova**

[aygun.b1993@mail.ru](mailto:aygun.b1993@mail.ru)

**N.A.Guliyev**

[narimanguluyev@gmail.com](mailto:narimanguluyev@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The improvement of the internal control procedures of leasing operations according to the proposed method and algorithm based on the results of the research not only allows obtaining information for the operational management of Bank Leasing JSC, but also increases their information content.



## MADDİ EHTİYATLARDAN İSTİFADƏ UÇOTUNUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

C.E.Mədətov

[cavadmadatov@mail.ru](mailto:cavadmadatov@mail.ru)

### Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Maddi ehtiyatların istifadəsinin uçotu, bir şirkətin, bir ölkənin və hətta dünya iqtisadiyyatının inkişafı üçün kritikdir. Investisiyaların effektivliyi və maliyyə işlərindən qazancın maksimallaşdırılması, bu sahənin ən vacib məsələləridir. Bu səbəbdən, maddi ehtiyatların təkmilləşdirilməsi, səmərəli istifadəsi və idarə edilməsi, bir şirkətin səmərəli və uzunmüddətli inkişafı üçün ən önəmli faktorlardan biridir

Maddi ehtiyatlardan istifadə uçotunun təkmilləşdirilməsi mövzusu, bir şirkətin maliyyə idarəetməsi və büdcələndirmə prinsipləri üzərində müxtəlif çətinliklərlə üzləşməsi ilə bağlıdır. Bu müəssisələr üçün yaxşı bir maliyyə idarəçiliyi ənənələri, etibarlı müəssisələr, təhlükəsizliyin təminatı və bərpa imkanları təqdim etmək məqsədi ilə hərəkət etmək önəmlidir. Əgər şirkət, zəif və ya etibarsız maddi ehtiyatların idarəedilməsinə və uçotuna nəzarətə diqqət yetirmirsə, maliyyə və büdcələndirmə problemləri yaranır. Bu isə, şirkətin xərclərini qarşılamaq, təhlükəsizlikləri təmin etmək və bərpa imkanlarını idarə etmək üçün lazım olan maddi ehtiyatların təminatını şübhəli edir.

Bu problemə həll tapmaq üçün, zəif və ya etibarsız maddi ehtiyatların uçotunun təkmilləşdirilməsi, şirkətlər üçün böyük faydalar təqdim edə bilər. İndiyə qədər, müxtəlif texnoloji yeniliklər, bir çox şirkətin maliyyə idarəetməsi və büdcələndirmə prinsiplərini dəyişdirməsi üçün əsaslı bir təklif olmuşdur. Bununla birlikdə, maddi ehtiyatlardan istifadə edən şirkətlərin uçotunun təkmilləşdirilməsi, daha effektiv büdcələndirmə və maliyyə idarəçiliyi stratejilərini təklif etmək və daha çox imkan yaradaraq, şirkətin sürətli və qətiyyətli bərpa imkanlarına malik olmasına kömək edir. [1]

Maddi ehtiyatların effektiv idarə edilməsi, texnoloji yeniliklərlə də əlaqəlidir. Texnologiya ilə təmin edilən yeni alətlər, məlumatların daha sürətli bir şəkildə cəmlənib hesabatların təqdim edilməsini və şirkətlərin maddi ehtiyatlarının idarə edilməsini daha asanlaşdırır. Özünü yeniləyən və texnologiyadan yararlanan şirkətlər, maddi ehtiyatların idarə edilməsində daha təhlükəsiz və inkişaf potensialı daha yüksək bir şirkət yaratmaq üçün daha effektiv bir maliyyə siyasəti yürüdə bilərlər. Ayrıca, maddi ehtiyatların effektiv idarə edilməsi, şirkətlər üçün daha çox vaxt və maddi resurslar qazanmaq imkanını da təmin edir. Həmçinin, hazırkı ehtiyacların səviyyəsinin daha yüksəyə çıxarılması, yeni texnologiyaların tətbiq edilməsi və təkrar istifadə olunan ehtiyatların yenidən işlənilməsinə hazır hala gətirilməsi yolu ilə də uçot təkmilləşdirilə bilər. Buna əlavə olaraq, maddi ehtiyatların təkmilləşdirilməsi çeviklik və tədbirçilik qabiliyyətlərinin artırılması deməkdir. Bu, sənaye təşkilatlarının sürətlə çevrilməsi, tədbir və zamanətli müştərilərin təmin edilməsi deməkdir. [2]

Dünyada maliyyə ehtiyatlarının daha effektiv istifadəsi üçün bir çox yeniliklər həyata keçirilir. Bunlardan biri, blokcheyn texnologiyasının istifadəsidir. Blokcheyn, təhlükəsizliyi və şəffaflığı artıran, həmçinin məlumatların müvafiq şəkildə saxlanmasını təmin edən bir elektron qeydiyyat sistemidir. Bu, maliyyə ehtiyatlarının idarə edilməsində daha təhlükəsiz və dəqiq bir yol təqdim edir. Digər bir yenilik isə maşın öyrənməsinin və sənaye internetinin istifadəsidir. Bu texnologiyalar, maliyyə ehtiyatlarının idarə edilməsində daha dəqiq bir üsul təmin edir. Maşın öyrənməsi, maliyyə ehtiyatlarının idarə edilməsində daha dəqiq bir proqnoz almağı mümkündür. Sənaye interneti isə sensorlar vasitəsi ilə məlumatların toplanmasını təmin edir və maliyyə ehtiyatlarının istifadəsini daha optimal həll etməyə kömək edir. [3]

Azərbaycanda maddi ehtiyatların idarə olunması sahəsi, son dövrlərdə texnologiyalardan daha aktiv istifadə edilməsi ilə diqqət çəkir. Bu istiqamətdə bir çox



sənaye, qurum və müəssisələr maliyyə və ehtiyatlarının idarə olunması proseslərində texnologiyalardan istifadə edirlər.

Azərbaycanda maddi ehtiyatların idarə olunması sahəsində texnologiyalardan istifadənin artması və daha müasir və sürətli sistemlərin tətbiqi haqqında rəqəmlərə baxaq.

1.Vergilər Nazirliyi tərəfindən hazırlanan məlumata görə, 2020-ci ildə Azərbaycanda elektron ödəniş sistemləri vasitəsi ilə 19,6 milyard manat vergi ödənişi aparılmışdır.

2.Bakı İcra Hakimiyyəti tərəfindən hazırlanan məlumata görə, 2020-ci ildə "E-Satınalma" sistemi vasitəsi ilə 7,6 milyard manat dəyərində alış-veriş əməliyyatı həyata keçirilmişdir.

3.Azərbaycan Dövlət Neft Fondu, "B2B" avtomatik informasiya sistemi vasitəsi ilə öz maddi ehtiyatlarını idarə edir.

4.Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi, "Milli Bank xəttəri" adlı avtomatik məlumatlandırma sistemindən istifadə edir.

5.Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı, öz büdcəsini və maddi ehtiyatlarını idarə etmək üçün "E-Plan" və "E-İdman" avtomatik sistemlərdən istifadə edir.

Bu rəqəmlər, Azərbaycanda maddi ehtiyatların idarə olunması sahəsində texnologiyalardan istifadənin artması və daha müasir və sürətli sistemlərin tətbiqi ilə bu proseslərin daha effektiv və səliqəli həll edilməsinin ən gözəl nümunələrindən biridir. Texnologiyaların tətbiqi sayəsində, əvvəllər əl ilə aparılan maddi ehtiyatların idarə olunması işləri indi daha sürətli və təhlükəsiz şəkildə həyata keçirilir.

Bundan başqa maddi ehtiyatlardan istifadənin uçotunun təkmilləşdirilməsinin fərqli formalarda tətbiq edilə bilər.Bunlardan biridə təchizatın təkmilləşdirilməsidir.Təchizatın təkmilləşdirilməsi, maddi ehtiyatların istifadəsində daha effektiv və məqsəduyğun olmağı hədəfləyir. Bu məqsədlə, bir neçə texnoloji yeniliklər mövcuddur.Əvvəlcə, sensorlar və inteqrasiya sistemləri vasitəsilə məhsulun istehsal mərhələlərindəki proseslərə daha yaxın nəzarət edilə bilər. Bunun nəticəsi olaraq, səhvlər və qüsurlar daha tez və sərfəli şəkildə aşkar edilərək daha çox məhsulun yaxşılaşdırılması imkanı yaranır.[4]

Həmçinin, avtomatlaşdırılmış sistemlər, məsələn, avadanlıqların avtomatik saxlanma və çatdırılması, ehtiyatların idarə edilməsində tətbiq edilə bilər. Bu da daha effektiv təchizat idarəetməsinə və sərfəli olaraq maddi ehtiyatların istifadəsinə imkan verir.

Azərbaycan ölkəsi də maddi ehtiyatların səmərəli istifadəsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində çox qərəzli addımlar atır. Özəlliklə, yanacaq və enerji resurslarının idarə edilməsi üçün inkişaf etmiş texnologiyaların tətbiqi, istehsalın artırılması və məhsulların ixracatının təkmilləşdirilməsi ölkənin iqtisadiyyatı üçün vacibdir. Bu sahədə həyata keçirilən inkişaf proqramları, xüsusilə, Azərbaycan Respublikasının 2030-cu ilə qədər olan Milli Strategiyası, müasir tələblərə cavab vermək və daxili sərvətlərin artırılması məqsədilə fəaliyyət göstərir.Məsələn, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Neft Şirkəti (SOCAR), yüksək texnologiyaların tətbiqi ilə maddi ehtiyatlarının idarəedilməsində daha effektiv və sərfəli olmağa çalışır. SOCAR, istehsal proseslərində və neft-qaz sahəsində sensor və avtomatlaşdırılmış sistemlərdən istifadə edir. Bu sistemlər sayəsində, SOCAR daha sürətli və daha səhvsiz nəzarət edə bilir və ehtiyatlarının istifadəsini daha effektiv həyata keçirə bilər. [5]

Prezident İlham Əliyevin bu sahəyə marağı çox yüksəkdir. İlham Əliyev dövlət büdcəsinin sürətli və effektiv idarə olunması və ölkənin maliyyə ehtiyatlarının daha effektiv şəkildə istifadəsi üçün bir sıra inkişaf planları təqdim etmişdir. Bu planlar arasında, maliyyə ehtiyatlarının vəsaitlərinin daha effektiv istifadəsi, xarici investisiya

gətirilməsi, inkişaf fondunun yaradılması və s. planlar yer almışdır. Bu məqsədlərə nail olmaq üçün isə ölkənin əsas maliyyə institutları, Maliyyə Nazirliyi tərəfindən müxtəlif tədbirlər həyata keçirilir. Bunların ən vacibi isə, əldəki maddi ehtiyatların vəsaitlərinin daha səmərəli istifadəsi, optimal tənzimlənməsi və keyfiyyətinin artırılmasıdır.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. İqtisadi Ehtiyatlar. -<https://kayzen.az/blog/iqtisad%C3%A7%C4%B1/8109/iqtisadi-ehiyatlar.-onlar%C4%B1n-k%C9%99miyy%C9%99t-v%C9%99-keyfiyy%C9%99ti.html>
2. Mirəlizadə Vüqar Fəxrəddin -“Material ehtiyatlarının uçotda və hesabatda əks etdirilməsinin təkmilləşdirilməsi”. (səh 40-45)  
[https://unec.edu.az/application/uploads/2017/01/Mirelizade\\_Vuqar.docx](https://unec.edu.az/application/uploads/2017/01/Mirelizade_Vuqar.docx)
3. Beynəlxalq Enerji Agentliyi <https://www.iea.org/>
4. Əminəli, İlqar. "Dövlət büdcəsində maddi ehtiyatların idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi". Trend News Agency. 9 Dekabr 2019  
<https://www.trend.az/business/finance/3161082.html>
5. "SOCAR"- <https://socar.az/mediafiles/reports/davamli-inkisaf-hesabatlari/az/davamli-inkisaf-2021.pdf>

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНВЕНТАРЕЙ**

**Д.Э.Мадатов**

[cavadmadatov@mail.ru](mailto:cavadmadatov@mail.ru)

**Азербайджанский Технологический университет**

В данном тезисе подчеркивается важность совершенствования учета использования материальных ресурсов и освещаются мировые тенденции в этой области. Эти тенденции включают использование технологий, программ обучения и трудоустройства и методов управления, диверсификацию ресурсов и снижение рисков. Также Азербайджан действует с планами по улучшению использования финансовых ресурсов и подчеркивает, что главной целью является развитие страны.

### **IMPROVING INVENTORY USAGE ACCOUNTING**

**C.E.Madatov**

[cavadmadatov@mail.ru](mailto:cavadmadatov@mail.ru)

**Azerbaijan Technological University**

This thesis emphasizes the importance of improving the accounting of the use of material resources and covers the world trends in this field. These trends include the use of technologies, training and employment programs and management practices, resource diversification and risk reduction. Also, Azerbaijan operates with plans to improve the use of financial resources and emphasize that the main goal is the development of the country.



