

İQTİSADI ARAŞDIRMALAR

№ 2

«İqtisadi araşdırmalar» jurnalı, (İAJ) 2017-ci ildə Azərbaycan Respublikası Ədliyyə Nazirliyi tərəfindən 4124 qeydiyyat nömrəsi ilə dövlət reyestrinə alınmış beynəlxalq elmi jurnaldı.

«İqtisadi araşdırmalar» jurnalı, mərkəzi Fransanın Paris şəhərində yerləşən dövrü nəşrlər üçün nəzərdə tutulan Beynəlxalq Standart Seriya Nömrəsi (International Standard Serial Number) təşkilatından qeydiyyatdan keçmişdir (ISSN 2522-9451).

"Elm və təhsil"
Bakı – 2017

REDAKSİYA HEYƏTİ: akademik İsa Həbibbəyli, AMEA-nın müxbir üzvü Əli Nuriyev, iqtisad elmləri doktoru, professor Rasim Nəbiyev, iqtisad elmləri doktoru, professor İsa Alıyev, iqtisad elmləri doktoru, professor Yaşar Kəlbəliyev, iqtisad elmləri doktoru, professor Tərbiz Əliyev, iqtisad elmləri doktoru, professor Yadulla Həsənlı, iqtisad elmləri doktoru, professor İbad Abbasov, iqtisad elmləri doktoru, professor Vilayət Vəliyev, professor İsmayıl Tathıoğlu (Türkiyə),

Buraxılışa məsul: AMEA-nın müxbir üzvü, Əli Nuriyev
İqtisadi araşdırmalar. Bakı, 2017, № 2 (dekabr).

ISSN 2522-9451

© "Elm və təhsil" nəşriyyatı, 2017

www.iqtisadiarasdirmalar.com

İQTİSADİYYAT

SAHİB ƏLİYEV
iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru
FAMİL ƏHMƏDOV
iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru
Təsərrüfatının İqtisadiyyatı
Elmi Tədqiqat İnstitutu "Aqrar
Sahədə integrasiya və kooperasiyanın
inkışafı" şöbəsi
famil.axmedov.81@mail.ru

AQRAR SAHƏDƏ SƏMƏRƏLİ KOOPERASYANIN TƏŞKİLİ İMKANLARI

Acar sözlər: Kooperasiya, Kooperativ, İstehsal kooperativi, istehlak kooperativi. Pilot təsərrüfat.

Ключевые слова: кооперация, кооператив, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, пилотные хозяйства

Key words: Cooperation, Cooperative, Production cooperative, Consumption cooperative, Pilote enterprise

Aqrar sahənin əsas vəzifəsi ölkə əhalisinin ərzaq məhsullarına olan tələbatının yerli istehsal hesabına ödənilməsi kimi səciyyələndirilir. Qəbul olunmuş Dövlət Proqramlarında da bu ana xətti təşkil edir. İqtisadiyyatı inkışaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, kənd təsərrüfatında istehsalın maksimum səmərəliliyinin əldə olunması üçün iri təsərrüfatların təşkili vacibdir. Torpaq islahatlarından sonra iri təsərrüfatların yerində kiçik həcmli pay torpaq sahibləri yarandı. Torpaq islahatından sonra yaranmış kiçik pay torpaq sahiblərinin bir hissəsi öz torpaq payını satmış, başqa bir hissəsi istehsalla məşğuldur. Pay torpağı almış elə bir qrup mövcuddur ki, onlar həmin torpaqla nə edəcəyini bilmir, ona son ümid yeri kimi baxır. Pay torpağını satmaq isəməyən və səmərəli istehsalı təşkil edə bilməyən bu qrup pay torpaq sahibləri kooperasiyanın təşkili üçün əsas maraqlı olan mülkiyyət sahibləridir. Eləcə də kiçik pay torpaqları sahiblərinin səmərəsiz istehsalı təmərgüzləşmənin zəruriyyətini bir daha ortaya qoyur. Təmərgüzləşmənin səmərəli təşkilat forması kimi kooperativlərin təşkilinin iqtisadi və təşkilatı mexanizminin təklif edilməsi qarşıya məqsəd kimi qoyulmuşdur. Son illər

kooperasiyaya ayrılan diqqətin kompleks aparılması, istər bu sahədə Qanunun və dövlət Proqramının qəbul olunması, istərsə də verilən son fərman və sərəncamlar bu sahədə tədqiqatların aparılması zərurətini təsdiqləyir.

“Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsində” 2.3.-cü prioritet kimi “Kənd təsərrüfatında fermer tərəfdaşlığının formalaşdırılması və kooperasiyanın inkişafı” nəzərdə tutulur. Bu aqrar sahədə kooperasiyanın inkişaf etdirilməsinin zərurətinin və dövlətin bu sahədəki marağının ifadəsidir. Həmin proqramda 2017-2022-ci illərdə görülməsi nəzərdə tutulan tədbirlər nəticəsində bu sahənin dinamik inkişafına nail olmaq planlaşdırılır.

Respublikamızda hələ də əksəriyyət təşkil edən kiçik təsərrüfatların könüllülük prinsipi əsasında iri təsərrüfatlarda birləşməsi həmin təsərrüfat sahiblərinin gəlirlərinin daha da artmasına və eləcə də ərzaq təhlükəsizliyinin dayanıqlı təminatına əsas verəcəkdir.

Keçən əsrin sonlarına doğru aparılan torpaq islahatı keçmiş idarəçilik sistemində iri təsərrüfatların parçalanmasına və 1208737 sayda kiçik təsərrüfatın yaranmasına səbəb oldu. İri həcmli istehsal subyektlərinin yerində kiçik təsərrüfatlar yaranması bir çox problemlərin də paralel olaraq yaranmasına gətirib çıxardı. Xaotik istehsal strukturunun formalaşması bir çox sahələrdə tənəzzülə səbəb oldu.

Lakin ərzaq istehsalının əsaslı şəkildə artırılması və ölkə əhalisinin zəruri ərzaq məhsulları ilə yetərli formada təmin olunması üçün bu aqrar sahədə müasir texnologiyaların tətbiqinə və buna dair daha geniş tədqiqat işlərinin aparılmasına ehtiyac yaranmışdır. Bu təsərrüfat formalarının birgə istehsal təşkil edərək kooperativlərdə birləşərək iri müəssisələr halında fəaliyyət göstərməsi qarşıya məqsəd kimi qoyulmuşdur. 2016-cı il 14 iyunda “**Kənd təsərrüfatı kooperasiyası**” haqqında Qanunun qəbul olunması bu sahəyə ayrılan diqqətin bariz nümunəsidir. Bu yaxınlarda Qanunun icrasını təmin etmək məqsədilə 14 iyul 2017-ci il 3099 nömrəli sərəncamla “**Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı kooperasiyasının inkişafına dair 2017-2022-ci illər üçün Dövlət Proqramı**” qəbul edilmişdir.

Müasir dövrdə Azərbaycan Respublikasında aqrar sahədə inkişafın daha yüksək səviyyəyə çatdırılması üçün kooperasiyanın bütün imkanları və üstünlüklərindən istifadə olunmalı və müvafiq olaraq, respublikamızda kooperativ münasibətlərinin inkişaf etdirilməsi məqsədilə fundamental elmi tədqiqatların aparılması, kooperativlərə aid ideya və təşəbbüslərin, kooperativ təsərrüfatçılıq formalarının təbliği və populyarlaşdırılması və s. təmin olunmalıdır. Hesab edirik ki, kooperativ dəyərlər və prinsiplərin təbliğat mexanizmi məhz bu baxımdan qurulmalıdır.

Beynəlxalq təcrübədə kooperativlərin müsbət cəhətlərindən biri də bu təşkilatlarda öz kooperatorları və onların ailə üzvlərinə yeni biliklər əldə

etmələri üçün də xüsusi şərait yaradılması sayılır. Adətən kooperativ üzvləri ümumi vəsaitlərdən istifadə edərək istehsal həcmi genişləndirməklə yanaşı bilik və bacarıqlarının artırılmasına nail olurlar. Bu proses xüsusən kənd yerlərində öz müsbət təsirini göstərə bilər, çünki yeni elmi və texnoloji məlumatlar Azərbaycan şəraitində aqrar məntəqələrə məhz şəhərlər, xüsusən də paytaxt vasitəsilə çatdırılır və beləliklə, kənd və şəhər arasında sosial inkişaf, insan inkişafı potensialı tədricən yaxınlaşmağa və bərabərləşməyə doğru meyil edir.