**AZƏRBAYCANIN BEYNƏLXALQ VALYUTA FONDU İLƏMƏKDAŞLIĞININ ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ FORMALARI**

**X.M.Mehdiyev**

[x.mehdiyev@uteca.edu.az](mailto:x.mehdiyev@uteca.edu.az)

**Ü.Ə.Əlizadə**

[elizadeumid7@gmail.com](mailto:elizadeumid7@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Azərbaycan BVF ilə əməkdaşlığı, ölkənin maliyyə sektorunun inkişafı və sürətləndirilməsi üçün vacibdir. Valyuta və kredit dəyişimi əməliyyatları, ölkənin valyuta balansının tənzimlənməsində və müxtəlif maliyyə sənədlərinin dəyərinin qorunmasında əhəmiyyətli rol oynayır. BVF tərəfindən verilən proqram kreditləri, Azərbaycanın müxtəlif sahələrindəki sosial və iqtisadi inkişafı üçün dəstək olur. Bu kreditlər ölkənin infrastrukturunun inkişafına, texnologiyaların yenilənməsinə, mədəniyyət və təhsil sahələrinə investisiya olaraq istifadə edilir. Maliyyə vəsaitlərinin idarəedilməsi BVF ilə əməkdaşlığın digər əhəmiyyətli bir formasıdır. BVF-in dəstəyi ilə yaradılan müxtəlif maliyyə institutları və fondlar ölkənin maliyyə sahəsindəki inkişafını dəstəkləyir və maliyyə sənədlərinin inkişafına təkan verir. [1]

Azərbaycanın BVF ilə əməkdaşlığı digər bir əhəmiyyətli istiqaməti də valyuta qazancının idarəedilməsidir. BVF-in maliyyə təlimləri və təcrübə mübadilələri ilə, Azərbaycanın valyuta əməliyyatlarının keyfiyyətini artırmaq və effektivliyini artırmaq məqsədilə təlimlər və seminarlar təşkil edilir. Ən son istiqamətlərdən biri də BVF-in maliyyə siyasətinə uyğun olaraq ölkədəki maliyyə sektorunun təhlükəsizliyinin qorunması və müxtəlif maliyyə risklərinin azaldılmasıdır. BVF-in maliyyə təlimləri və texniki dəstəkləri sayəsində, Azərbaycanın maliyyə sektorundakı risklərə qarşı mübarizə qabiliyyəti artırılır. [1]

Ən mühüm əhəmiyyətli istiqamətlərdən biri də Azərbaycanın BVF-in təlimatlarına uyğun olaraq iqtisadiyyatının reallaşdırılmasıdır. Bu da ölkənin inkişafı və sürətləndirilməsi üçün ən vacib məqsədlərdən biridir. BVF-in təlimatları əsasında ölkənin iqtisadiyyatının real sektorda inkişaf etməsi, öz potensialından daha çox yararlanması və özünə yetən bir ölkə halına gəlməsi hədəflənir. Buna görə də Azərbaycanın BVF ilə əməkdaşlığı ölkənin müstəqilliyi, iqtisadiyyatının inkişafı və sürətləndirilməsi üçün çox vacibdir və bu əməkdaşlığın davam etdirilməsi ölkənin daha da müstəqil, güclü və stabiləşdirilmiş bir iqtisadiyyat sahibi olmasına kömək edir. [1]

Azərbaycanın BVF ilə əməkdaşlığı müxtəlif formalar altında həyata keçirilir. nümunələr aşağıdakı kimi olublar:

1. Kreditlərin verilməsi və inkişafın maliyyələşdirilməsi: Azərbaycan BVF-dən kreditlər almaqda uğurlu olmuşdur və bu kreditlər bir çox inkişaf layihələrinin həyata keçirilməsində önəmli bir mənbə olmuşdur. Nəhəng layihələr arasında Ceyranbatan-Sumqayıt su cədvəlləri inşası, Şəki-Zaqatala turizm mərkəzinin yaradılması və Azərbaycanın enerji sektorundakı layihələr sayılabilir.

2. Investisiya cəlb etmək və inkişaf sahələrinə dəstək: BVF-in dəstəyi ilə Azərbaycan öz infrastrukturunu, iqtisadiyyatı, turizm sahəsi və s. kimi sahələrdə investisiya cəlb edərək inkişaf etdirir.

3. Maliyyə sahəsində təlim və konsultasiya: Azərbaycan BVF-dən maliyyə sahəsində təlim və konsultasiya dəstəyi alır. Bu konsultasiyalar və təlimlər, ölkənin maliyyə sahəsində standartların yüksəldilməsinə və modernləşməsinə kömək edir.

4. Statistik məlumatların cəmləşdirilməsi və analiz edilməsi: BVF Azərbaycanın statistik məlumatlarının cəmləşdirilməsi və analiz edilməsi üçün dəstək verir. Bu, ölkənin ekonomiyasının daha yaxşı anlaşılmasına və idarə edilməsinə kömək edir.

5. Sosial müdafiə sistemi inkişafı: BVF Azərbaycanda sosial müdafiə sistemi inkişafı üçün dəstək verir. Bu, ölkədə sosial müdafiənin gücləndirilməsinə və keyfiyyətinin yaxşılaşmasına kömək edir. [2]

Azərbaycan, Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) və digər beynəlxalq maliyyə institutları vasitəsi ilə bir sıra banklardan kreditlər almışdır. Aşağıdakı banklar Azərbaycanın kredit götürdüyü banklardan bəziləridir:

1. Dünya Bankı: Dünya Bankı, Azərbaycana bir sıra kreditlər verib. Nümunələr arasında, qaz xətti inkişafı, məktəblərin təkmilləşdirilməsi, yol və avtobus terminalının inşası kimi layihələr sayılabilir.

2. Avropa İnvestisiya Bankı (AİB): AİB Azərbaycana iki böyük kredit verməlidir: biri 2019-cu ilin dekabrında təqdim edilən 140 milyon avroluq kreditdir və bu kredit Bakı Şəhərindən Quba şəhərinə kimi təxminən 170 km-lik bir yolu özündə əhatə edir. Digəri isə "Yol Proqramı" çərçivəsində 2016-cı ildə təqdim edilən 600 milyon avroluq kreditdir.

3. Asiya İnkişaf Bankı (AİB): Azərbaycan AİB-dən bir sıra kreditlər də almışdır. Bu kreditlər arasında Şəki-Gədəbəy yolu, Xocavənd və Şuşa rayonlarının təkmilləşdirilməsi və tikinti sektorunun inkişafı kimi layihələr sayılabilir.

4. İslam İnkişaf Bankı (İİB): İİB Azərbaycana əsasən tikinti sektorunda, təhsil və sosial müdafiə sahəsində inkişaf layihələri üçün kredit təqdim edir. [3]

Azərbaycan, beynəlxalq kredit təşkilatlarından aldığı kreditlər və mali dəstəklər vasitəsi ilə öz iqtisadiyyatını inkişaf etdirməyə çalışır. Bu kreditlər və maliyyə dəstəklər ölkənin müxtəlif sahələrində, infrastruktur, enerji, kənd təsərrüfatı, turizm, təhsil və sağlamlıq sahələrində layihələr həyata keçirmək üçün istifadə olunur. [2]

Beynəlxalq valyuta fondu ilə əməkdaşlıq, Azərbaycan üçün əhəmiyyətli bir addımdır və bu əməkdaşlığın nəticələri ölkəmiz və özümüz üçün müsbət nəticələr yarada bilər. Bununla yanaşı, beynəlxalq valyuta fondu ilə əməkdaşlıq, Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatında daha mərkəzi və təsirli bir rol oynamağa nail olmasına kömək edə bilər. Nəticə olaraq, Azərbaycanın beynəlxalq valyuta fondu ilə əməkdaşlığı, ölkənin maliyyə sisteminin stabilliyini təmin etmək, iqtisadiyyatın inkişafını sürətləndirmək və inkişaf etməkdə olan sahələrdə iqtisadiyyatın çeşidli sahələrindəki layihələrin həyata keçirilməsinə dəstək olmaq üçün əsas istiqamətlərdəndir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) - <https://www.imf.org/en/Countries/AZE>

2. Azərbaycan Mərkəzi Bankı (AMB) – <https://www.cbar.az/page-69/cooperation-with-international-organizations>

3. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi (ADSK) – <https://www.stat.gov.az/source/finance>

#### **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА АЗЕРБАЙДЖАНА С МЕЖДУНАРОДНЫМ ВАЛЮТНЫМ ФОНДОМ**

**Х.М.Мехтиев**

[x.mehdiyev@uteca.edu.az](mailto:x.mehdiyev@uteca.edu.az)

**У.А.Ализаде**

[elizadeumid7@gmail.com](mailto:elizadeumid7@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический университет**

Этот тезис в основном касается основных направлений и форм сотрудничества Азербайджана с Международным валютным фондом. Это сотрудничество является одной из задач, способствующих экономическому развитию нашей страны, и имеет много положительных результатов, достигнутых в случае тесных отношений с МВФ. Сотрудничество с МВФ важно для поддержания и развития экономической стабильности Азербайджана.

#### **THE MAIN DIRECTIONS OF AZERBAIJAN'S COOPERATION WITH THE INTERNATIONAL MONETARY FUND**

**Kh.M.Mehdiyev**

[x.mehdiyev@uteca.edu.az](mailto:x.mehdiyev@uteca.edu.az)

**U.A.Alizada**

[elizadeumid7@gmail.com](mailto:elizadeumid7@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

This thesis is mainly about the main directions and forms of Azerbaijan's cooperation with the International Monetary Fund. This cooperation is one of the tasks that promote the economic development of our country and has many positive results achieved in the case of close relations with the IMF. Cooperation with the IMF is important for maintaining and developing the economic stability of Azerbaijan.



## BANK XİDMƏTLƏRİ BAZARININ TƏDQIQI

N.C.Məmmədzadə

[nuray.mehdiyeva319@gmail.com](mailto:nuray.mehdiyeva319@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Bütün dünyada olduğu kimi Azərbaycanda da bank sektoru iqtisadiyyatın ən vacib sahələrindən biri kimi ildən ilə böyüyür və müştərilərin ehtiyaclarını ödəmək üçün daim inkişaf edir. Belə ki, **Azərbaycan Mərkəzi Bankının 30 noyabr 2022-ci il tarixinə olan məlumatına görə** fəaliyyətdə olan bankların cəmi aktivləri 45 milyard 490.2 milyon manat, cəmi öhdəlikləri 39 milyard 970.3 milyon manat, balans kapitalı 5 milyard 519.9 milyon manat olmuşdur. [2] Son illər ərzində bankların müştərilərinə təqdim etdikləri xidmətlərin növləri və əməliyyatların həcmi artmışdır. Bu isə bank xidmətləri bazarının tədqiqi sayəsində mümkün olmuşdur.

Bank xidmətləri bazarı mütəmadi olaraq yeni məhsul və xidmətlərin təqdim edilməsi ilə illər ərzində əhəmiyyətli dərəcədə böyümüşdür. Banklar indi sığorta, investisiyalar və sərvətlərin idarə edilməsi kimi ənənəvi bankçılıqdan kənarında geniş çeşiddə xidmətlər təklif edirlər. Bank xidmətləri bazarının tədqiqi banklara öz müştərilərini və bazar tendensiyalarını anlamaqda mühüm rol oynayır.

Bank xidmətləri bazarının tədqiqi müştərilərin ehtiyacları, üstünlükləri, davranışları və bank məhsulları və xidmətlərinə münasibəti haqqında məlumatların toplanması və təhlilini əhatə edir. Tədqiqat banklara müştərilərin dəyişən ehtiyaclarına cavab verən yeni məhsul və xidmətləri inkişaf etdirməyə kömək etmək və müştəri təcrübəsini təkmilləşdirmək məqsədi daşıyır.

Bank xidmətləri bazarının tədqiqatının bir neçə məqsədi fərqləndirilir:

*Müştəri ehtiyaclarının və üstünlüklərinin müəyyən edilməsi:* Bank xidmətləri bazarının tədqiqinin əsas məqsədlərindən biri müştərilərin ehtiyac və üstünlüklərini müəyyən etməkdir. Bu, sorğular, fokus qruplar və digər tədqiqat metodları vasitəsilə həyata keçirilə bilər. Müştərilərin nə istədiklərini dərk edərək, banklar onların ehtiyac və gözləntilərinə cavab verən məhsul və xidmətlər inkişaf etdirə bilərlər.

*Bazar meyillərinin təhlili:* Bank xidmətləri bazarının tədqiqinin digər məqsədi bazar tendensiyalarını təhlil etməkdir. Buraya rəqabəti, tənzimləyici mühiti və bank sənayesinə təsir edə biləcək digər amilləri dərk etmək daxildir. Banklar bazar tendensiyalarından xəbərdar olmaqla yeni məhsul və xidmətlər haqqında əsaslandırılmış qərarlar qəbul edə bilərlər.

*Müştəri məmnunluğunun ölçülməsi:* Müştəri məmnuniyyəti bank sektorunun mühüm aspektidir. Müştəri məmnuniyyətini sorğular və digər tədqiqat metodları vasitəsilə ölçməklə, banklar təkmilləşdirilməli sahələri müəyyən edə və müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırmaq üçün dəyişikliklər edə bilərlər.

Bankların bazarda marketinq tədqiqatlarını aparması onlara bəzi üstünlüklər qazandırır:

1. Müştəri fikirləri. Bank xidmətləri bazarı araşdırması müştərilərin ehtiyacları və üstünlükləri haqqında dəyərli fikirlər təqdim edir ki, bu da banklara daha yaxşı məhsul və xidmətlər inkişaf etdirməyə kömək edə bilər.
2. Rəqabət üstünlüyü. Rəqiblərinin güclü və zəif tərəflərini dərk edərək, banklar özlərini fərqləndirmək və rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün strategiyalar hazırlaya bilərlər.



3. Təkmilləşdirilmiş marketinq. Bazar araşdırması banklara hədəf auditoriyası ilə rezonans doğuran və müştəri cəlbini artırın hədəflənmiş marketinq kampaniyaları hazırlamağa kömək edə bilər.