Ümummillə lider Heydər Əliyev iqtisadiyyatın bütün sahələri ilə yanaşı kooperativ sektorun inkişafına da xüsusi önəm vermiş və bu sahənin ən vacib qurumlardan biri olduğunu xüsusi vurğulamışdır. Torpaq islahatından sonra bu sahədə qanunvericilik bazasının yaradılmasına təşəbbüs göstərmiş və buna nail olmuşdur.

Kooperasiya haqqında Qanunun və Dövlət Proqramının qəbulundan sonra əməli işlərə start verilmişdir. Nəzərdə tutulan tədbirlər aqrar sahədə kooperasiyanın inkişafına və bunula da bütövlükdə kənd təsərrüfatının inkişafına hesablanmışdır. Kiçik təsərrüfatların təravləndirilməsi hesabına istehsal həcmi genişləndirilməsi və buna müvafiq olaraq məhsuldarlığın artırılması qarşıya əsas hədəf kimi qoyulmuşdur. Yerlərdə kiçik həcmli təsərrüfatlar arasında kooperasiyanın təbliği nəzərdə tutulan tədbirlər sırasındadır. Nəzərə alsaq ki, əhali arasında kooperasiyaya dair bilgilər kifayət qədər deyildir, bu işin elə də asan başa gələcəyi mümkün görünmür. Heç də ürəkaçan olmayan kooperasiyalaşma tarixi bunu biraz da çətinləşdirir. Kiçik təsərrüfatlarda səmərəsiz istehsal mexanizmlərini diqqətlə təhlil etdikdə bunun səbəbinin bütün aqrotexniki tədbirlərin düzgün və vaxtında həyata keçirilməməsini əsas səbəb kimi görmək mümkündür. Əslində kiçik təsərrüfat sahibinin bu tədbirləri həyata keçirmək imkanları da məhduddur.

Xüsusən ağır vəsait qoyuluşu tələb edən torpaq işləmələri və infrastruktur xərcləri onların imkanları xaricindədir. Bu imkanların bir hissəsinin dövlət tərəfindən aparılması onların potensial kooperatorlara çevirə bilər. Kiçik istehsalçı əmin olsa ki, birgə istehsal zamanı daha artıq məhsul istehsalına və beləliklə də daha artıq gəlirə sahib olacaqdır, onda kooperativlərdə birləşərək birgə istehsalla məşğul ola bilər. Bu zaman daha böyük maliyyə imkanlarına malik olmaqla yanaşı həm də marketinq məsələlərinin həllinə daha asan nail olacaqdır. Əsas və dövrüyyə fondlarının yetərsizliyi də aradan qalxmış olacaqdır.

Kooperasiyanın bu üstünlüklərini yerlərdə kiçik təsərrüfat sahiblərinə çatdırılması Proqramda bir vəzifə kimi qarşıya qoyulmuşdur.

Ölkə prezidenti cənab İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə respublikamızda həyata keçirilən aqrar siyasətin əsasında əhalinin kənd təsərrüfatı məhsul-

larına olan tələbatının yerli istehsal hesabına ödənilməsi, ixrac potensialının artırılması, aqrar sahənin inkişafı ilə yerlərdə əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi dayanır. Bu məqsədlə yerlərdə müasir aqroparkların, iri fermer təsərrüfatlarının, xüsusilə kooperativlərin yaradılması mühüm önəm daşıyır. Füzuli rayonunun işğaldan azad olunmuş hissəsində ölkə başçısının tapşırığı və tövsiyyələrinə uyğun olaraq torpaqlardan daha da səmərəli və məqsədyönlü istifadə olunması istiqamətində ciddi addımlar atılır. Belə ki, rayon ərazisində əvvəllər parakəndə və kortəbii şəkildə istifadə olunan ərazidə ötən il hər biri 1000 ha olmaqla 4 böyük taxılçılıq təsərrüfatı yaradılmış, 2700 ha ərazi isə Nazirlər Kabinetinin qərarı ilə təyinatı dəyişdirilərək müxtəlif növ kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və ətlik və südlük istiqamətli heyvandarlıq kompleksi yaradılması üçün Aqroparkın istifadəsinə verilmişdir. Hal-hazırda rayonda kənd təsərrüfatı kooperasiyalarının yaradılması istiqamətində işlərə başlanılmışdır.

Aqrar sahədə kooperasiyanın kiçik təsərrüfatlara nisbətən daha uğurlu bir seçim olduğunu əyani şəkildə göstərmək üçün bir neçə **pilot kooperativin** təşkil edilməsi məqsədəuyğundur. Bu məqsədlə respublika üzrə ən az 3 pilot kooperativ yaradıla bilər. Kooperasiya sahəsində aparılan tədqiqatlar zamanı yaradılacaq pilot kooperativlər üçün bir neçə münasib ərazi müşahidə etdik. Bu ərazilər Kurdəmir, Ucar və Şəki rayonlarında yerləşir. Ərazinin kooperativə münasib olması onunla səciyyəli ki, bir yerdə 300-500 ha ərazilərdir və müxtəlif pay torpaq sahiblərinə məxsusdur. Hər üç ərazi hal hazırda əkilir və müxtəlif səbəblərdən əkin dövriyyəsiindən çıxmışdır. Əgər həmin ərazilərin əkin dövriyyəsinə qaytarılması dövlət tərəfindən həyata keçirilərsə o torpaq sahibləri həmin ərazidə kooperativin yaradılmasına razılıq verərlər. Çünki, həmin sahələr hal-hazırda əkinə yararlı deyil və onların sahiblərinin onu əkin dövriyyəsinə qaytarmağa vəsaiti və marağı yoxdur.

Pilot kooperativlərin təşkili və idarəetməsinə nəzarət ilkin olaraq Kənd Təsərrüfatında Kooperasiya Agentliyinə verilməlidir. Ən azı 3 ildən sonra kooperativ müstəqil fəaliyyət göstərə bilər. Bu kooperativlərin təşkili üçün işçi qrup təşkil edilməlidir. İşçi qrupda aqrar sahənin mütəxəssislərindən (aqranom, iqtisadçı, və s.) başqa meliorasiya, eroziya və tikinti mütəxəssisləri təmsil olunmalıdırlar. İşçi qrupa təşkil ediləcək kooperativin yerləşdiyi ərazinin yerli özünü idarəetmə orqanlarının işçilərindən də cəlb etmək lazımdır.

İşçi qrup pilot kooperativin yaradılması üçün müşahidə edilən torpaq sahəsini müəyyənləşdirir. Həmin sahə 300 hektardan az olmamaqla əsasən əkin dövriyyəsiindən çıxmış torpaqlar olmalıdır. Əks halda torpaq sahibləri kooperativin yaradılmasına mane ola bilərlər. Ərazi müəyyənləşdikdən sonra yerli özünü idarəetmə orqanları vasitəsilə həmin ərazidə yerləşən payçılara maarifləndirmə işi aparılmaqla kooperativin yaradılması niyyəti haqqında

bilgi verilməkdir. Dövlətin bu işdə maraqları haqqında məlumat verməklə hal-hazırda istifadə olunmayan əkinə yararsız torpaqların kooperativin yaranmasına ümumi niyyətin olduğu halda dövlət vəsaiti hesabına əkin dövrüyyəsinə qaytarılacağı müzakirə olunmalıdır. Həmin ərazidəki pay torpaqları sahibləri hal-hazırda heç bir gəlir götürmədiyi ərazisini ən azından dövlət vəsaiti hesabına əkin dövrüyyəsinə qaytarılmasına razılıq verəcəkdir. Şifahi razılıq əldə olunduqdan sonra notarial niyyət protokolları imzalanmalı və yalnız bütün payçıların razılığı alındıqdan sonra ərazinin əkin sahəsinə çevrilməsinin smetası hazırlanmalıdır.

Pilot təsərrüfatlara innovativ aqrotexnikaların təşkili yüksək güzəştlərlə, müasir suvarma sistemləri isə dəyəri dövlət tərəfindən ödənməklə təmin edilməlidir. Bundan başqa aqrar sahədə sığortanın maksimum risklər üzrə sığorta ödəmələri sınaq dövrü üçün dövlət tərəfindən əvəzsiz olaraq ödənilməlidir. Bitkiçilik sahəsində əldə edilən uğur heyvandarlıqda da pilot kooperativlərin yaradılması üçün bazis ola bilər.

İstehsalata elmi yanaşma və müasir kənd təsərrüfatı texnikaları ilə bütün aqrotexniki tədbirlərin həyata keçirilməsi nəticəsində kooperativlərdə yüksək məhsuldarlıq və buna uyğun olaraq yaxşı gəlir əldə ediləcəkdir ki, bu da həmin bölgədə digər iri kooperativlərin yaradılmasına stimül olacaqdır. Pilot kooperativlərdə iki uğurlu kənd təsərrüfatı ilinin başa çatdırılması kooperasiya haqqında əsil həqiqətlərin potensial kooperativ üzvünə çatdırılmasına əyani isbatı olacaqdır.

“Pilot kooperativ” layihəsi bu sahədə uğurun başlanğıcı olacaqdır. Əhali arasında bu sahədə kifayət qədər məlumatın olmamasını nəzərə alsaq pilot təsərrüfatların təşkili həm də informasiya təbliğat məsələləri üçün əyani vəsait olacaqdır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Kənd təsərrüfatı kooperasiyası haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 18 iyul 2016-cı il.
2. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”
3. Bəyalı Ataşov. “Aqrar sahədə struktur və səmərəlilik problemləri” (nəzəriyyə və praktika). “Kooperasiya” nəşriyyatı, Bakı-2017. səh 536.
4. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. “2015-ci il kənd təsərrüfatı siyahıyaalınması” (məcmu məlumatlar) Bakı-2016.

**S.Aliyev,
F.Ahmadov**

**The prospects of arrangements of effective
cooperation in agrarian sector
Summary**

The current state of cooperation in agrarian sector is investigated and development perspectives is given. Mechanisms have been provided for effective co-operative and agricultural co-operative arrangements for the efficient organization of the production.

Based on the research in this area the advantages of cooperatives have been reflected.

**С.Алиев,
Ф.Ахмедов**

**Возможности организации рациональной кооперации
в аграрном секторе
Резюме**

В Республике, исследуя существующее положение кооперации в аграрном секторе, были показаны перспективы их развития.

Для еще более рациональной организации производства, были даны механизмы организации кооперации и организации сельскохозяйственных кооперативов. Основываясь на исследования в этой отрасли, нашли свое отражение высшие стороны кооперативов.

**Rəyçi: Namik Şalbuzov
 iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru**

FARIDA HUSEYNOVA

Doctor of Philosophie

Azerbaijan State Oil and Industry University

farida_hus@hotmail.com

CREATING EQUAL EMPLOYMENT OPPORTUNITIES WITHIN ORGANIZATIONS

Açar sözlər: münasibət, məqsəd, təşkilat, dəyərlər, idarəetmə, əlaqə, anlaşıma.

Key words: attitude, aim, organization, values, management, communication, understanding.

Ключевые слова: отношение, цель, организация, ценности, управление, контакт, сделка.

Abstract: In the paper we tried to observe attitude -behavior relationship of employees at the different workplaces in our country. By our analyses we found out that from many different perspectives, positive attitude -behavior relationship tends to make work mentally challenging and increases employee productivity. Most employees experience pleasure and satisfaction of the job, especially when it complies with their expectations. And it is especially very important to build good atmosphere within organization as there are employees who have the need for social interaction.

Therefore we think it's inevitable to create a successful attitude -behavior relationship climate within all the organizations of our country.

Introduction

Regardless of the environment you are, you are likely to be dealing with people who come from various national, religious, and ethnic beliefs, backgrounds, and also personality traits, perceptions, values, and attitudes.

Our aim is to deal with the acknowledging, understanding, accepting, valuing the differences among people, at the same time creating equal employment opportunities. It is necessary to build good attitude-behavior relationship within those environments as it determines a success and employee loyalty. Effectiveness of it actually depends on individual's general attitude toward the job. The main task now to have an employee with high level positive attitudes toward the job which will bring to high level of job satisfaction.

Sometimes we observe people, situations and develop our explanations by our attitudes which are influenced also by our judgments. Past experiences, habits and emotions affect their judgments greatly and it is attributed to a given behavior. But how to manage the employee's emotions

stresses or pressures with the help of attitude? Attitudes do influence behavior. In most cases it is leader's responsibility to eliminate stress and create group cohesion. And it should be examined more discreetly from the employee. How an organization's leader contributes to group effectiveness by creating good attitudes. Is that support deals with a positive impact on individual performance, group performance for creating good attitude - behavior relationship within organization?

But people in different countries have various ways to interpret events, they have different habits and ways of relating to one another, f ex. in Japan employment tend to be for lifetime, while Azerbaijanis expect to change their companies number of times for their needs. Americans believe if one puts hard work ahead of pleasure, success will follow, Azerbaijanis strongly believe on their fate.

And it helps us in finding significant relationships between attitude and behavior in our organizations. But still there are discrepancies between attitude and behavior.

You may find yourself trying to bridge differences in languages as you exchange business messages with co-workers, customers, suppliers, investors, and competitors from other cultures. Basic language barriers in a good attitude -behavior relationship often prevents employees from understanding each other, and the potential for problems goes beyond it. With our verbal language we are constantly communicating our real feelings in our silent language- the language of behavior. (Edward T. Hall "The silent Language" Doubleday & Company, INC., Garden City, New York 1959)

In many cases, these connections are critical to success when conducting business in our country. There are a number of difficulties in approaches to understanding the language differences. The ideal way to bridge the language gap is to speak the language of a native people, instead of making hundreds of people speak English. However, it is a problem for business owners to learn and speak local language. It is easier for them to hire employees with a fluent English and the people with an experience and more knowledge can stay apart. "Unless a company has employees who already speaks English, however, there is not sufficient time for investors to learn a new language before coming to the country. Azerbaijanis, as they are very flexible people treat guests with more respects and try to speak their language.

The workforce is well educated here and the labor costs are highly competitive. This alone is a pretty good reason for us that businesspeople are cognizant in international systems and situations. But sometimes business owners have varying degrees of sensitivity to social issues, violating the human rights of the citizens.

And it is obvious that the communication varies from country to country too, but communication skills in creating good attitude-behavior relationship are vital both for employers and employees, because every member of an organization is a link in the information chain. Some businesspeople try finding solutions to their communication problems differently. Businesspeople must choose an ever-expanding list of communication tools to remain competitive, because such cultural differences and the misunderstanding can affect productivity, and job satisfaction. Therefore, the more that we understand the various environments influencing our organizations, the greater the likelihood that we will make better decisions for maintaining environmental adaptiveness or restoring our systems should be thrown off balance.

There are also other differences, such as personal values can be more subtle and more difficult to perceive.

Business leaders deals unscrupulously with employees or customers, for example, it is evident that he or she should have a strong internalized value system. In most cases it is difficult to justify a clearly illegal practice as being ethical. The religion here is Islam and this religion concerns for social justice. Islam is critical of those who earn profit through the exploitation of others. Doing a business in different cultures requires adaptation to conform to the value systems and norms of that culture. Adaptation can embrace all aspects of an international firm's operations in a foreign country. The way in which deals are negotiated, the structure of the organization, the tenor of relations between management and labor and so on, are all sensitive issues and it emerges due to lack of practice in certain environments.

As a result when we observe people, we attempt to develop explanations of why they behave in certain ways?

Facing different types of problems the employees are continuously searching the new job places, promotions and higher salaries in other companies, in response to specific problems brain –drains take place in our organizations. People's behavior is significantly influenced by the person's internal state.

Our investigation assesses the reliability and validity of the measures used and it certainly discusses the results that came out from our analysis which says why it is necessary to build good atmosphere for good perspectives.