4. Azaldılmış risk. Banklar bazar tendensiyalarını və müştəri davranışlarını başa düşərək, müştəri ehtiyaclarına cavab verməyən və ya bazarda cəlbədıcilik qazana bilməyən məhsul və ya xidmətlərin inkişaf etdirilməsi riskini azalda bilər.

Bank xidmətləri bazarının tədqiqi banklar üçün rəqabətə davamlı olmaq və müştərilərin dəyişən ehtiyaclarını ödəmək üçün vacibdir. Müştəri ehtiyaclarını və üstünlüklərini anlamaq, bazar tendensiyalarını təhlil etmək, müştəri məmnuniyyətini ölçmək və yeni məhsul və xidmətləri sınaqdan keçirməklə banklar müştəri təcrübəsini təkmilləşdirə və böyüməyə təkan verə bilər. Sorğular, müsahibələr və müşahidə kimi bank xidmətləri bazarının tədqiqi metodları müştərilərin davranışları haqqında dəyərli fikirlər təqdim edə və banklara əsaslandırılmış qərarlar qəbul etməyə kömək edə bilər.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Məmmədov A.T. Marketinq. İdeal print Bakı 2014

2. <https://marja.az/96833/azerbaycanin-bank-sektoru-boyuyur-yeni-gostericiler-aciqlandi3>.

### **ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ**

**Н.К.Мамедзаде**

[nuray.mehdiyeva319@gmail.com](mailto:nuray.mehdiyeva319@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

Исследование рынка банковских услуг необходимо банкам, чтобы оставаться конкурентоспособными и удовлетворять меняющиеся потребности клиентов. Понимая потребности и предпочтения клиентов, анализируя рыночные тенденции, измеряя удовлетворенность клиентов и тестируя новые продукты и услуги, банки могут улучшить качество обслуживания клиентов и стимулировать рост.

### **BANKING SERVICES MARKET RESEARCH**

**N.C.Mammadzadeh**

[nuray.mehdiyeva319@gmail.com](mailto:nuray.mehdiyeva319@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

Banking services market research is essential for banks to stay competitive and meet the changing needs of customers. By understanding customer needs and preferences, analyzing market trends, measuring customer satisfaction, and testing new products and services, banks can improve the customer experience and drive growth.



## RƏQƏMSAL MARKETİNQİN ƏHƏMIYYƏTİ

H.Ş.Vəlizadə

[Hecer6.gurbanova@bk.ru](mailto:Hecer6.gurbanova@bk.ru)

F.Q.Şirinzadə

[fatime.shirinzade.94@mail.ru](mailto:fatime.shirinzade.94@mail.ru)

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

İstehlakçıların ehtiyacları və həyat təzi daima dəyişir. Ehtiyaclar və davranışlar dəyişdikdə marketing də dəyişməli olur. Rəqəmsallaşdırma və marketingin informasiya texnologiyaları bundan sonra tədricən dəyişmiş, texnologiya ilkin olaraq marketingə daxil olmuşdur. Database Marketing və Beyond istehlakçı düşüncəli marketingdə yeni alətlər gətirdi, bu da təşviq etdi ki istehlakçı məlumatlılığı və hədəf marketingi yaransın. [1] 1990-cı illərin sonundan internet və mobil kanallar şəklində şəbəkə texnologiyası getdikcə daha çox yayılmış və insanların istifadəsinə verilmişdir. Məkandan və zamandan asılı olmayaraq bir-biri ilə əlaqə saxlamaq bacarığı inkişaf etmiş, rəqəmsallaşmanın tərəqqisi daimi şəbəkə bağlantısı, eləcə də monitorlar yeni imkanlar açıb şirkətlərin müştəriləri ilə dəyəri artıran bir şəkildə ünsiyyət qurmaları üçün zəmin yaratmışdır. Eyni şey şirkətlərə və onların rəqəmsallaşmasına da aiddir. Rəqəmsal marketing insanlara sonsuz təkliflər edir, ənənəvi ilə yanaşı istifadə edilə bilən marketing imkanları yaradır. Rəqəmsal marketing həm şirkətlər üçün, həm də onların əlaqə yaratdığı şəbəkələr üçün yeni imkanlar yaradır. Brend məlumatlılığı istehlakçıların və tərəfdarların gözlədiyi bir şeydir. Rəqəmsal kanallar fərdi istifadəçinin məzmunu özü seçməsinə şərait yaratdı, kanallardan və onlardan istifadə etmək bacarığını aşladı. Bunun nəticəsində istehlakçı getdikcə daha çox diqqət mərkəzində olmağa başladı. Marketing üçün şirkətin və ya şəbəkələrinin onun haqqında bilməsi vacibdir. Marketingdə şirkətin maraqları, nə vaxt və hansı rəqəmsal kanallardan istifadə etməyi vacibdir. Şirkətlər hər zaman öz imkanlarını təkmilləşdirməyə çalışırlar. Rəqəmsal kanalların məzmunu və onun tətbiqi, istehlakçıların anlayışını əldə etmək üçün ehtiyaclar yaradır. Eyni zamanda şirkətlər hansı rəqəmsal kanalların və hansı strategiyaların onlar üçün işlədiyini xəritələşdirməlidirlər.

- Öz rəqəmsal marketingindən necə faydalanmaq olar? Buraya şirkətin şəbəkələrini misal göstərmək olar. Bunu tapmaq üçün istifadə edilə bilən bir sıra müxtəlif rəqəmsal marketing metodları və şəbəkələrə uyğun gələn üsul var. Müştərilərə çatmaq üçün şirkətlər həmin şəbəkənin barnerlərini o sahə üzrə məşğul olan insanlara verməlidir. Ənənəvi marketing isə bunun əksinə yeni istiqamətlərdə düşünən və rəqəmsal sərmayə qoyan marketing növüdür. Məsələn sosial media və digər rəqəmsal kanallar vasitəsilə çölə çıxmaq.

Sosial media istifadəçilərinin üzərinə daha böyük öhdəlik düşür. Çünki orada rəy bildirmək imkanı mövcuddur. Bu tərif, tənqid və ya müxtəlif dəstəkləyici təkliflər formasında ola bilər. Qarşılıqlı əlaqə vasitəsilə istehlakçılar aid olduqları şirkətlərdə öz əlaqələrini qura bilirlər. Tərəfdaş əlaqələrinin köməyi ilə sosial media vasitəsilə çoxlu sayda insan kütləsi cəlb edə bilər.

İnsanlar arasında media o qədər yayılıb ki, şirkətlər bunu çətin və hətta qeyri-mümkün hesab edirlər. Həmçinin rəqəmsal kanalların istifadəsini ölçmək, veb səhifələrdə hərəkət nümunələri, alətlər və xidmətlər və veb saytda nə qədər klik, ziyarət baş verdiyini izləyə bilirlər. Veb təhlil vasitəsilə istehlakçının bir səhifədə nə qədər vaxt keçirdiyini təhlil etmək olur. Toplanmış məlumatlar şirkətlər tərəfindən istifadə olunur, rəqəmsal marketingi maksimuma çatdırmaq və təşviq etmək üçün həyata keçirilir.

Məzmun marketinginin digər formaları məqalələr və bloq yazılarıdır. İnsanlar axtarış sistemləri vasitəsilə müxtəlif mövzunu axtarıb tapmaq üçün istifadə edirlər.

Şirkətlər hər zaman reklamlardan istifadə edirlər. [2] Biz reklamları müxtəlif formalarda görə bilərik. Bunlara loqolar, animasiyalar, fotoşəkillər, vizual mətnlər, videolar və s. aiddir. Rəqəmsal marketoloqlar reklamların istehlakçılara çatması üçün tez-tez müxtəlif üsullardan istifadə edirlər. Saytların köməyi ilə şirkətlər digər media vasitələrində də məhsullarını müştəriyə reklam edə bilərlər. Digər istifadə edilə bilən məlumat istifadəçinin İP ünvanı və istifadə edilən cihazın GPS-i və coğrafi zonasıdır.

Rəqəmsal kanalların ənənəvi mediadan fərqli xüsusiyyətləri həm də sosial funksiyalardır. Rəqəmsal mediada öhdəlik yüksək səviyyədə qiymətləndirilir. Məlumat və məzmunun təsiri hərtərəfli aparılır. Oxşar xüsusiyyətlərlə yanaşı fərqli xüsusiyyətləri də var, məsələn, ünsiyyət. Buraya həvəsləndirici amillər, xatırlatma, sədaqət münasibətləri aiddir.

Bütün veb saytlarda təqdim oluna bilən məzmun media (şəkil, film, səs və mətn) formatı var. İstehlakçı var hansı media formatı məzmunundan istifadə etməli olduqlarına şəxsən qərar vermək imkanı və məzmunu tam olaraq öz istəklərinə uyğunlaşdırmaq üçün tam imkana malikdirlər. Multimediyadakı geniş funksiyalar bəzən narahatedici ola bilər. Medianın köməyi ilə öyrənmə prosesi səmərəli ola bilər. Daha sonra öyrənilən məlumatlar yaddaşa verilir, şirkətlər istehlakçının brendə münasibətində artım yaratmaq imkanı əldə edirlər. Müsbət münasibət istehlakçıda nəyisə tanıyanda yaranır.

Rəqəmsal marketinqin əsas üstünlükləri sərfəli alətlərin olmasıdır. Xidmətləri və ya məhsulları daha çox sayda təqdim etmək üçün imkanlar mövcuddur. Rəqəmsal marketinqin yaratdığı başqa təsir daha qlobaldır. Rəqəmsal marketinqin digər müsbət təsirləri interaktivlik təsirləridir. [3]

Bundan başqa istehlakçının marka qavrayışını gücləndirmək üçün istifadə edilə bilər. Tədqiqatlar sübut edir ki, daha yüksək əlaqəyə malik olan istehlakçılar ticarət nişanı ilə bir-birinə müsbət təsir edirlər. Vebsaytda interaktiv effektlər istehlakçılar arasında yüksək öhdəlik yaratmağa meyillidir. Sonra diqqət yalnız qarşılıqlı əlaqə və navigasiya üzərindədir və bu istehlakçı üçün müsbət təcrübə ilə nəticələnən axın adlanır. Rəqəmsal marketinqdə də mənfi təsirlər var. Həmçinin rəqəmsal marketinqdə qərar verənlərə də təzyiq edilir. Sosial mediada istehlakçı sosial əlaqələri gücləndirmək və inkişaf etdirmək şansına malikdir. Bunlara paylaşmaq və söhbət etmək kimi sosial funksiyalardan istifadə etmək daxildir.

Rəqəmsal olan qarşılıqlı əlaqələr sosial media vasitəsilə daha şəxsi və etimadverici hala gətirildi. Şirkətlər və onların tərəfdarları ilə birikdə orada varlığını və siqnallarını çatdırmaq imkanına malikdir. Vasitəçilik sosial əlaqələri gücləndirir və aidiyyət hissini artırır. Bir şəxsin izləyicisi həmin şəxsin işarəsi ola bilər və bu şəbəkədə əhəmiyyət kəsb edir. Çox sayda izləyicisi olan profillər də daha böyük həqiqət məzmununa malikdir və onun sosial işarələri onların məzmununun həqiqətə uyğun olduğunu göstərən göstəricilər kimi qəbul edilə bilər.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. Azərbaycan rəqəmlərdə. Bakı 2017
2. Dave Chaffey and PR Smith, Digital Marketing Excellence Planning Optimizing and Integrating Online Marketing. 2017
3. Ertan M. A. (2012). Dijital Pazarlama ve Evrim Süreci

## **ВАЖНОСТЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА**

**Х.С.Вализаде**

[Hecer6.gurbanova@bk.ru](mailto:Hecer6.gurbanova@bk.ru)

**Ф.Г.Ширинзаде**

[fatime.shirinzade.94@mail.ru](mailto:fatime.shirinzade.94@mail.ru)

**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет**

Появление и применение цифровых медиа-технологий придало новый импульс развитию корпоративной рекламы. Это может быть использовано как возможность усилить исследования внедрений цифровых медиа-технологий в корпоративной рекламе и оказать теоретическую поддержку развитию индустрии корпоративной рекламы в стране. Исходя из этого, данная статья начинается с коннотации цифровых медиа-технологий, анализируется влияние цифровых медиа-технологий на развитие корпоративной рекламы и обсуждается конкретное применение цифровых медиа-технологий в корпоративной рекламе.

## **IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING**

**H.S.Valizadeh**

[Hecer6.gurbanova@bk.ru](mailto:Hecer6.gurbanova@bk.ru)

**F.G.Shirinzadeh**

[fatime.shirinzade.94@mail.ru](mailto:fatime.shirinzade.94@mail.ru)

**Azerbaijan State Agrarian University**

The emergence and application of digital media technology has given new vitality to the development of corporate advertising. This can be used as an opportunity to strengthen the application research of digital media technology in corporate advertising, and provide theoretical support to the development of the corporate advertising industry in the country. Based on this, this article begins with the connotation of digital media technology, analyzes the impact of digital media technology on the development of corporate advertising, and discusses the specific application of digital media technology in corporate advertising.



## MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MÜHASİBAT UÇOTUNUN TƏŞKİLİNDƏ BEYNƏLXALQ MÜHASİBAT UÇOTU STANDARTLARIN ROLU

R.A.Əliyev<sup>1</sup>

R.K.Məmmədov<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Azərbaycan Texnologiya Universiteti

<sup>2</sup>Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

Son illərdə ölkəmizdə mühasibat uçotu hesabat sisteminin təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması istiqamətində zəngin hüquqi baza yaradılmışdır. Həmçinin, mühasibat uçotu sahəsində əsaslı keyfiyyət dəyişkənliyi baş vermişdir. Belə ki, sərbəst bazar iqtisadiyyatı şəraitində mühasibat uçotunun vəzifə və hüquqların artması, bəzi maliyyə göstəricilərinə kommersiya sirri anlayışının tətbiqi, hesabatlarla şəffaf yanaşma tələbi, mühasibat uçotunun idarəetmə və maliyyə uçotuna ayrılmasının vacibliyi gündəmə gəlmişdir. Mühasibat uçotunun yeni standartlarının tətbiqi Azərbaycanda mühasibat uçotunun metodologiyasında və təşkilində köklü dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Bu dəyişiklik mühasibat uçotuna: 1) mülkiyyət münasibətlərinə görə; kommersiya, qeyri kommersiya, büdcə, xırda sahibkarlıq və sair kimi; 2) beynəlxalq mühasibat uçotu standartlarının tələbindən irəli gələn uçotun anlayışlarının fərqliliyinə görə: aktivlər, öhdəliklər, kapital, xərclər, gəlirlər və sair kimi; 3) əməliyyat növlərinin fərqliliyinə görə: lizinq, icarə, maliyyə alətləri, sığorta və bank münasibətləri, maliyyə qoyuluşları və sair kimi yanaşma rəngarəngliyini ortaya qoymuşdur.

Bunlarla yanaşı, mühasibat uçotu sahəsində təsərrüfat subyektlərinin rolu artmış və onlar əlavə imkanlara malik olmuşdur. Yeni qanunvericiliyə müvafiq olaraq, onlara mühasibat uçotunun konkretləşmiş metodlarını, formalarını və təşkil edilməsi üsullarını tam müstəqil müəyyən etmək və bu istiqamətdə ayrıca təsərrüfat subyektini kimi plan-proqram rolunu oynayan və ən azından illik mühasibat fəaliyyətini plan-sənədləşməsi olan uçot siyasətini işləyib hazırlamaq hüquqi verilmişdir. Belə ki, təsərrüfat subyektləri istehsalat ehtiyatlarını istehsal xərclərinə aid edən zaman onların qiymətləndirilməsi metodlarını və maliyyə nəticəsinə əhəmiyyətli təsir edən digər üsulları özləri seçmək üstünlüyünə malik olurlar. Həmçinin, hesabatlıq sistemi təkmilləşmiş, balans maddələrinin təhlili alətləri zənginləşmiş, pul vəsaitlərində və kapitalda olan dəyişikliklər barəsində informasiyalara olan tələb ciddiləşmişdir. Məzmunun formadan üstünlüyü prinsipinin qəbul edilməsi təsərrüfat subyektlərinə imkan verir ki, xalis aktivlərin ölçüləri və yaradılacaq ehtiyatlarla bağlı olan ölçüləri özləri təyin etsinlər. Bir şərtlə ki, bu zaman məlumatın dolğun, dürüst və ədalətli ifadə olunmamasına ehtimal qalmasın.

Mühasibat uçotunun metodikasının dəyişdirilməsi və hesabatlılıq sisteminə yeni yanaşma bütün iqtisadiyyat sahələrindəki mühasibatlıq sisteminə təsirsiz ötürülməmişdir. Hesab edirik ki, müəssisələrdə uçot sisteminin müasir şəkildə təşkili aşağıdakı istiqamətlərdən asılıdır və göstərilən məsələnin düzgün həll edilməsi uçot sisteminin qusursuz seçilməsinə kömək edəcəkdir:

- 1) Ölkə üzrə hüquqi bazanın tam tədqiq edilməsi və bu yolla gələcəkdə təşkil ediləcək uçot sisteminin qanunla qadağan olunmayan və fəaliyyətə uyğun seçilməsi. Bu zaman qanunvericilik bazasını qruplaşdırmaq lazım gəlir. Məsələn, vergi qanunvericiliyi, beynəlxalq standartların tələbi, qanun və sərəncamlar və s.
- 2) Müəssisələrdə fəaliyyətin xüsusiyyətlərinin uçot sisteminin formalaşdırılmasına olan təsirinin müəyyən edilməsi. Məsələn, uçot sisteminin təşkilində texniki-təşkilat və metodoloji istiqamətlərin göstərilməsində xüsusiyyətlər mütləq nəzərə alınmalıdır.
- 3) Maliyyə hesabatları ilə uçot sistemi arasındakı əlaqənin beynəlxalq standartlar əsasında təsirliyinin müəyyən edilməsi.



Yeni standartların təklif etdiyi əsas istiqamət maliyyə hesabatlarının, həmçinin maliyyə hesabatlarının əsas hissəsi olan uçot sisteminin təkmilləşdirməsində Beynəlxalq Uçot Standartları prinsiplərinin əsas götürülməsidir.

Müasir uçot sisteminin təşkilində nəzərə alınacaq digər məsələ beynəlxalq prinsiplərə əsaslandırılmış ehtimallardır. Bu ehtimallar “çərçivə sənədində” daha aydın şəkildə təsnif edilmişdir. Məsələn, ehtimal olunur ki, müəssisənin aktivləri və öhdəlikləri digər subyektlərin əmlakından və öhdəliyindən fərqlənir; müəssisə öz fəaliyyətini yaxın zamanlarda dayandırmayacaq və müəssisənin çəkdiyi xərclər onun gəlirlərinə uyğundur. Müasir uçot beynəlxalq standartlara görə tamlılıq vaxtlı-vaxtındalığ, ehtiyatlılıq, mahiyyətin formadan üstünlüyü və digər tələblərə cavab verməlidir. Uçot sisteminin təşkilində qanunla qadağan edilməyən bütün yerli və xarici qanunvericilik aktlarına əsaslanmış dəqiq müəyyən olunan istiqamətlər və hər istiqamət üzrə seçilməsi sərbəst olan məntiqli və kapitalın qorunması konsepsiyasına sadıq qalan sistemlərin birinin seçilməsi həyata keçirilir.

Araşdırmalarımızdan məlum olur ki, təsərrüfat subyektləri üzrə uçot sisteminin seçilməsində ilkin və əsas yanaşma səhmdarın (sahibkarın) maddi maraqları və təsərrüfatın bu maraqlara ən optimal yolla çatması üsullarının dəqiq seçilməsidir. Buna görə də müasir uçot sisteminin hazırlanmasında aşağıdakı fərqliliyin nəzərə alınması vacibdir: maliyyə uçotu, idarəetmə uçotu və vergi uçotu.

İdarəetmə uçotu əsasən daxili və ya istehsalat uçotu kimi xarakterizə edilir. Belə ki, idarəetmə uçotunda təsərrüfat fəaliyyəti barədə göstəricilərin formalaşmasındakı informasiyalar təşkilatın kommertiya sirri hesab edilir.

Maliyyə uçotu isə əsasən daha geniş anlayış olub, həm rəhbərliyin və işçilərin, həm də kənar istifadəçilər tərəfindən düzgün qərarların qəbul edilməsində istifadə olunan bütün uçot informasiyalarını özündə əks etdirir.

Bütün ənənəvi və ya müasir mühasibatlıq sistemlərində olduğu kimi maliyyə uçotu və hesabatlarının tərtibi dəyər-pul ifadəsində təqdim edilir. Bildiyimiz kimi pul ifadəsində və dəyəri göstərilə bilinməyən heç bir balans və digər elementlər maliyyə hesabatlarında bu və ya digər formada təqdim edilə bilməz.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. “Beynəlxalq Maliyyə Hesabatı Standartları” Milli Diplom üzrə dərs vəsaiti. Bakı 2011
2. “Böyük iqtisadi ensiklopediya” 5-ci cild, s. 216
3. Kiçik sahibkarlıq subyektlərində sadələşdirilmiş uçotun aparılması Qaydaları. Bakı 2009-cu il
4. Mühasibat işi. (normativ sənədlər toplusu). Bakı-2005-ci il. 22 iyun 2005-ci ilədək əlavələr və dəyişikliklər.
5. "Maliyyə hesabatlarının təqdimatı üzrə" Kommertiya Təşkilatları üçün 1 №-li MUBS.
6. Sadıqov Ə.A., Sadıqov P.Ə., Cəfərova Ş.Ə., Sadıqov C.Ə. Mühasibat uçotu (dərs vəsaiti). Bakı 2008
7. Prof.Dr. Murat Erdoğan “TFRS Model Hesab Planı” İstanbul-2013
8. B.M. Матвеева Международная конференция по бухгалтерскому учету GAAS IAS " Dis.1998

**РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ БУХГАЛТЕРСКИХ СТАНДАРТОВ В ОРГАНИЗАЦИИ  
БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**Р.А.Алиев<sup>1</sup>**

**Р.К.Мамедов<sup>2</sup>**

**<sup>1</sup>Азербайджанский Технологический Университет**

**<sup>2</sup>Азербайджанский Государственный Сельскохозяйственный Университет**

В последние годы в нашей стране создана богатая правовая база по совершенствованию системы бухгалтерской отчетности и приведению ее в соответствие с международными стандартами. Также произошли значительные качественные изменения в области бухгалтерского учета.

Финансовый учет, с другой стороны, в основном представляет собой более широкое понятие, отражающее всю учетную информацию, используемую при принятии правильных решений как руководством, так и сотрудниками и внешними пользователями.

**THE ROLE OF INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS IN THE  
ORGANIZATION OF ACCOUNTING AT ENTERPRISES.**

**R.A.Aliev<sup>1</sup>**

**R.K.Mammadov<sup>2</sup>**

**<sup>1</sup>Azerbaijan Technological University**

**<sup>2</sup>Azerbaijan State Agricultural University**

In recent years, a rich legal framework has been created in our country to improve the accounting reporting system and bring it in line with international standards. There have also been significant qualitative changes in the field of accounting.

Financial accounting, on the other hand, is basically a broader concept, reflecting all the accounting information used in making the right decisions by both management and employees and external users.



## **ELEKTRON XİDMƏT ANLAYIŞI**

**E.S.Cəfərov**

[elmiraztu@mail.ru](mailto:elmiraztu@mail.ru)

**Ə.F.Ələkbərov**

[emrahelekberov1@gmail.com](mailto:emrahelekberov1@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Elektron xidmət dedikdə kompüter texnologiyalarının sürətli inkişafı nəticəsində bir çox sahələrdə: Bank, Sosial münasibətlər, Təhsil, Səhiyyə, Turizm və Dövlətin müxtəlif orqanları arasında işlərin səmərəli, optimal, keyfiyyətli və məqsədyönlü şəkildə icra edilməsi anlaşılır.

Elektron xidmətlər sahəsində son dövrlərdə bir neçə yeniliklər baş vermişdir. Elektron xidmətlərin sürətli formada inkişafı onun elektron konsepsiyalarının yaranmasına imkan yaratmışdır. İnformasiya-kommunikasiya texnologiyalarının geniş və sürətli inkişafı sayəsində elektron xidmətlərin daha da çox təkmilləşməsinə səbəb oldu ki bunun nəticəsində: Elektron cəmiyyət (e-society), Elektron hökumət (e-government), Elektron kommertiya (e-commerce) və Elektron biznes (e-buisness) inkişaf etməyə və geniş vüsət almağa başladı. 1997-ci ildə Amerika Birləşmiş Ştatlarının Milli Elm Fondu tərəfindən “ Elektron hökumət” konsepsiyası ilk dəfə olaraq təqdim olunmuşdur. Amerika eks-prezidenti olan B.Klinton bu konsepsiyayı XX əsrin 90 ıncı illərin sonlarında dövlət idarəetmə sahəsində tətbiq etmişdir.[1]

Elektron hökumət iştirakçıları və hökumət arasında 5 formada qarşılıqlı əlaqələr vardır: 1) Hökumətdən Vətəndaşa 2) Hökumətdən Hökumətə 3) Hökumətdən Sahibkara 4) Vətəndaşdan Hökumətə 5) Sahibkardan Hökumətə.

Elektron hökumətin yaranması üç vacib iştirakçının olmasını nəzərdə tutur: Hökumət, Vətəndaş və Sahibkar. Elektron hökumətin dövlət üçün üstün cəhətləri bunlardır: Ən yeni texnologiyaların geniş istifadəsi ilə dövlət orqanlarının işlərinin səmərəliliyinin və keyfiyyətinin artması, dövlət orqanlarında vahid informasiya mənbələrinin olması və onun təhlükəsizliyinin müdafiə edilməsi, dövlət idarəetməsində və yerli özünüidarəetmə sahəsində şəffaflığın, effektivliyin və nəzarətin ən yüksək səviyyədə təşkili və dövlətin büdcə vəsaitlərindən qənaətli şəkildə istifadə edilməsi və xərclərin olduqca aşağı olması. Elektron hökumətin vətəndaşlar üçün cəhətləri: vətəndaşlarla və dövlət orqanları arasında olan münasibətlərin asanlaşdırılması, vətəndaşlara daha sürətli xidmətlərin göstərilməsi və vətəndaşların məlumatlara olan tələbatlarını aydın şəkildə ödənilməsi. Elektron hökumətin biznes sektoru üçün üstün cəhətləri bunlardır: Biznes sektorunda iqtisadi fəaliyyətin və xarici bazarlara çıxış səviyyəsinin yüksəldilməsi və biznes sektoru ilə dövlət orqanları arasında səmərəli və operativ əlaqələrin qurulması.