Managers and employees are responsible to cope with problems and create model of behavior according to;

The belief that greater understanding leads to more difficult situations when you usually find yourself trying to bridge differences among cultures.

It happens when you exchange business messages with co-workers, customers, suppliers, investors, and competitors from different cultures and it happens because of complicated cultural differences as belief, art, morals, custom, language, is building relationships with key constituents (e.g., customers, government agencies, distributors, suppliers). Sometimes these connections are critical to success when conducting business in Azerbaijan, because of public understanding.

To avoid problems stemming solely from misinterpretation when coming across people from different culture and society it is necessary to promote harmonious work environment and cultural synergy between people from different cultures which improves productivity and efficiency. Sometimes costly mistakes are made when firms cannot create good attitude -behavior relationship by understanding the cultural characteristics of the people. The company must be viewed as a family, loyalty are expected from employees.

Therefore spreading of multiculturalism and collaborations are necessary for productivity of employees as public opinion is likely more supportive basis for some areas of understanding. It is important to make people be open to learning about culture and develop a sincere interest in learning about others.

People have to become capable of working with people of different cultures, but values differ across cultures when you are trying to understand the behavior of people. Employee attitude -behavior relationship is unpredictable, and it is likely to be off-target when they are applied to all employees of organizations. Personal identity and cultural identity might be founded on the sense of belonging and socializing to an environment with certain characteristics. Hall and Trager developed a theory (Dimensions of culture –Hall-The major Triad) where culture has three levels; a. formal, b. informal, c. technical which affects individual's behavior. All three modes are always present, but one dominates.

But how can all three modes exist for building good attitude-behavior relationship within the organizations? Formal communication cannot bring to close relationship, and informal communication can be purpose for misunderstanding. The common response in all societies to other cultures is to judge them in terms of the values and customs of their own familiar culture.

Conclusion

How would you make sure employees overcome barriers so that they can communicate effectively and work efficiently by building good attitude-behavior relationship.?

A country's workforce reflects its cultural diversity, the degree to which the population is made up of people from various national, ethnic, and religious backgrounds. Employees are trained systematically in solving unusual workplace problems. This is likely to make the employees more aware of such differences, but they may not be fully equipped to address these differences. And what about employers?

What steps should be taken to foster a productive and satisfying work environment?

We already know that an international orientation is important, but this seems to be giving way to a search for human resources in the new economy. But sometimes rationalization occur by the commercial artists and the explanation sounds more like than a defense. They face language and cultural barriers as you communicate with members of an increasingly diverse domestic workforce. Given this assumption, management's responsibility would be to maintain a status quo condition, but not ethnocentrism. And this assumption raises a critical question -- do the management theories and practices that we learned in Western textbooks have relevance to organizations in other countries? This is a particularly important question since an increasing number of our organizations are becoming multinational. It is also important from a career perspective since many of these companies require an overseas assignment as part of the training for an executive position. The question before you now is quite simple, even if the response is not, "How would you manage in a foreign country?"

Managerial effectiveness at various levels of an organization, would largely depend upon knowing the host particular characteristics of the host culture. By taking cultural characteristics into effect, the system (regardless of the level of analysis) will probably operate much more smoothly than it might otherwise if we did not consider the host country's preferred mode of behavior.

References:

1. G. Hofstede. Cultural Diversity Thinker.
<https://www.bl.uk/people/geert-hofstede>
2. Edward T. Hall. Dimensions of culture –
<https://culturnicity.files.wordpress.com/>
3. Edward T. Hall “The silent Language” Doubleday & Company, INC., Garden City, New York 1959

4. Smircich, L and M.B Calas. 1987. "Organizational Culture. A Critical Assessment". Handbook of Organizational Communication. Beverly Hills, CA, Sage, pp 228-263
5. Stephen P. Robbins. 2000. Essentials of Organizational Behavior. San Diego State University, New Jersey, Prentice Hall.
6. Dr. Cihan Bulut, The Department of International Economic Relations Gafgaz University. Journal of Caucasian Studies. Fall 2004, number1, p 20-25).

F.Huseynova

Təşkilatlarda bərabər iş şəraitinin yaradılması

Xülasə

Bu məqalədə ölkəmizin müxtəlif iş yerlərində işçilərin davranış münasibətlərini müşahidə etməyə çalışmışıq. Müşahidə və analizlərimizə əsasən biz çox müxtəlif perspektivlərdən müsbət münasibət - davranış münasibətlərindən bəhs etməyə çalışmışıq.

Bir çox təşkilatların əməkdaşları, iş yerlərində işçilərin arasındakı münasibətlərin gözləntilərinə uyğun olduğunu gördükdə, işin məmnuniyyətini yaşayır. yaxşı qarşılıqlı əlaqə qurmaq niyyətində olduğunun vacibliyini hiss edirlər. Bu səbəbdən bütün təşkilatlarda müvəffəqiyyətli pozitiv-davranış münasibəti yaratmaq qaçılmazdır.

Ф.Гусейнова

Создание равных возможностей для трудоустройства в организациях

Резюме

В этой статье мы обсуждаем свои наблюдения в отношении сотрудников в организациях. По нашему анализу мы имеем много разных точек зрения о позитивных отношениях сотрудников.

Большинство сотрудников испытывают удовольствие и удовлетворение от позитивных отношений среди работников, особенно когда оно соответствует их ожиданиям. И поэтому необходимо создать хорошую атмосферу в коллективе.

Rəyçi:

Lalə Zeynalova

İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

VƏLİ RZAYEV
iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru
Azərbaycan Kənd Təsərrüfatının
İqtisadiyyatı Elmi-Tədqiqat İnstitu
vali@mail.ru

NƏQLİYYAT SİSTEMİNİN AQRAR SAHƏNİN İNKİŞAFINDA ROLU VƏ ONUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI

Açar sözlər: aqrar sahə, xidmət sahələri, torpaq, beynəlxalq dəhlizlər, səmərəli istifadə, kənd təsərrüfatı, ixtisaslaşma, məhsulların istehsalı, torpaq mülkiyyətçisi, istehsalın rentabelliği, rəqabətə davamlı, ixrac yönümlü, ərzaq təhlükəsizliyi.

Ключевые слова: аграрный сектор, сферы услуг, земля, международный коридоры, эффективное использование, сельское хозяйство, специализация, производство продукции, землевладелец, рентабельность производства, конкурентоспособный, ориентированная на экспорт, продовольственная безопасность.

Key words: the agricultural sector, service areas, land, international corridor, efficient use, agriculture, specialization, production of goods, landowners, profitability of production, competitive, export-oriented, food security.

Giriş: Dünya bazarında neftin qiymətinin aşağı düşməsi ölkəyə valyuta gətirəcək sahələrin inkişaf etdirilməsi zərurətini bir daha gündəmə gətirmişdir. Aqrar sahənin ölkəmizin iqtisadiyyatında, xüsusilə də ixrac balansının formalaşmasında önəmli rol oynadığı özünü əvvəllər də təsdiq etmişdir. Ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi onun iqtisadiyyatının başlıca vəzifələrindən biridir. Aqrar sahənin inkişaf etdirilməsi, istehsalçının istehsala marağını artırmaq üçün mülkiyyət münasibətlərinin dəyişilməsi, dövlət tərəfindən bir sıra iqtisadi tədbirlərin görülməsi müsbət nəticələrini vermiş olsa da, bu inkişaf etmiş dövlətlərinin iqtisadi göstəriciləri ilə müqayisədə çox aşağıdır. Daha çox məhsul istehsal etməklə əhalinin və sənayenin müasir dövrə uyğun artmaqda olan tələbatını ödəmək başlıca vəzifə kimi qarşıda durur.