Elektron hökumətin göstərdiyi yüksək fəaliyyət prinsipləri bunlardır; dövlət qurumlarında məsuliyyət və səlahiyyətlərin bölüşdürülməsi, vətəndaşlara verilən informasiyaların aktuallığının, tamlığının, dəqiqliyinin və təhlükəsizliyin qorunması, operativ və sadə formada əldə edə bilmələrinə imkan yaratmaq.

Elektron alış-verişin əhəmiyyətləri və üstün cəhətlərinə bunlar daxildir: elektron mağazalar 24 saat işləyir, elektron xidmətlərdən istifadə etməklə malların keyfiyyətini və qiymətini müqayisə etməyi asanlaşdırır və ödənişlərin elektron formada ödəməklə kassalarda gözləməyə ehtiyac qalmır.[2]

Bu əlaqələrə əsaslanaraq nəticədə elektron hökumətin üstünlüklərini bu cür ifadə etmək olar: Vətəndaşlara yüksək və keyfiyyətli xidmətlərin göstərilməsi, hər bir işin qayda və qanunlara riayət olunaraq görülməsi, vətəndaşların hökumətə etibar və inteqrasiya etməsini təmin etmək, daha az resurslardan istifadə etməklə daha çox nəticələrin əldə edilməsi, bütün informasiyaların təhlükəsizliyinin qorunması və vətəndaş, biznes və hökumət arasında olan əməkdaşlığın daha da yaxşılaşdırılması.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. [http://www.google.com/url?sa=t&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj3gKGuq\\_n6AhVOYPEDHbe\\_CkEQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Funec.edu.az%2Fapplication%2Fuploads%2F2019%2F08%2FCabbarli-Iham-Komp-ter-Elmi-ri-Qrup-548.pdf&usg=AOvVaw1-2zrROvrgfP2EZM9vxCW3](http://www.google.com/url?sa=t&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj3gKGuq_n6AhVOYPEDHbe_CkEQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Funec.edu.az%2Fapplication%2Fuploads%2F2019%2F08%2FCabbarli-Iham-Komp-ter-Elmi-ri-Qrup-548.pdf&usg=AOvVaw1-2zrROvrgfP2EZM9vxCW3)
2. <http://www.google.com/url?sa=t&source=web&cd=&ved=2ahUKEwir6p3asfn6AhWnSPEDHQ3TCZUQFnoECA4QAQ&url=https%3A%2F%2Fturaz.org%2Felektron-hokumet-nedir%2F&usg=AOvVaw2w5Tx0as-YAU-3s7bNFRCI>

### **КОНЦЕПЦИЯ ЭЛЕКТРОННОГО СЕРВИСА**

**Э.С. Джафаров**

[elmiraztu@mail.ru](mailto:elmiraztu@mail.ru)

**А.Ф.Алакбаров**

[emrahelekberov1@gmail.com](mailto:emrahelekberov1@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В статье представлена информация о преимуществах и сути электронных услуг, которые в последнее время развиваются более стремительно.

### **CONCEPT OF ELECTRONIC SERVICE**

**E.S.Jafarov**

[elmiraztu@mail.ru](mailto:elmiraztu@mail.ru)

**A.F.Alakbarov**

[emrahelekberov1@gmail.com](mailto:emrahelekberov1@gmail.com)

**Azerbaijan Technological University**

The article provides information about the advantages and essence of electronic services that are developing more rapidly recently



## **DAXİLİ TURİZMİN İNKİŞAFINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏRİN ARAŞDIRILMASI**

**E.H.Babaliyeva**

[emmababaliyeva@gmail.com](mailto:emmababaliyeva@gmail.com)

**S.H.Pürhani**

[sefer.purhani@wcu.edu.az](mailto:sefer.purhani@wcu.edu.az)

**Qərbi Kəspı Universiteti**

Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizmin dayanıqlı inkişafının təmin olunması üçün daxili və xarici faktorlar, beynəlxalq turizm bazarının konyukturu, turizmdə əsas axın istiqamətləri, turizm sahəsində aparılan dövlət siyasəti və s. amillər nəzərə alınmalıdır. Milli iqtisadiyyatın dinamik inkişafının təmin edilməsində turizmin digər fəaliyyət sahələri ilə qarşılıqlı əlaqəsinin təmin edilməsi, mövcud turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə, müasir texnologiyalardan yararlanmaq, turizmin tənzimlənməsində dövlət siyasətinin həyata keçirilməsi və s. mühüm tədbirlərdən hesab edilir. Eyni zamanda turizm sahəsində səmərəli fəaliyyət göstərmək üçün onun əsas mahiyyətini dərk etmək vacib məsələ hesab edilir.

Turistləri “yaradan” regionda davamlı olaraq potensial turistlərin səyahətə təhrik edilməsi, stimullaşdırılması prosesi gedir. İnsanlar müxtəlif ölkələr haqqında məlumatlar oxuyur, reklam məlumatlarına baxır, internetdə, nəşri və elektron kütləvi informasiya vasitələrində verilən məlumatlarla tanış olur, müxtəlif ölkələrdə səyahətdə olmuş qohum və tanışlarla ünsiyyətdə olur və nəhayət, səyahətə getmək barədə qərar qəbul edirlər. Qərar qəbul edilərkən səyahət ediləcək region, turizm mərkəzi təsadüfi yox, turistlərin maraqlarına uyğun olaraq seçilir. Bu zaman turisti hər hansı region və ya destinasiyaya səyahətə təhrik edən əsas amillərlə yanaşı, bir çox əlavə amillər də müəyyən rol oynayır. Əlavə amillər mahiyyətəcə həm müsbət, həm də mənfi xarakterli olmaqla, turistləri səyahətə həvəsləndirə və ya ondan imtina etməyə sövq edə bilirlər. Bu faktorlar əlamətlərinə görə dörd qrupa bölünürlər:

- 1.Turizm mərkəzinin infrastrukturunun inkişaf səviyyəsi ilə bağlı faktorlar;
- 2.Regionun sosial və siyasi inkişafı ilə bağlı faktorlar;
- 3.Regionda turizmin inkişafına təsir edən faktorlar;
- 4.Turistlərin turizm mərkəzinə çatdırılması vaxtı ilə bağlı faktorlar (əlverişlilik faktorları).

Turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün infrastrukturun inkişaf etdirilməsi mühüm amil hesab edilir. Zəngin turizm potensialına malik olan istənilən bölgədə turizm infrastrukturunu lazımi səviyyədə inkişaf etdirilmirsə, mövcud potensialdan turizm məqsədilə tələb olunan səviyyədə istifadə etmək mümkün olmur. Azərbaycanın əksər regionlarının zəngin turizm potensialına malik olmasına baxmayaraq infrastrukturun səviyyəsi hələlik müasir tələblərə tam cavab vermir.

İkinci qrup amillər verilən region, ölkə və turizm mərkəzlərində qəbul edilən və reallaşdırılan iqtisadi, siyasi qərarlarla bağlıdır. İqtisadi və siyasi sahədə həyata keçirilən siyasətin düzgün təşkili yalnız turizmin deyil, bütövlükdə turizm mərkəzinin ümumi iqtisadi inkişafına zəmin yaratmış olur. Qeyd etmək lazımdır ki, bu sahədə ölkəmizdə turizmin hərtərəfli inkişafı üçün məqsədyönlü siyasət həyata keçirilir. Respublika hökumətinin qəbul etdiyi regionların sosial-iqtisadi inkişafı üzrə Dövlət proqramları, Strateji Yol Xəritəsi və s. qəbulu, sürətli iqtisadi inkişaf, müasir yerləşmə müəssisələrinin, istirahət və əyləncə mərkəzlərinin və s. istifadəyə verilməsi ölkədə destinasiyanın inkişafına xidmət edən uğurlu iqtisadi siyasətin tərkib hissəsidir. Ölkəmizdə mövcud ictimai-siyasi sabitlik, dini, irqi tolerantlıq, təhlükəsizlik və s. regional turizmin inkişafını şərtləndirən amillərdən hesab edilir.

Üçüncü qrup amillər regionda turizmin inkişafına məhfi təsir edən amillər hesab edilir. Bu amillərə etnik münaqişələr, təbii fəlakətlər, kütləvi xəstəliklər və s. aiddir.



Bunlar ölkəmizdə, o cümlədən turizm bölgələrində mövcud deyil və bu regional turizmin cəlbediciliyinə müsbət təsir edir. Eyni zamanda Ermənistanın ölkəmizə təcavüzü, bəzi turizm bölgələrinin Ermənistanla həmsərhəd olması isə turizmin inkişafına mənfi təsir edən əsas amil kimi qeyd edilməlidir.

Dördüncü qrup amillər turistlərin seçilmiş turizm mərkəzlərinə vaxtında çatdırılması ilə bağlı olan amillərdir. Turizm mərkəzlərinə “çatdırılma tezliyi” onların hər biri üçün müəyyən zaman çərçivəsi və intervalı ilə xarakterizə edilir. Təyinat nöqtəsinə vaxtında çatdırılma nəqliyyat infrastrukturunun inkişaf səviyyəsindən asılıdır və bu konkret turizm mərkəzinin əlverişlilik göstəricisinə bilavasitə təsir edən amildir. Regionlarda hava limanlarının fəaliyyət göstərməsi, Böyük İpək Yolunun, dəmir yollarının, sıx avtomobil yolları şəbəkəsinin, inkişaf etmiş informasiya texnologiyaları şəbəkələrinin mövcudluğu və s. müsbət amil kimi turistlərin bölgələrdə fəaliyyət göstərən istənilən turizm mərkəzlərinə vaxtında çatdırılmasına imkan yaradır və həmin ərazilərin əlverişlilik göstəricisinin yüksək olmasına zəmin verir.

Beləliklə, araşdırmalar onu deməyə əsas verir ki, daxili turizmin inkişafı üçün araşdırılan amillərin vaxtında nəzərə alınması və inkişaf qanunauyğunluqlarına riayət olunması ölkə iqtisadiyyatına valyuta axınına artıracaq və büdcənin zənginləşməsinə şərait yaradacaq.

#### **ИЗУЧЕНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА**

**Э.Г.Бабалиева**

[emmababaliyeva@gmail.com](mailto:emmababaliyeva@gmail.com)

**С.Г.Пурхани**

[sefer.purhani@wcu.edu.az](mailto:sefer.purhani@wcu.edu.az)

**Западно-Каспийский Университет**

Своевременный учет исследуемых факторов развития внутреннего туризма и соблюдение законов развития позволит увеличить приток иностранной валюты в экономику страны и создаст условия для обогащения бюджета.

#### **STUDY OF FACTORS AFFECTING DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT**

**E.H.Babaliyeva**

[emmababaliyeva@gmail.com](mailto:emmababaliyeva@gmail.com)

**S.H.Purhani**

[sefer.purhani@wcu.edu.az](mailto:sefer.purhani@wcu.edu.az)

**Western Caspian University**

Timely consideration of the studied factors for the development of domestic tourism and compliance with the laws of development will increase the inflow of foreign currency into the country's economy and create conditions for enriching the budget.



## **İŞGALDAN AZAD EDİLMİŞ ƏRAZİLƏRDƏ TURİZM BİZNESİNİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ**

**İ.V.Hüseynov**

[ilkinhuseynov918@gmail.com](mailto:ilkinhuseynov918@gmail.com)

**S.H.Pürhani**

[sefer.purhani@wcu.edu.az](mailto:sefer.purhani@wcu.edu.az)

**Qərbi Kaspi Universiteti**

Bütün dünyada turizmin sistemli inkişaf etməsi ölkənin tarixi, mədəniyyəti, adət ənənələri, mədəni, mənəvi və dini dəyərləri ilə bilavasitə əlaqədardır. Bununla bərabər, turizmdən əhəmiyyətli gəlirin daxil olması ölkənin nüfuzunun artmasına güclü təsir edir. Turizm iqtisadiyyatın güclü inkişaf edən sektoru olmaqla yanaşı, eyni zamanda dünya iqtisadiyyatının dinamik inkişaf edən sahəsidir.

Son illərdə Azərbaycanda turizmin inkişafında müsbət, pozitiv irəliləyişlər baş verir. Avrasiya nəqliyyat dəhlizində Bakının əlverişli mövqedə yerləşməsi, imzalanmış beynəlxalq neft müqavilələri, son zamanları əcnəbi işgüzar adamların ölkəyə gəlişinin artmasına səbəb olmuşdur. Dünyanın onlarla iri şirkətləri öz kommersiya və sənaye fəaliyyətlərini Azərbaycan iqtisadiyyatında tətbiq etmək istəyir. Ölkədə ictimai - siyasi vəziyyətin sabitləşməsi, investisiyaların artımını stimullaşdırır. Həmin investisiyalardan otellərin, işgüzar mərkəzlərin, yaşayış evlərinin, sosial - mədəni məqsədli və turizm obyektlərinin tikintisində istifadə olunur [1].

İkinci Vətən müharibəsində “üzü ağ” çıxan ölkəmizin dilbər güşəsi olan Qarabağa yatırım etməyə cəhd göstərən xarici və yerli investorların sayı günü-gündən artır. İşgaldan qabaq Qarabağda mövcud olan turizm növlərinin bərpası xeyli vaxt və əmək tələb etsə də, burada hətta yeni turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi üçün imkanlar vardır. Qarabağın və Şərqi Zəngəzurun tarixi-mədəni irsinə mənfur düşmənlərimiz tərəfindən ziyan vurulmuş, yerli turizm potensialı məhv edilmiş, qonaqpərvərlik sənayesinə aid müəssisələr dağıdılmışdır.

Təbii ki, bu ərazilərdə turizm biznesinin bərpası əməkhəcmli proses olacaq. Bu işə cəlb olunan yerli və xarici sahibkarlar bu yatırımlardan mənfəət əldə etdiklərinə inanmalıdırlar ki, dövlətin qarşıya qoyduğu hədəflərə nail olmaqda köməklik göstərsinlər. Belə ki, ölkə rəhbərliyi “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”nin 2025-ci ilədək region ölkələri arasında və eyni zamanda digər dünya ölkələri arasında əsas turizm öklərindən birinə çevrilməyi hədəf qoymuşdur. Qarabağın işgaldan azad olunması, Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarında turizm potensiallarından səmərəli istifadə bu baxımından çox böyük əhəmiyyət kəsb edəcəkdir. Orada mövcud olan və bərpa edilən turizm potensialının istifadəsinə əsaslanan müxtəlif turizm növlərinin inkişaf perspektivlərini səciyyələndirir. Belə turizm növlərindən ekoloji turizmi, aqro-ekoturizmi, dərketmə turizmini, safari turizmini, idman turizmini, müalicə-sağlamlıq, etnik və nostalji, speleoturizmi, macəra turizmini və s. göstərmək olar [3].

Turizm iqtisadiyyata gəlir gətirən bir sahə kimi inkişaf etdiyi zaman özünəməxsus xüsusi prosesləri və xüsusiyyətləri nəzərə almaq lazım gəlir. Belə ki, bu zaman coğrafi, təbii və iqtisadi amillərlə bərabər, əhalinin məşğulluq səviyyəsi, milli adət və ənənələri rəhbər tutulmalıdır. Yaradılacaq hər bir turizm sahəsi planlı şəkildə idarə olunmalı, innovativ layihələr işlənməli, onların maliyyələşmə mexanizmləri düşünülməli, infrastruktur yaradılmalıdır. Bunlara nail olmaq üçün maaliyyə ehtiyatları cəlb edilməli, əhalinin məşğulluğunu və təsərrüfat fəaliyyətini təmin etmək üçün əlverişli şəraitin yaradılmalıdır. Bu baxımdan sosial infrastrukturun yaradılması da mühüm əhəmiyyət kəsb edən vacib faktor kimi qiymətləndirilməlidir [3].

Turizmin Qarabağda və Şərqi Zəngəzurda davamlı və dinamik inkişafı üçün iqtisadi fəaliyyət modernləşdirilməli, innovativ texnologiyalara əsaslanan yeni xidmət sahələri inkişaf etdirilməlidir.

Nəzərə alsaq ki, işgaldan öncə Qarabağda üzümçülük və şərəbçilik, atçılıq, xalçaçılıq, kənd təsərrüfatı və bir çox digər gəlir gətirən sahələr inkişaf etmişdir, çalışmaq lazımdır ki, həmin sənaye müəssisələri, üzüm bağları, yerli məhsullar istehsal edən sahələr yenidən bərpa olunsun. Bununla belə çevik və məhsuldar texnologiyalara malik istehsal və emal sahələri yaradılsın, yaradıcı və məhsuldar xidmət fəaliyyətinin qurulması ön plana çəkilsin. Bütün bunlar onu deməyə əsas verir ki, yeni iqtisadi rayonlarda sosial-iqtisadi inkişaf daha dinamik və perspektivli olacaqdır.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Allahverdiyev H.B., Məmmədov Z.T. Investisiya proseslərinin tənzimlənməsi. Dərslik. Bakı, 2003, 71 s.
2. Hübətov Y.Ə, Xurşudov Ş.N, Kərimov F.C. Qeyri – neft sənayesinin iqtisadiyyatı. Dərs vəsaiti, Bakı, Avropa nəşriyyatı, 2019, 343 səh.
3. Pürhani S. İstehsalın təşkili və menecmenti. Dərs vəsaiti. 2017

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА НА ОСВОБОЖДЕННЫХ ОТ ОККУПАЦИИ ТЕРРИТОРИЯХ**

**И.В.Гусейнов**

[ilkinhuseynov918@gmail.com](mailto:ilkinhuseynov918@gmail.com)

**С.Г.Пурхани**

[sefer.purhani@wcu.edu.az](mailto:sefer.purhani@wcu.edu.az)

**Западно-Каспийский Университет**

Туристский потенциал Карабахского и Восточно-Зангезурского экономических районов сыграет огромную роль в развитии туристской индустрии. Для устойчивого и динамичного развития туризма в Карабахе и Восточном Зангезуре необходимо модернизировать экономическую деятельность и развивать новые сферы обслуживания на основе инновационных технологий.

### **PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM BUSINESS IN THE TERRITORIES FREED FROM THE OCCUPATION**

**I.V.Huseynov**

[ilkinhuseynov918@gmail.com](mailto:ilkinhuseynov918@gmail.com)

**S.H.Purhani**

[sefer.purhani@wcu.edu.az](mailto:sefer.purhani@wcu.edu.az)

**Western Caspian University**

The tourism potential of the Karabakh and East Zangezur economic regions will play a huge role in the development of the tourism industry. For the sustainable and dynamic development of tourism in Karabakh and East Zangezur, it is necessary to modernize economic activity and develop new service sectors based on innovative technologies.



**DÖVLƏTİN İNNOVASIYA SİYASƏTİ MEXANİZMİNİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ İNKİŞAFI**

**X.M.Ağayeva**

**T.F.Qarayeva**

[taragarayeva@gmail.com](mailto:taragarayeva@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Yüksək inkişaf etmiş maliyyə sisteminin və maliyyə mexanizminin formalaşdırılması innovativ inkişafda dünya lideri olan ölkələrin ən mühüm prioritetlərindən biridir. Kiçik və orta innovativ biznesin dəstəklənməsi üzrə tədbirlər kompleksinin sistemli şəkildə həyata keçirilməsi bu ölkələrin əksəriyyətində proqram hədəfli metoddan istifadə etməklə ixtisaslaşmış dövlət qurumları vasitəsilə həyata keçirilir.

Elmi ədəbiyyatlarda aparılan müqayisəli təhlillərə əsasən söyləyə bilərik ki, innovasiya siyasəti mexanizminin maliyyələşdirilməsi sferasında dövlət funksiyalarının həyata keçirilməsi uğurunun əsas amili kimi innovasiya prosesi çərçivəsində konkret vəzifələrin həyata keçirilməsini asanlaşdırmağa yönəlmiş müxtəlif alət və vasitələrin şaxələndirilməsi çıxış edir.

Dövlət siyasəti, o cümlədən pul siyasəti, vergi siyasəti, standartlar, satınalma və bazarlara çıxış da innovasiya sisteminin maliyyələşdirilməsinin inkişafı üçün əlverişli mühitin yaradılmasında vacibdir [1].

Dünya Bankının İnnovasiya Siyasətinin innovasiya siyasəti sferasındakı tövsiyələrinə müvafiq olaraq, innovativ şəxslərin və şirkətlərin dəstəklənməsi üçün mexanizmlər hazırlanmalı, vençur kapitallaşması üçün zəruri normativ hüquqi baza yaradılmalı, özəl və dövlət sektorunda elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinə ayrılan xərclər qeyri-dövlət və xarici maliyyə mənbələri hesabına daha da stimullaşdırılmalıdır [4].

Eyni zamanda, dövlətin maliyyələşdirilməsi ilə yanaşı, elmin digər mənbələrdən maliyyələşdirilməsinin stimullaşdırılması da mühüm əhəmiyyət kəsb edir ki, bu da son nəticədə “beyin axını”nın qarşısının alınmasına gətirib çıxaracaq.

Innovativ sahibkarlığın inkişafı və yeni fəaliyyət növlərinin və məhsulların inkişafı üçün əlverişli şəraitin yaradılması ilə yanaşı, qabaqcıl texnologiyaların transferi və istifadəsi, sənaye parklarının və innovasiya zonalarının yaradılması üzrə tədbirlərin gücləndirilməsi də nəzərdə tutulmalıdır [2].

Texnopark strukturlarının yaradılması və fəaliyyətinin təməl şərti proqram-məqsədli maliyyələşdirmə əsasında onların infrastrukturunun formalaşdırılmasına dövlət yardımı sisteminin mövcudluğudur. Belə strukturların kiçik innovativ biznesi inkişaf etdirmək missiyası onların rezidentlərinin - innovasiyaların yaradılması və ötürülməsi klasterinin iştirakçılarının dövlət dəstəyi ilə dəstəklənir.

Bakıda başlanmış, yüksək texnologiyalar sahəsində perspektivli və innovativ layihələrin həyata keçirilməsinə dəstək məqsədilə Açıq İnnovasiyalar Başlanğıc Turu (Open Innovations Startup Tour) layihəsi bütün regionda genişləndirilməlidir [3].

Azərbaycanda bərpa olunan enerji layihələrinin maliyyələşdirilməsi hələ ki çətinlik doğurur. Yeni innovativ texnologiyaların inkişafı böyük ilkin investisiyalar tələb edir. Risklərin və bazar maneələrinin yaratdığı yüksək kapital xərcləri maliyyə inkişafına mane olan əsas amillərdən biridir. Bunun üçün hökumət bərpa olunan enerji sektorunda iri dövlət və özəl investorları təşviq etmək və cəlb etmək üçün xüsusi siyasət və maliyyə stimulları qəbul etməlidir.

**ƏDƏBİYYAT:**

- 1.Hüseynova A.D. Azərbaycanda innovasiya potensialının idarə edilməsi mexanizminin təkmilləşdirilməsi. i.e.ü.d. dissertasiyasının Avtoreferatı. Bakı, 2015.- 54 s.
2. K. Aslanlı. Azərbaycanda innovasiya siyasətinin effektivliyinin artırılması yolları. Bakı, 2017.
- 3.“Azerbaijan 2020: Look Into The Future”. Concept Of Development pp.11-18, [https://www.president.az/files/future\\_en.pdf](https://www.president.az/files/future_en.pdf)
4. Gerguri Sh., Rexhepi G., Ramadani V. Innovation strategies and competitive advantage //Modern economy: problems, trends, prospects. 2013. Issue. 8(1). pp. 10-26.

**РАЗВИТИЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ**

**Х.М.Агаева**

**Т.Ф.Караева**

[taraqarayeva@gmail.com](mailto:taraqarayeva@gmail.com)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В научной работе на тему «Развитие финансирования механизма государственной инновационной политики» рассмотрены факторы, влияющие на совершенствование механизма государственной инновационной политики и повышение эффективности процессов организации инновационной деятельности.

Было подчеркнуто, что государственная политика, в том числе денежно-кредитная политика, налоговая политика, стандарты, закупки и доступ к рынкам, важны для создания благоприятных условий для развития финансирования инновационной системы.

Помимо создания благоприятных условий для развития инновационного предпринимательства и освоения новых видов деятельности и продукции, также упоминались передача и использование передовых технологий, усиление мер по созданию индустриальных парков и инновационных зон.

**DEVELOPMENT OF FINANCING OF THE STATE INNOVATION POLICY MECHANISM**

**Kh.M.Agayeva**

**T.F.Garayeva**

[taraqarayeva@gmail.com](mailto:taraqarayeva@gmail.com)

**Azerbaijan Technology University**

In the scientific work on the topic “Development of financing of the state innovation policy mechanism”, the factors influencing the improvement of the mechanism of state innovation policy and increasing the efficiency of the processes of organizing innovation activity were considered.

It was emphasized that public policy, including monetary policy, tax policy, standards, procurement and access to markets, are important in creating a favorable environment for the development of financing of the innovation system.

In addition to creating favorable conditions for the development of innovative entrepreneurship and the development of new activities and products, the transfer and use of advanced technologies, strengthening measures to create industrial parks and innovation zones were also mentioned.





## DÖVLƏT INNOVASIYA SİYASƏTİ MEXANİZMİNİN MALİYYƏ MƏNBƏLƏRİ

X.M.Ağayeva

T.F.Qarayeva

[taragarayeva@gmail.com](mailto:taragarayeva@gmail.com)

**Azərbaycan Texnologiya Universiteti**

Qlobal inkişaf səviyyələri ilə müqayisə oluna biləcək innovativ inkişaf səviyyəsinə nail olmaq üçün dövlət hazırda innovativ sahibkarlığın dəstəklənməsi üçün ekosistemi, o cümlədən institusional və proqram məqsədli mexanizmləri formalaşdırır [1].

Ədəbiyyatın təhlili bizə innovasiya siyasəti mexanizminin inkişafı üçün maliyyələşdirmə infrastrukturunun aşağıdakı komponentləri müəyyən etməyə imkan verir [2]:

- unitar və regional icra hakimiyyəti orqanları;
- biznes mələkləri;
- məhsul investisiyası fondları;
- vençur fondları;
- dövlət korporasiyaları;
- investisiya fondları;
- kredit təşkilatları;
- investisiya şirkətləri;
- yüksək texnologiyalı fond birjalari.

Hazırda əksər şirkətlər innovativ layihələri maliyyələşdirmək üçün öz vəsaitlərindən istifadə edirlər və başlanğıc mərhələsində biznesin inkişafının əsas maliyyə mənbəyi kimi institusional investorların vəsaitləri çıxış edir. Bu zaman, özəl investorların və biznes mələklərinin vəsaitlərindən istifadə edən innovativ şirkətlərdə olduqca aşağı faiz qeydə alınır ki, bu, da öz növbəsində, innovasiyalara dəstək ekosisteminin yetərinə inkişaf etməməsi, investorların innovativ layihələrin tərtibatçılmasına inamının aşağı olması, innovasiyaların uğurlu özəl maliyyələşdirilməsinə dair məhdud sayda nümunələrlə bağlıdır [3].