Əsas hissə: Ölkəmiz inkişaf səviyyəsinə, təbii-coğrafi mövqeyinə, iqlim şəraitinə görə demək olar ki, hər növ bitkilərin, meyvələrinin yetişdirilməsi mümkün olan regionun güclü aqrar-sənaye dövlətidir. Hələ keçmiş ittifaq dövründə də ölkəmiz kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı sahəsində bölgədə geniş imkanlara malik olsa da, lakin o zamanda aqrar sahənin inkişafında bir sıra problemlər mövcud idi. Belə ki, suvarma sisteminin, təchizat məsələlərinin, nəqliyyat xidmətinin, emal sahələrinin lazımı səviyyədə olmaması aqrar sahənin inkişafına öz mənfi təsirini göstərirdi. O

zaman dövlət mərkəzləşmiş qaydada bu sahələrin inkişafı üçün vəsait ayır-
sa da, lakin bu kifayət etməməklə yanaşı, bu vəsaitdən səmərəli istifadə
olunmurdu.

İsti iqlim şəraitinin təsiri altında olan ölkəmizin torpaq sahələrində
suvarma işlərini həyata keçirmədən məhsulların lazımı səviyyədə istehsalına
nail olmaq mümkün deyil. Lakin ölkəmizin coğrafi mövqeyinə görə su
ehtiyatları bölgələrdə lazımı miqdarda və tələbata uyğun paylanmamışdır.
Bitkiçilik məhsullarının inkişafı üçün münbit şərait olsa da, su ehtiyatlarının
azlığı, vegetasiya müddətində suyun lazımı miqdarda olmaması bu sahənin
inkişafına problemlər yaradır. Respublikamızın 8655,5 min hektar ümumi
torpaq sahəsinin 4534,6 min hektarını və ya 52,4%-ni kənd təsərrüfatına
yararlı torpaq sahələri təşkil edir. Ümumi ərazinin 1438,8 min hektarı və ya
16,6%-i, kənd təsərrüfatına yararlı torpaqların isə 1291,1 min hektarı və ya
28,5%-i suvarılan torpaqlardan ibarətdir. Ümumi torpaq sahələrinin 19,9%-
i, suvarılan torpaq sahələrinin 77,6%-i əkin sahələrindən ibarətdir. Əkin
sahələrinin isə 64,8%-i suvarılan torpaqlardan ibarətdir. Cəmi torpaq
sahələrinin 19,9%-ini əkin sahələri təşkil etsə də, texniki bitkilərin hamısı,
digər bitkilərin isə 85-90%-i suvarılan torpaqlarda əkilir. Bitkiçilik məhsul-
larının 90-95%-i suvarılan torpaq sahələrində yetişdirilir.

Cəmiyyət inkişaf etdikcə əhalinin sayının artması ilə yanaşı, onların tə-
ləbatları da dəyişir. Müasir dövrün inkişafına uyğun insanları ərzaqla, sənayeni
isə xammalla təmin etmək üçün kənd təsərrüfatında məhsul istehsalı kəmiyyətcə
artmalı, keyfiyyətcə isə müsbətə doğru dəyişilməlidir. Lakin digər sahələrdən
fərqli olaraq kənd təsərrüfatında əlverişsiz iqlim şəraitində istehsal olunacaq
məhsullar məhv olub sıradan çıxıb bilər. Bu da son nəticədə istehsalçının
həmin ildə çəkdiyi xərclərin nəticəsiz qalmasına səbəb olar.

Kənd təsərrüfatında torpaq olmadan məhsul istehsal etmək mümkün
deyil. Torpaqlar insan əməyi nəticəsində meydana gəlmədiyindən torpaq sa-
hələrinin məhdudluğu insanları məcbur edir ki, mövcud torpaqlardan səmərə-
li istifadə etməklə, onların korlanıb, dövriyyədən çıxmasının qarşısını al-
mış olsunlar. Əhalinin sayının sürətlə artması yeni yaşayış məskənlərinin
salınmasını zəruri edir. Torpaqların şorlaşması, bataqlıqların yaranması, döv-
lət əhəmiyyətli məsələlər üçün torpaqların başqa təyinatla istifadəsi də əkin
dövriyyəsinə torpaqların azalmasına gətirib çıxardır. Bu da öz növbəsində
torpaqların əkin dövriyyəsinə çıxmasına səbəb olur. Qlobal iqlim dəyi-
şiklikləri, ekoloji tarazlığının pozulması, istiləşmə prosesinin artması nəticə-
sində suvarma suyunun tədricən azalması da kənd təsərrüfatı məhsullarını
istehsalında əlavə problemlər yaradır. (1)

Aqrar sahədə məhsuldarlıq göstəricilərini yüksəltmək, daha çox bazar-
yönümlü, dünya bazarlarında rəqabət apara biləcək məhsul istehsal etmək,
idxal-ixrac balansını ixracın xeyrinə müsbətə doğru dəyişmək və ölkəyə

valyuta daxil olmasını artırmaq üçün kənd təsərrüfatına əsaslı vəsait qoyuluşunu təmin etmək, bu hesaba əhalinin maddi vəziyyətini yaxşılaşdırmaq dövlətin diqqətində olan əsas məsələdir. Əhalinin ərzaqla təhlükəsiz və davamlı təminatına nail olmaq kənd təsərrüfatının inkişafının əsas göstəricisidir. Hələ 2008-ci ildə ölkə Prezidentinin 25 avqust tarixli sərəncamı ilə “2008-2015-ci illərdə əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı”nın təsdiq edilməsi, kənd təsərrüfatının bəzi sahələrinin inkişafına dair bir sıra sərəncamların qəbul edilməsi dövlətimizin aqrar sahənin inkişafına olan diqqətidir. Bunun davamı olaraq əhalinin ərzaq məhsulları ilə təhlükəsiz təminatını daha da möhkəmləndirmək, xarici bazarlarda rəqabətə davam gətirə biləcək məhsulların istehsalı və emalı üçün əlverişli şərait yaratmaq məqsədi ilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 06 dekabr 2016-cı il tarixli 1138 sayılı Fərmanı ilə “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi” təsdiq edilmişdir. Strateji Yol Xəritəsində ölkəmizdə aqrar sahənin həm orta, həm də uzunmüddətli inkişafı üçün hədəflər müəyyən edilmişdir. Qarşıya qoyulan hədəflərə çatmağın əsas yollarından biri də mövcud torpaqlardan səmərəli istifadə etmək olduğu göstərilmişdir. Lakin məhsul istehsalını artırmaq, ixracönlü və dünya standartlarına cavab verən, xarici bazarlarda rəqabət apara biləcək məhsul istehsalı üçün torpaqlardan və digər istehsal fondlarından səmərəli istifadə kifayət etmir. İstehsalı artırmaq, lazımı miqdarda və keyfiyyətdə məhsul istehsal etmək məqsədi ilə kənd təsərrüfatında məhsul istehsalı üçün əsas istehsal fondları qədər zəruri olan xidmətdə sahələrin də müasir dövrün tələblərinə uyğun təşkil edilməsi çox vacib şərtlərdəndir. Çünki xidmətdə sahədə işlər düzgün qurulmasa keyfiyyətli məhsul istehsalı haqqında danışmağa belə dəyməz. (2)

Qeyd edilənlər o nəticəni çıxarmağa imkan verir ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının səmərəli istehsalına nail olmaq üçün nəinki torpaqlardan düzgün istifadə edilməlidir, eyni zamanda istehsala birbaşa təsiri olan xidmət sahələrinin də inkişafına nail olmaq lazımdır. İstehsal edilmiş məhsulun reallaşdırılması da önəmli şərtədir.

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, xidmətlərin təşkili müasir şəraitdə səmərəli fəaliyyət göstərən bazar iqtisadiyyatının formalaşmasından, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsindən, eləcə də dövlətin çevik tənzimlənmə siyasətinin həyata keçirilməsindən asılıdır. Dövlət iqtisadiyyatda sahibkarlığın, azad rəqabət mühitinin formalaşmasına yardım göstərdikdə iqtisadi inkişafın sürəti o zaman yüksək olur. Dövlət həm baş verən dəyişikliklərə çevik reaksiya göstərməklə iqtisadi inkişafın stimullaşdırılması, həm də sosial-iqtisadi proseslərin tənzimləyicisi funksiyasını yerinə yetirməlidir. Sahibkarlığın marağı ilə cəmiyyətin mənafeyi arasında yaranan ziddiyyətləri bazar təsərrüfatçılıq sisteminin daxili potensialının hərəkətə gətirməklə

aradan qaldırmaq mümkün olmadıqda dövlət bu prosesdə sahibkarlığın təminatçısı və ölkənin milli təhlükəsizliyinin qarantı kimi çıxış etməlidir.