Maliyyə resursları əldə etmək üçün layihənin təşəbbüskarları innovasiya və investisiya cəmiyyətində müəyyən nüfuza malik olmalıdırlar ki, bu da əksər hallarda çatışmır. Bu, layihənin inkişafının ilkin mərhələlərində maliyyə əldə etməyi çətinləşdirir. İxtisaslaşmış dövlət strukturları öz müştəriləri üçün zəmanətçi kimi çıxış edir və potensial investorlarla səmərəli kommunikasiyalar formalaşdırır ki, bu da innovativ şirkətlərin həyat dövrünün bütün mərhələlərində əsas problemlərdən biri kimi maliyyə vəsaitlərinin tapılması problemlərinin həllini təmin edir.

Innovasiyaya maliyyə dəstəyinin dolayı forması özünü olduqca səmərəli vasitə kimi sübut etmişdir. Belə ki, elmi və ya texnoloji parkın, biznes inkubatorun, ümumi istifadə mərkəzinin təşkili innovasiyaların yaradılması seqmentində təsərrüfat subyektləri üçün əlavə imkanlar yaradır. İnnovasiyaların ötürülməsi və yayılması funksiyalarını həyata keçirən texnopark strukturu innovasiya fəaliyyətindən iqtisadi nəticə formalaşdırmağa imkan verir, daha doğrusu, innovasiya infrastrukturunun maliyyələşdirilməsi – multiplikator effektinin mənbəyidir [4].

Texnopark strukturunun özünə dövlət dəstəyi ilə yanaşı, onun rezidentləri də parkın göstərdiyi xüsusi xidmətlər vasitəsilə maliyyələşirlər.

Statistika innovativ fəal təsərrüfat subyektləri qrupunun ehtiyaclarının kifayət qədər ödənilmədiyini nümayiş etdirir və maliyyə infrastrukturunu kompleksinin daha da inkişafına ehtiyac olduğunu göstərir.

Hökumət bərpa olunan enerji texnologiyalarının maliyyələşdirilməsinin və sığortasının dəstəklənməsi, mikromaliyyə texnologiyalarının dəstəklənməsi və yeni

maliyyələşdirmə yolları qarşısında maneələrin aradan qaldırılması üçün beynəlxalq maliyyə institutları ilə əməkdaşlığı təmin etməlidir.

**ƏDƏBİYYAT:**

1. Aslanzadə İ.A. Dövlət innovasiya siyasətinin formalaşması və sənaye sektorunun rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi problemləri. i.e.ü.d. dissertasiyasının Avtoreferatı. AMEA, İqtisadiyyat İnstitutu, 2013.
2. Əliyev Ş.T. Azərbaycan iqtisadiyyatı. Sumqayıt 2018, 376 s.
3. Инновации: ключ на старт. Экосистема венчурных компаний посевного цикла: состояние и перспективы / ООО «НАУТЕХ», коллектив авторов. — М.: Бизнес-журнал, ИД Компьютерра, 2010. 288 с.
4. Мальцева, А. А., Фролов, С. Н., Бобков, Е. А. Концептуальные основы организации инфраструктурной поддержки малого наукоемкого бизнеса // Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 12. С. 8–16.

**ФИНАНСОВЫЕ ИСТОЧНИКИ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ**

к.э.н., доц. Агаева Халида Мехди кызы  
Караева Тарана Фаиг кызы

Азербайджанский Технологический Университет  
[taragarayeva@gmail.com](mailto:taragarayeva@gmail.com)

В научной работе на тему «Развитие финансирования механизма государственной инновационной политики» рассмотрены факторы, влияющие на совершенствование механизма государственной инновационной политики и повышение эффективности процессов организации инновационной деятельности.

Показано, что государство вмешивается в регулирование инновационно-инвестиционной политики и одновременно несет ответственность за эффективное использование государственных инвестиций, что все это проявляется в различных формах финансирования механизма инвестиционной политики государством.

**FINANCIAL RESOURCES OF THE STATE INNOVATION POLICY MECHANISM**

Ph.D., doc. Agayeva Khalida Mehdi gyzy

Garayeva Tarana Faig gyzy

Azerbaijan Technology University

[taragarayeva@gmail.com](mailto:taragarayeva@gmail.com)

In the scientific work on the topic “Development of financing of the state innovation policy mechanism”, the factors influencing the improvement of the mechanism of state innovation policy and increasing the efficiency of the processes of organizing innovation activity were considered.

It was shown that the state intervenes in the regulation of innovation and investment policy and at the same time is responsible for the effective use of public investment, that all this is manifested in various forms of financing the mechanism of investment policy by the state.



## MİLLİ SİĞORTA BAZARININ TƏNZİMLƏNMƏSİNİN ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ

G.Ş.Dilənova

[guloysvliyeva@gmail.com](mailto:guloysvliyeva@gmail.com)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Z.Q.Abbasov

Gəncə Dövlət Universiteti

Sığorta bazarı 20-ci əsrin sonlarında fəal şəkildə inkişaf etməyə başladı. Bu müddət ərzində o, özünü doğruldub, fəaliyyəti çərçivəsində subyektləri: sığortalılar, sığortaçılar, onların assosiasiyaları, dövlət və s. arasında möhkəm əlaqələr yaranıb. Bundan əlavə, sığorta bazarı təcrid olunmuş vəziyyətdə mövcud ola bilməz, rəqiblərin, tərəfdaşların, qanun və qaydalar şəklində tənzimləyici dəstəyin, məlumatların və s. bütün bunlar birlikdə tənzimlənməyə ehtiyacı olan müəyyən bir sistemi təşkil edir. Bu baxımdan müasir şəraitdə sığorta bazarının tənzimlənməsi sisteminin formalaşması və inkişafı məsələlərinin nəzərdən keçirilməsinin aktuallığı artır.

Bütün sistem dövlət səviyyəsində xüsusi mexanizmin dövlət tənzimlənməsinin yaradılması yolu ilə idarə olunur. Bundan əlavə, sığorta bazarının dövlət tənzimlənməsinin mahiyyətini nəzərdən keçirmək məqsəduyğundur. Sığorta bazarının uzunmüddətli perspektivdə sabit və səmərəli inkişafını təmin etmək üçün zəruri olan tənzimləmə üsullarının, formalarının və alətlərinin müəyyən məcmusudur. [1]

Sığorta bazarının dövlət tənzimlənməsi obyektiv olaraq zəruri görünür. Bu fakt, öz növbəsində, aşağıdakı amillərlə bağlıdır: [3]

Birincisi, hazırda mükəmməl rəqabət mexanizmləri yoxdur;

İkincisi, bazarda tam tarazlığa nail ola bilməmək göz qabağındadır;

Üçüncüsü, mövcud məlumatlar müasir deyil.

Bütün bunlar kifayət qədər yüksək tranzaksiya xərclərinə gətirib çıxarır ki, bu da əhali arasında xüsusilə populyar olan malların istehsalı probleminə və onların bölüşdürülməsinə təcili ehtiyaca, eləcə də ətraf mühit amillərinin həmişə müsbət təsir göstərməməsinə və ehtiyacın yaranmasına səbəb olur.

Beləliklə, maliyyə bazarının bu seqmentinin tənzimlənməsinin aşağıdakı istiqamətlərini formalaşdırmaq mümkündür: [2]

■ Sığorta və sığorta fəaliyyəti sahəsində, habelə sığorta ilə bağlı digər seqmentlər üzrə normativ hüquqi aktların hazırlanması və qəbulu;

■ Cəmiyyətin və ayrı-ayrı vətəndaşların maraqlarının təmin edilməsinə yönəlmiş icbari sığorta növlərinin təşkili;

■ Əsas məzmunu sığortalılara və ya sığortaçılara vergi güzəştlərinin verilməsindən ibarət olan vergi siyasətinin xüsusi tədbirlərinin həyata keçirilməsi. Bu da öz növbəsində ən yüksək prioritet hesab olunan sığortanın ayrı-ayrı növlərinin inkişafının intensivləşdirilməsi üçün səmərəli stimül sistemi yaradacaq;

■ Sığorta şirkətlərinin, brokerlərin, qarşılıqlı sığorta şirkətlərinin və sığorta fəaliyyətinin digər subyektlərinin fəaliyyətinə nəzarət.

Sığorta bazarında müxtəlif subyektlərin fəaliyyətini tənzimləyən orqanla birbaşa bağlı olan məsələlər xüsusilə diqqəti cəlb edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, sığorta bazarı tənzimləyicisinin əsas funksiyaları aşağıdakılardır: [3]

■ sığorta bazarının inkişafı, o cümlədən mövcud qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi üzrə təkliflərin formalaşdırılması, Rusiya Bankının müxtəlif metodlarının, standartlarının, qaydalarının və digər sənədlərinin hazırlanması;

■ sığorta bazarında bilavasitə iştirak edən subyektlərə nəzarət metodologiyasının işlənilib hazırlanması;

■ İcbari sığorta növləri üzrə tariflərin hesablanması, sığorta şirkətlərinin könüllü sığorta növləri üzrə tarif siyasətinə nəzarət;

■ sığorta bazarında fəaliyyət göstərən subyektlərə nəzarət və nəzarət tədbirlərinin həyata keçirilməsi və s.

Bu elmi araşdırmanın məqsədləri üçün sığorta bazarının tənzimlənməsi üzrə beynəlxalq təcrübənin nəzərə alınması böyük əhəmiyyət kəsb edir.

#### **ƏDƏBİYYAT**

1. Андреева Е.В., Русакова О.И. Страховая деятельность и ее регулирование на современном страховом рынке. Иркутск: изд-во БГУЭП, 2015. 158 с.

2. Писаренко, Ж. В. Регулирование страховой деятельности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Ж. В. Писаренко, Н. П. Кузнецова; науч. ред. С. А. Белозеров. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 437 с. — Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс. ISBN 978-5-9916-4097-8

#### **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО СТРАХОВОГО РЫНКА**

**Г.Ш.Диленова**

[guloysvliyeva@gmail.com](mailto:guloysvliyeva@gmail.com)

**Азербайджанский технологический университет**

**З.Г.Аббасов**

**Гянджинский Государственный Университет**

В статье подробно описано развитие системы регулирования внутреннего страхового рынка и ее формирование. Определены факторы, создающие потребность и необходимость регулирования страхового рынка. Представлены основные направления и тенденции развития регулирования данного сектора экономики, являющегося одним из основных финансовых рынков в мире.

Статья посвящена основным международным системам регулирования страхового рынка. Рассмотрен международный опыт регулирования страхового рынка.

#### **MAIN DIRECTIONS OF THE REGULATION OF THE NATIONAL INSURANCE MARKET**

**G.Sh.Dilenova**

[guloysvliyeva@gmail.com](mailto:guloysvliyeva@gmail.com)

**Azerbaijan technology university**

**Z.Q.Abbasov**

**Ganca State University**

The article describes in detail the development of the internal insurance market regulation system and its formation. Factors that create the need and necessity for regulation of the insurance market are determined. The main directions and trends of the development of the regulation of this sector of the economy, which is one of the main financial markets in the world, are presented.

The article focuses on the main international regulation systems of the insurance market. The international experience of insurance market regulation is reviewed.



## YÜNGÜL SƏNAYENİN İDXALDAN ASILILIĞININ AZALDILMASI YOLLARI

B.Ə.Hüseynzadə

[bunyad.93@bk.ru](mailto:bunyad.93@bk.ru)

F.A.İsgəndərov

[ferman.isgenderov@bk.ru](mailto:ferman.isgenderov@bk.ru)

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Ölkə iqtisadiyyatında investisiya prosesinin idxaldan asılılığının artması ilə yanaşı, istehsal prosesinin idxaldan asılılığı da artmışdır.

Belə asılılığın güclənməsinin birinci xarakterik cəhəti 2016-2017-ci illərdə idxalın həcmində malların payının 36,8%-dən artmasıdır. 2018-ci ilin sonunda qeydə alınan maksimum 41,8%-ə çatmışdır. Korreksiyaedici iqtisadi artım və milli valyutanın möhkəmlənməsi fonunda ölkəyə xarici tədarükün ümumi həcmində üstünlük təşkil edən aralıq mallar olmuşdur. Sonrakı üç il ərzində onların payı 37,6%, 2015-2016-cı illərin sonunda isə sabit səviyyədə olub [1].

Azərbaycan iqtisadiyyatında istehsal prosesinin idxaldan asılılığının artmasının ikinci və mühüm xüsusiyyəti yerli müəssisələrin istehsal fəaliyyəti üçün idxal olunan xammal, material və məhsullara çəkilən xərclərin dinamikasıdır.

Ölkə müəssisələri tərəfindən istehsal məqsədləri üçün idxalın maya dəyərinin artması təkcə onların global sənaye kooperasiyası sistemində cəlb olunma dərəcəsini və ya milli valyutanın möhkəmlənməsi dövründə idxal olunan məhsulların əldə etdiyi qiymət üstünlüklərini əks etdirmir, həm də milli valyutanın möhkəmlənməsini göstərir. Bununla belə, təbiətindən asılı olmayaraq, yüngül sənaye məhsullarının idxaldan asılılığı həm milli valyutanın ucuzlaşması dövründə, həm də idxal məhdudiyyətləri şəraitində yerli müəssisələrin istehsal və maliyyə göstəricilərinin pisləşməsi üçün əhəmiyyətli risk faktoru ola bilər.