Dövlət cəmiyyətdə baş verən sosial-iqtisadi proseslərin iştirakçısı olmaqla daxili və xarici bazarda xidmət təşkilatlarının və yerli əmtəə istehsalçılarının maraqlarının müdafiəçisi kimi çıxış etmişdir. Dövlətin iqtisadiyyatın sahə və ərazilərində baş verən proseslərə müdaxiləsinin aktualıq kəsb etməsi transformasiya böhranının revanş təhlükəsinin qalması, cəmiyyətdə sosial-iqtisadi dayanıqlığın yetərli olması ilə izah olunur.

İnkişaf etmiş ölkələrdə olduğu kimi dövlət bazarda birbaşa kənd təsərrüfatı məhsullarının alıcısı kimi çıxış edir, bazarın həcmi və strukturunu dəyişdirir, bazarın təşkilinə, onun xidmət infrastrukturunun formalaşmasına əlverişli şərait yaradır. Aqrar əmtəə istehsalçılarına maddi yardımın göstərilməsi, güzəştli şərtlərlə kreditlərin verilməsi, istehsalın qeyri-əlverişli şəraitdə aparılmasına görə müxtəlif dotasiyaların tətbiqi aqrar sahənin dövlət tənzimlənməsi mexanizminin mühüm tərkib hissəsi kimi özünü göstərir.

Aqrar sahədə istehsal olunan məhsulların satışının təşkilində əvvəlcə məhsulun qısa müddətə istehlakçıya çatdırılması zəruridir. Bu məqsədlə nəqliyyat xidmətindən səmərəli istifadə edilməlidir. Daşıma zamanı boş gedişlər aradan qaldırılmalı, məhsul istehlakçıya vaxtında çatdırılmalıdır. Azərbaycan Respublikasının əksər regionlarının Şərqi-Qərbi (İpək Yolu) və Şimal-Cənub nəqliyyat dəhlizləri ilə əhatə olunduğunu, nəqliyyatın başlıca vəzifəsinin cəmiyyətin daşımalarına olan tələbatının minimum məsrəflərlə, ən qısa zamanda və təhlükəsiz ödənilməsi olduğunu nəzərə alsaq, onda kənd təsərrüfatı məhsullarının istehlakçılara və müvafiq sənaye müəssisələrinə çatdırılmasında nəqliyyatın rolu aydın olar. Eyni zamanda, nəqliyyat dəhlizləri tranzit və beynəlxalq daşımalar üçün də əlverişli imkan yaradır ki, bu da aqrar sektorun inkişafında nəqliyyat sektorunun əhəmiyyətini daha da artırır. Təbii ki, belə bir şəraitdə, ən vacib məsələlərdən biri də iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrində, o cümlədən regional inkişafın və ərzaq təhlükəsizliyinin əsasını təşkil edən aqrar sahədə nəqliyyat dəhlizlərinin yaratdığı imkanlardan maksimum səmərəliliklə istifadənin təmin edilməsidir. Bölgələrdə yol və kommunikasiya infrastrukturunun yaradılmasına diqqət ayrılması nəqliyyat xidmətindən istifadənin səmərəliliyinin yüksəldilməsinə münbit şərait yaradır. Bütün bunlar aqrar sahənin dayanıqlı inkişafının təmin edilməsi, bu sahədə beynəlxalq nəqliyyat dəhlizlərinin yaratdığı imkanlardan səmərəli istifadə olunması və aqrar-sənaye kompleksinin inkişafında bu dəhlizlərin rolunun artırılması istiqamətində araşdırmalar aparılmasının, elmi cəhətdən əsaslandırılmış təklif və tövsiyələrin işlənilməsinin zəruri olduğu günün təxirəsalınmaz vəzifəsidir.

Nəticə: -məhsul tədarükü vaxtında aparılsa istehsalçıya və istehsala daha çox səmərə verir;

-nəqliyyatın boş gedişinin qarşısını almaq məqsədi ilə elektron tədarük məlumatlarından istifadə edilməsi məqsədəuyğun hesab edilsin;

-işin səmərəli təşkili məqsədi ilə daşımaçılar koordinasiyasının yaradılması məqsədəuyğun olar;-istər tədarük, istərsə də daşımaçılıq sahəsində alternativ qurumların olması bu sahədə qiymətin əsassız dəyişilməsinin və inhisarlaşmanın qarşısını almış olar

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 06 dekabr 2016-cı il tarixli 1138 sayılı Fərmanı ilə “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”.
2. İbrahimov İ. H. Aqrar sahənin iqtisadiyyatı. NBS “Printing Company” MMC. Bakı, 2016. 655 s.

В.Рзаев

Роль транспортной системы в развитии аграрного сектора и пути ее совершенствования

Резюме

Эффективное использование земель, превращение развития аграрного сектора в приоритетную отрасль государственной экономики, использование сферы обслуживания имеет значительную роль в обеспечении увеличивающейся потребности населения, промышленности, в изменении баланса импорта-экспорта страны в пользу экспорта.

Сфера обслуживания транспортной службой имеет особое значение. Развитие аграрного сектора создает условия обеспечения продовольственной безопасности страны, увеличения прибыли работников, занятых в этой сфере. С этой точки зрения, в статье нашли свое отражение факторы, обуславливающие позитивное влияние развития транспортной службы, являющейся одной из сфер обслуживания, на развитие аграрной сферы.

**The role of the transport system in the development of
the agricultural sector and ways to improve it
Summary**

Efficient use of land, the transformation of the development of the agrarian sector into a priority sector of the state economy, the use of the services sector has a significant role in ensuring the increasing demand of the population, industry, in changing the balance of the country's import-export in favor of exports. Among the services sectors, the transport service is of particular importance.

The development of the agricultural sector creates conditions for ensuring the country's food security, increasing the profits of workers engaged in this field. From this point of view, the factors that determine the positive impact of the development of the transport service, which is one of the services sectors, on the development of the agrarian sphere, are reflected in the article.

Rəyçi: Akif Vəliyev
İqtisad üzrə elmlər doktoru, dosent

NATİQ QURBANOV
Azərbaycan Dövlət Kənd Təsərrüfat Muzeyi
muzey1923@mail.ru

**XIX ƏSRİN II YARSINDA AZƏRBAYCANDA
KƏND TƏSƏRRÜFATININ BƏZİ SAHƏLƏRİ HAQQINDA
QISA MƏLUMAT**

Açar sözlər: Azərbaycan, kənd təsərrüfatı, iqtisadi inkişaf, quberniya
Ключевые слова: Азербайджан, сельское хозяйство, экономическое развитие, губернаторство.
Key words: Azerbaijan, agriculture, economic development, governorship

Tədim olunan məqalə Azərbaycanda kənd təsərrüfatının iqtisadi inkişafını tədqiq edən alimlərin araşdırması əsasında hazırlanmışdır. Burada XIX əsrin II yarısında Azərbaycanda kənd təsərrüfatının bəzi sahələrinin vəziyyəti haqqında qısa məlumatlar verilmişdir.

Rusiyada kapitalizmin inkişafı Azərbaycanın iqtisadiyyatına çox böyük təsir etdi. 1850 – 1860 – cı illərdə Azərbaycanda ipəkçilik, əkinçilik, texniki və taxıl bitkilərinin becərilməsi genişləndirildi. 1856 – cı ildə Bakı quberniyasında ümumi məhsul yığımı 2,5 dəfə artdı. Eyni zamanda maldarlıq da inkişaf edirdi. Kənd təsərrüfatında satlıq məhsul artdı.

Kapitalizm yavaş – yavaş Azərbaycanda iqtisadiyyatın ümumrusiya bazarı ilə əlaqədar olan sahələrinə (ipəkçilik, şərabçılıq, bağçılıq, üzümçülük, tütünçülük və başqa) daxil olmağa başladı. Kənd təsərrüfatının əsasən sahələri daha çox inkişaf etmişdi.

Dövlət sənaye xammalı istehsal edən firmalara pul yardımı edir, torpaq və tut bağları verirdi. Bu cəmiyyətlərin ixtiyarına minlərlə təhkimli kəndlilər – rəncbərlər verilirdi. Məsələn, “Qafqazda ipəkçiliyin yayılması üzrə fəaliyyət göstərən cəmiyyətə” 493 tut bağı və rəncbər verilmişdi.

Məlum olduğu kimi Rusiyada 1861 – ci ilə qədər təhkimçilik hüquqi hökm sürürdü. Mülkədar Rusiyada öz kəndlisini hətta satmaq hüququna malik idi. Bəs Azərbaycanda belə təhkimçilik hüququ var idimi ?

Azərbaycanda kəndli feodaldan iqtisadi cəhətdən asılı vəziyyətdə idi. Lakin Rusiyadan fərqli olaraq Azərbaycanda feodalın kəndlini satmaq hüququ yox idi. 14 may 1870 - ci ilin məlumatına görə kənd sakinlərinin yalnız 20 % - i şəxsi torpaq mülkiyyətinə malik idilər.

Bu dövrdə Azərbaycanda neft, filiz, balıq sənayesinin dəniz və dəmir yolu nəqliyyatının inkişafı kənd təsərrüfatının inkişafına da təkan verdi.

“Qafqaz kənd təsərrüfatı cəmiyyəti” təkmilləşmiş kənd təsərrüfatı alətlərinin yayılması, müxtəlif ölkələrdən gətirilmiş texniki bitkilərin

öyrənilməsi və tətbiqinə çalışırdı. Cəmiyyət “Elmi qeydlər” nəşr edirdi ki, burada onlar aqronomik bilikləri geniş kütlə arasında yayırdılar. 1851 – ci ildə “Toxum deposu” cəmiyyəti yarandı. Bu cəmiyyət isə kənd təsərrüfatı bitkilərinin ən yaxşı növlərinin toxumlarının yayılması ilə məşğul idi.

XIX əsrin ikinci yarısında Azərbaycanda təhkimçilik hüquqlarının ləğv edilməsi ilə əlaqədar olaraq sənaye və kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı genişlənirdi.

Bu dövüdə Azərbaycanda pambıq əkin sahələri genişləndirilmiş, pambıqçılığın inkişafı ilə əlaqədar pambıq emalı sənayesi yaranmış, ölkədə pambıqtəmizləmə işi meydana çıxmışdı. Artıq XIX əsrin sonlarında Azərbaycanda 40 – dan artıq, XX əsrin əvvəllərində, xüsusilə 1912– ci ildə isə 150 – yə qədər pambıqtəmizləmə zavodu fəaliyyət göstərirdi.

Quba qəzası XIX əsrin 80 – ci illərində nəinki Azərbaycanda, hətta Zaqafqaziyada meyvəçiliyin və meyvə ticarətinin mərkəzinə çevrilmişdi. Bu dövüdə Azərbaycanda olan 47 min desyatin meyvə bağından 8,2 min desyatini ancaq Quba qəzasının payına düşürdü. Qəzanın 168 kəndi meyvəçiliklə məşğul olurdu. Meyvə bağlarından hər il Həştərxana və Nijni – Novqoroda 12 min pud qurudulmuş armud (qax), 80 min puda qədər qurudulmuş alma, 30 minə puda qədər qoz və 12 min puda qədər turşu ixrac edilirdi.

XIX əsrin 60 – cı illərində Yelizavetpol quberniyasında istehsal olunan meyvənin miqdarı 1200 min puda çatmışdı. Əhali yerli bazarlarla yanaşı, Bakı, Tiflis, Odessa, Taqanroq, Rostov və başqa sənaye şəhərlərinə də meyvə satırdı. Bağçılığın inkişafına görə əsas yerlərdən birini Naxçıvan qəzasının Ordubad ərazisi tuturdu. Bunu 1866 – cı ilə olan məlumatdan da görmək olar. Belə ki, həmin ildə Ordubad bağlarından 2000 pud ərik, 1000 pud şaftalı, 1000 pud alma, 600 pud qoz, 500 pud armud və heyva, 30 pud alça və giləs, 250 pud gavalı, 80 pud albalı, 10 pud badam toplanmışdı.

XIX əsrin 2 – ci yarısında Azərbaycanda bağçılıq mal mübadiləsi formasını almışdı. Rəsmi məlumatlara görə 1882 – ci ildə Yelizavetpol quberniyası daxili bazarda 101.000 manatlıq meyvə və tərəvəz, bağ məhsulları satmışdı ki, bu da 1881 – ci ilə nisbətən 26000 manat çox idi.

Yelizavetpol quberniyasında 1884-90-cı illərdə bağçılıq məhsullarının xarici bazara satışı haqqında məlumat (pudla)

İllər	Meyvə	Qoz
1884	60921	-
1885	72997	95525
1886	125476	142216
1887	97870	87108
1888	50884	90305

1889	158120	125095
1890	94200	110089

Rusiya ilə birləşənə qədər Azərbaycanda kartof becərilirdi. XIX əsrin ikinci yarısından başlayaraq Azərbaycan kəndliləri kartof əkin sahələrini genişləndirdilər. Bundan başqa pomidor, kələm, uzunlifli pambıq və digər əvvəllər tanımayan bitkilər də becərilirdi. Bağbanlar meyvə ağaclarının yeni sortlarını yetişdirməyə başladılar. Arıçılıq da genişləndirildi .

1896 – cı ildə H.Z.Tağıyev tərəfindən Azərbaycanda ilk dəfə Mərdəkanda bağçılıq məktəbi açılır. Həmin məktəblərin tələbə ingentinin az olmasına baxmayaraq, bağçılığın aqrotexniki qaydada becərməsinə təkan verir. Həmin ildə Quba şəhərində ikinci bağçılıq məktəbi açıldı.

Statistik məlumatlara görə XIX əsrin 60 – ci illərinin sonunda Bakı quberniyasında 440906 baş, Yelizavetpol quberniyasında 345554 baş, 1899 – cu ildə isə Bakı quberniyasında 237588 baş, Yelizavetpol quberniyasında isə tam olmayan məlumata görə 366028 başa qədər qaramal olmuşdur.

XIX əsrin 60 – ci illərində Bakı quberniyasında 1445092 baş, Yelizavetpol quberniyasında isə 1150500 baş qoyun olmuşdu.

1862 – ci ildə ilk dəfə olaraq Zaqafqaziyadan, o cümlədən Azərbaycandan Marselə yun göndərilmişdir. Statistik məlumatlarda yunun sonrakı illərdə də göndərilməsi və hər il 80 min pud yun ixrac edilməsi qeyd edilir. XIX əsrin 90 – cı illərin əvvəllərində Zaqafqaziyadan 250 min pud yunun İngiltərə, Fransa, əsasən də Amerika Birləşmiş Ştatlarına göndərildiyi bildirilir.

Həmin əsrin 90 – cı illərində Bakı quberniyasında qoyunçuluq təsərrüfatı nəinki inkişaf etdi hətta xeyli tənəzzülə uğradı. 1894 – cü ildə Bakı quberniyasında 1016443 baş, qoyun olduğu göstərilir. Şübhəsiz bu geriləmənin bir sıra obyektiv səbəbləri var idi. Bunlardan ən əsası köçəri və yarımköçəri maldarlıqla məşğul olan əhalinin müəyyən qisminin tədricən oturaq həyata keçməsi idi.

XX əvvəllərində Azərbaycanda 150 – 200 min baş at qeydə alınmışdır.

XIX əsrin sonu və XX əsrin əvvəllərində Azərbaycanda Qarabağ, Qazax, Şirvan və Quba atları daha məşhur idi.

Qarabağ atının atçılığın tarixindəki böyük rolunu S.Urusov belə qiymətləndirir: “İngilis təmizqanlı atı Avropa atçılığında nə kimi rol oynamışsa, Qarabağ atı da Asiya atçılığının inkişafında eyni əhəmiyyət kəsb etmişdir ”.

Əsrlər boyu bəslənib – yetişdirilən Qarabağ atı XVIII – XIX əsrlərdə daha geniş ərazilərdə yayılmış, cinsi xeyli yaxşılaşdırılmış və özünün yüksək inkişaf mərhələsinə çatmışdır.