Azərbaycan ixracını artırmaq barədə düşünəndə ilk növbədə nəyi istehsal edib sata biləcəyini müəyyən etməlidir. Ölkəmizdə avtomobillər, kompüterlər, telefonlar, televizorlar və s. var və yüksək səviyyəli yüksək texnologiyalı məhsullar istehsal etmək də mümkündür. Bəs bu məhsulların ixracı nə dərəcədə mümkün olacaq? Razılaşın, bu məhsulların istehsalında ixtisaslaşmış ölkələrlə rəqabət aparmaq bizim üçün çox çətindir. Ola bilsin ki, 10-15 ildən sonra Azərbaycan da bu yataqların işlənməsində, məhsul ixracında uğur qazanacaq. Amma indi 2-3 il kimi qısa müddət ərzində bu məhsulları ixrac edə biləcəyimiz real görünür [2].

Qısa müddətdə ölkəmizin ixrac imkanlarını artırmaq üçün ənənəvi və ucuz məhsulların istehsalının inkişafı yaxşı olardı. Belə sahələrin başında yüngül sənaye dayanır.

“Yüngül sənaye” dedikdə, müxtəlif növ bitki və heyvan mənşəli xammallardan parça, xəz, dəri və istehlak mallarında (paltar, ayaqqabı, çanta və s.) və digər istehsal sahələrində istifadə olunan digər məmulatlar istehsal edən sənaye nəzərdə tutulur. süni əvəzedicilər. Ona görə də yüngül sənayeni inkişaf etdirməklə kənd təsərrüfatını inkişaf etdirmək imkanı yaranır. Sənayenin bu sahəsinin inkişafı ilə heyvandarlıqda yun və dəriyə, bitkiçilikdə pambığa və baramaya tələbat artacaqdır. Həmçinin, süni əvəzedicilərə ehtiyac olduğu üçün bu, kimya sənayesinin bəzi sahələrinin inkişafına təkan verəcək.

İndi kənd təsərrüfatında böyük məhsul istehsalına mane olan əsas amillərdən biri də bu məhsulların alıcısının xaricdə olmasıdır. Kənd təsərrüfatlarının əksəriyyəti yüngül sənaye üçün xammal olan məhsullarını xaricə çıxara bilmədiyi üçün bu növ məhsulların istehsalını azaldır. Bu vəziyyət həm heyvandarlıqda, həm də bitkiçilikdə müşahidə olunur. Yüngül sənayenin inkişaf etməməsi səbəbindən kənd yerlərində əhalinin gəlirləri azalır, məşğulluğun səviyyəsi aşağı düşür.



Yüngül sənaye elə bir sahədir ki, yerli məhsula arxalanmadan inkişaf edə bilməz. Ona görə də yüngül sənayeni inkişaf etdirmək istəyən ölkələr paralel olaraq kənd təsərrüfatını da inkişaf etdirirlər.

Yüngül sənayenin alt bölmələrinə diqqət yetirsək, görürük ki, bu sənayenin inkişafı təkcə Azərbaycandan ixracın artmasına deyil, həm də idxalın azalmasına kömək edər. Tekstil, geyim (geyim), xalçaçılıq, dəri və dəri məmulatlarının istehsalı, xəz və xəz məmulatlarının istehsalı, ayaqqabı istehsalı bu sahənin bölmələri kimi tanınır.

Hər il Azərbaycan əhalisi belə məhsulların alınmasına bir neçə milyard manat xərcləyir. 2015-ci ilə olan məlumata görə, əhali geyimə 2 milyard 582 milyon manat xərcləyib. Bundan əlavə, əhali il ərzində trikotaj məmulatlarına (dəzgah parçasına) 651 milyon manat, papaqlara 14 milyon manat, xəz və xəz məmulatlarına 19,5 milyon manat, corablara 83,2 milyon manat, ayaqqabılara 652 milyon manat vəsait xərcləyir. [1].

Ümumilikdə, ötən il əhali üst və alt paltarlara 4 milyard 191 milyon manat xərcləyib.

Maraqlı fakt ondan ibarətdir ki, 2011-ci ildən adı çəkilən malların alınmasına xərclənən pullar kəskin şəkildə artıb. Baş geyimləri üzrə xərclər 4 dəfə, trikotaj məmulatları üzrə 1,65 dəfə, xəz və xəz məmulatları üzrə 6 dəfə, corablar üzrə 1,55 dəfə, ayaqqabılar üzrə 1,7 dəfə artıb.

Göründüyü kimi, yüngül sənaye mallarına tələbat ildən-ilə artır və növbəti illərdə tələbat daha da artacaqdır. Yerli istehsal zəif olduğundan hər il yüz milyonlarla dollar dəyərində yüngül sənaye məhsulları idxal olunur. İstehsalın artması və yüksək keyfiyyətli məhsulların buraxılması ilə yüngül sənaye məhsullarının idxalı azalacaq [2].

Yüngül sənaye daha az investisiya tələb edən sənayedir. Ağır sənayedən fərqli olaraq, yüngül sənayeni daha az investisiya ilə inkişaf etdirmək olar. Bu, bu sahənin xüsusiyyətləri sayəsində mümkün olmuşdur. Yüngül sənaye hər ikisini həyata keçirir

Yüngül sənayedə yalnız toxuculuq sənayesi böyük investisiyalar tələb edir. Adətən toxuculuq sektorunu dövlət və ya iri şirkətlər yaradır. Bunun üçün böyük investisiyalar, böyük maşın və avadanlıqlar tələb olunur və bazara giriş və çıxış üçün ciddi maneələr mövcuddur.

Amma geyim sənayesinin böyük vəsaitə ehtiyacı yoxdur. Tikiş sənayesi adi toxuculuq sənayesi ilə müqayisədə əmək intensivdir, daha az kapital tələb edir, maşın və avadanlıqlar daha mobildir və asanlıqla köçürülür, bazara giriş və çıxış daha asandır.

Xarici ölkələrin sənayeləşmə təcrübəsi göstərir ki, istehsalın artırılmasının, sahibkarlıq fəaliyyətinin gücləndirilməsinin, yeni və çoxsaylı təsərrüfat subyektlərinin yaradılmasının ən əlverişli yolu yüngül sənayenin inkişafıdır. Sözügedən sənayenin istehsal etdiyi məhsul məişət ehtiyaclarını ödəmək üçün nəzərdə tutulduğundan bu sənaye müəssisələrini işə salmaq çətin deyil.

Eyni zamanda, bu sahələrdə istehsal böyük kapitalla və yüksək texnologiyaya ehtiyacı olmayan kiçik müəssisələr tərəfindən həyata keçirilir.

Azərbaycanda yüngül sənayenin inkişafı üçün yaxşı imkanlar var. Birincisi, ölkəmizdə yüngül sənaye üçün bütün xammallar var. Ona görə də ölkəmizdə yüngül sənaye məhsulları istehsal edən müəssisələr yaradılanda onların məhsulunun maya dəyəri aşağı olacaq.

Digər tərəfdən, yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, yüngül sənaye mallarına tələbat yüksəkdir və bu məhsulların həm ölkəmizdə, həm də xaricdə satış imkanları genişdir. 2021-ci ilin məlumatlarına görə, dünyada yüngül sənayenin dövriyyəsi 3 trilyon dollar təşkil edib ki, bu da çox böyük məbləğdir.

Yüngül sənayenin inkişafında digər mühüm amil ixtisaslı kadrların olmasıdır. Ölkəmizdə tarixən yüngül sənaye müəssisələri olub və bu sahə bizim üçün ənənəvi hal alıb. Sovetlər İttifaqı dövründə respublikada pambığın ilkin emalından hazır məhsul istehsalına qədər texnoloji prosesi özündə birləşdirən kompleks müəssisələr mövcud idi. Yüngül sənaye məhsullarının istehsalı üzrə ixtisaslaşmış müəssisələr Bakı, Sumqayıt, Gəncə, Şəki, Yevlax, Xankəndi şəhərlərində, eləcə də Ordubad rayonunda fəaliyyət göstərirdi [3].

Təəssüflər olsun ki, müstəqilliyin ilk dövründə bu sahədə aparılan iqtisadi islahatlar nəticəsində mövcud olan yüngül sənaye müəssisələrinin əksəriyyəti öz fəaliyyətini dayandırılıb. Bu müəssisələr özəlləşdirildikdən sonra onların əksəriyyəti yeni şəraitdə işləyə bilməyib, fəaliyyətini tamamilə və ya qismən dayandırılıb. 1990-2005-ci illərdə iqtisadiyyatımızda ən ciddi tənəzzüllər yüngül sənayenin üzərinə düşdü. Bu dövrdə yüngül sənaye məhsullarının istehsalı 10 dəfə, bu sənayedə çalışanların sayı isə 97,4 min nəfərdən 14 min nəfərə qədər azalıb. O cümlədən, 1990-2005-ci illərdə toxuculuq sənayesində istehsal 10 dəfə, tamamlama və xəz istehsalı sahəsində 11 dəfə, dəri, dəri məmulatları və ayaqqabı istehsalında 2 dəfə azalmışdır. Yüngül sənaye müəssisələrinin xammalı olan kənd təsərrüfatı məhsulları uzun illər bu səbəblərdən ilkin emal məhsulları şəklində ixrac olunur. Ölkə əhalisinin istehlak etdiyi geyim məmulatlarının əksəriyyəti xaricdən gətirilən hazır məhsullar və ya ölkədə fəaliyyət göstərən kiçik mağazalarda xaricdən gətirilən parçalar əsasında hazırlanan məhsullardır.

Son illərdə yeni yüngül sənaye müəssisələri yaradılmışdır. Bu müəssisələrin hesabına yerli istehsal zəif olsa da, inkişaf edir. Hələlik yerli istehsal daxili tələbatı ödəməyə çalışır. İxrac çox azdır. Bu ilin 10 ayı ərzində 11,5 milyon ABŞ dolları dəyərində yüngül sənaye malları ixrac edilib [2].

Yüngül sənayenin ixrac imkanlarının artırılması üçün hökumət tərəfindən ciddi tədbirlər həyata keçirilib. 2013-cü ildən Azərbaycanda 10-a yaxın yüngül sənaye müəssisəsi dəstəklənib.

2016-cı ildən pambıqçılığın inkişafına dövlət dəstəyi gücləndirilib. Və boş yerə deyil. Axı pambıqçılıq yüngül sənayenin əsas xammal bazası hesab olunur. Pambıqçılığın inkişafı yüngül sənayenin istehsal gücünü yaxşılaşdıracaq. Proqnozlara görə, yaxın 3 ildə Azərbaycan pambıq istehsalını 500 min tona çatdıra biləcək.

**Nəticə.** Müxtəlif hesablamalara görə, ağır sənaye müəssisələrinin yaradılması və onun xammal bazasının inkişafı ölkəmizin ixrac potensialını xeyli artıracaqdır. Ehtimal olunur ki, nəzərdə tutulan ilkin tədbirlərin qəbulundan sonra təkəcə yüngül sənayenin ixracı indiki 15-20 milyon dollardan 500 milyon dollara yüksələcək. Gələcəkdə bu istiqamətdə tədbirlərin davam etdirilməsi ixracı 1 milyard dollara çatdıracaq.

## **ƏDƏBİYYAT**

1. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyası, Bakı şəhəri, 29 dekabr 2012
2. Cəfərov V. “Yüngül sənaye: ixrac ümidimiz”, Ekspres, 2016, 30 noyabr, s.10.
3. Məmmədov S.M. “Yüngül sənayenin inkişafı Azərbaycanın makroiqtisadi siyasətinin tərkib hissəsi kimi”, Dövlət büdcəli elmi-tədqiqat işi. Bakı 2011-ci il

**ПУТИ СНИЖЕНИЯ ЗАВИСИМОСТИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ОТ ИМПОРТА**

**Б.А.Гусейнзаде**

[bunjad.93@bk.ru](mailto:bunjad.93@bk.ru)

**Ф.А.Искендеров**

[ferman.isgenderov@bk.ru](mailto:ferman.isgenderov@bk.ru)

**Азербайджанский Технологический Университет**

В последние годы на фоне ослабления национальной валюты и ограничения санкций в отношении внешней торговли снизилась технологическая зависимость промышленности страны от импорта. Это снижение произошло на фоне снижения спроса в экономике и преимущественного сокращения производства в отраслях, ранее характеризовавшихся повышенной зависимостью от импорта. Тем не менее, в последние несколько лет при наличии жестких внешнеторговых ограничений отчетливо выделяется промышленное производство, где достигнуты значительные успехи в реализации импортозамещения, являющегося важнейшим драйвером роста экономики страны.

**WAYS TO REDUCE THE DEPENDENCE OF LIGHT INDUSTRY ON IMPORTS**

**B. A.Huseynzadeh**

[bunjad.93@bk.ru](mailto:bunjad.93@bk.ru)

**F.A.Isgandarov**

[ferman.isgenderov@bk.ru](mailto:ferman.isgenderov@bk.ru)

**Azerbaijan Technology University**

In recent years, against the background of the weakening of the national currency and the restriction of sanctions on foreign trade, the technological dependence of the country's industry on imports has decreased. This decline occurred against the backdrop of lower demand in the economy and a predominant decline in production in industries previously characterized by increased dependence on imports. Nevertheless, in the last few years, in the presence of severe foreign trade restrictions, industrial production clearly stands out, where considerable success has been achieved in the implementation of import substitution, which is the most important driver of growth in the country's economy.