Rus – İran müharibələri dövründə kazak zabitlərinin Qarabağ atlarını Dona apardıqları xəbər verilir. Qarabağdan Don, Zadon və Kalmık düzlərinə bir əsrdən artıq “qızıl axın” o yerlərində atlarının yaxşılaşdırılmasına böyük

təsir göstərmişdir. Müasir Don atları görkəmi, yaraşığı və qızılı rəngdə olmalarına görə ilk növbədə Qarabağ atlarına bərlüdür.

Dəvəçilik də Azərbaycanda əhalinin məşğul olduğu bir təsərrüfat sahəsi idi. Bu sahə ilə əsasən Şirvan, Muğan, Mil, Qarabağ düzənliklərində yaşayan maldar əhali məşğul olurdu. Əgər 1868 – ci ildə Bakı quberniyasında 7390 baş dəvə var idisə, Yelizavetpol quberniyasında cəmi 1510 baş dəvə olmuşdur.

XIX əsrin 80-cı illərində Şamaxı qəzasında olan 4282 baş dəvə sahiblərinin əksəriyyəti çarvadarlıqla (at, öküz, dəvə, ulaq vasitəsilə ticarət edilməsi) məşğul olurdu.

İ.İ.Kaluqin özünün “Azərbaycanda heyvandarlığın hazırkı vəziyyətinin tədqiqi” kitabında, 1926-cı ildə respublikada 4500 dəvə olduğu haqqında məlumat verirdi ki, onların da çox hissəsi Şirvan bölgəsində idi.

Azərbaycanın kənd təsərrüfatı məhsullarının yüksək keyfiyyətli olmasını iştirak etdikləri sərgilərdə qazandıqları mükafatlar da təsdiq edir. 18 oktyabr 1860 – cı ildə Tiflisdə təşkil olunmuş sərgidə iştirak edən Azərbaycan müxtəlif medallarla təltif olunmuşdur. 1862 - ci ildə Londonda keçirilmiş beynəlxalq sərgidə Lənkəran qəzasının Şatur kənd sakini Nəsirqulu Nəsirulla oğlunun yetişdirdiyi buğda sortu tərifnaməyə layiq görülmüşdü. 1867 – ci ildə Paris şəhərində təşkil olunmuş sərgidə Azərbaycan ən yaxşı kənd təsərrüfatı məhsulları, o cümlədən taxıl nümunələri ilə çıxış etmişdir. 1882 – ci il ümumrusiya sərgisində şairə Xurşud Banu Natəvan noxud, lobya, küncüt ilə bərabər qurudulmuş zoğal, tut, nar, alça və s. kimi kənd təsərrüfatı məhsullarını da nümayiş etdirmişdi. Əbutalıbı əriyi 1898 – ci ildə Kaliforniyada təşkil edilmiş dünya meyvəçilik sərgisində birinci yerə layiq görülmüşdü.

Bağçılığın inkişafına eyni zamanda 1 noyabr 1896 – cı ildə Bakı quberniyasında təşkil olunmuş sərgi də təkan vermişdir.

1882 – ci ildə Moskva şəhərində təşkil olunmuş sərgidə Azərbaycan Lənkəran qəzasının kənd təsərrüfatı alətlərini nümayiş etdirmişdir. Bunların arasında bellər, dırmıq, yaba və s. kimi alətləri var idi.

İslahatdan sonrakı dövrdə Azərbaycanda əsasən texniki bitkilərin becərilməsində və istehsalında artım müşahidə olunurdu. 1870 – 90 - cı illərdə ölkədə ümumi taxıl yığımı (buğda, arpa, düyü) artdı. 1883 – cü ildə Bakı və Yelizavetpol quberniyalarından 5252 min çetvər taxıl məhsulları yığılmışdır ki, bu da əvvəlki illərə nisbətən 2,4 dəfə çox idi. 1893 – cü ildə bu quberniyalar 6627 min çetvər məhsul vermişdilər.

Zaqafqaziya dəmir yolunun (1883) çəkilməsinin də Azərbaycanda taxılçılığın inkişafına böyük təsiri olmuşdur. Bakı quberniyası üzrə 1884 – 1889 – cu illərdə 2279277 çetvər, 1896 – 1899 – cu illərdə isə 3238236 çetvər taxıl məhsul yığılmışdır. XIX əsrin son onilliklərində Bakı quberniya-

sında taxıl məhsulları iki dəfə, Yelizavetpol quberniyasında isə 85,5 faiz artmışdı.

XIX əsrin ortalarında Azərbaycanın bölgələrinin demək olar ki, hamısında dənli bitkilər (buğda, arpa, darı, çəltik) əkilirdi. Əsrin sonlarına doğru dənli bitkilərin istehsalı xeyli artmışdır. Bu dövrdə Azərbaycanın inzibati ərazisi Bakı və Yelizavetpol quberniyalarından, Naxçıvan qəzasından (İrəvan quberniyasının tərkibində), Zaqatala dairəsindən ibarət idi. Əsas taxılçılıq zonaları isə Bakı və Yelizavetpol quberniyaları idi.

1868-1900-cu illərdə Bakı və Yelizavetpol quberniyalarında dənli bitkilərin əkin sahəsi və məhsul istehsal cədvəli (cətvərlə)

İllər	Bakı quberniyası		Yelizavetpol	
	əkin	məhsul	əkin	məhsul
1868		3065480	280909	1780572
69	321135	2542031	280332	1451606
70	380788	2466704	282232	1599525
71	-	-	299046	1405000
72	-	-	289177	839892
74	222991	1766386	297789	1643427
77	-	-	-	1392067
79	-	-	345108	896338
80	656565	4956525	224021	1451568
81	-	-	306697	1846716
82	-	-	328964	1864908
83	215000	1818000	378000	2428000
85	25900	1419000	322000	2475000
86	294548	2433194	487496	3087730
87	-	2746791	487247	3243336
88	-	2893278	500589	2371258
89	364426	2365402	563456	30115192
90	291450	1702100	533369	2521962
91	328020	2787730	590122	3270862
92	612225	3080500	584121	2659503
93	597740	3735300	530898	2792759
94	706720	4644300	628440	3565345
96	778750	5160400	640329	3657573
97	755044	4898209	601429	3224639
98	666482	3609645	598802	3193749
99	632630	2841360	736731	2876983

Zaqafqaziyada əsas çəltikçilik rayonu Azərbaycan ərazisi idi. Azərbaycan dünyünün əsas satış bazarı Rusiya olsa da Qərbi Avropa ölkələrinin bazarlarına da aparılırdı. Təkcə 1886 – cı ildə İtaliyaya 2500 min manatlıq düyü yola salınmışdı.

XX əsrin əvvəllərində ölkədə pambıqçılığın inkişafı ilə əlaqədar olaraq, çəltik əkini sahələri nisbətən azalır. Ona görə də Şuşa, Cəbrayıl, Naxçıvan, Cavad, Yelizavetpol, Qazax, Şamaxı və Göyçay qəzalarında çəltik əkini sahələri və onun istehsalı xeyli azalmışdı. XX əsrin əvvəllərində Zaqafqaziyada istehsal olunan ümumi çəltik məhsulunun 86 % i Azərbaycanın payına düşürdü. Öz çoxnövlüynə görə çəltik başqa taxıl bitkilərindən fərqlənir. Belə ki, Azərbaycanda çəltiyin əlindən çox növ və növ müxəlifliyinin olduğu müəyyənləşdirilmişdir növlər daha geniş yayılmışdı.

1852 – ci ildə Moskvada keçirilən Ümumrusiya kənd təsərrüfatı sərgisində Şamaxı qəzasının sakini Zülfüqar bəy İskəndər oğlu yüksək keyfiyyətli çəltiyə görə bürünc medal almışdır. Çəltik ustaları Ümumdünya London sərgisində (1862 – ci il), Xarkov sərgisində (1887) və Qafqaz sərgisində (Tiflis – 1889) Azərbaycanda becərilən çəltik növlərin məhsuldarlığına və keyfiyyətlərinə görə mükafat və fərqlənmə diplomlarına layiq görülmüşdülər. XIX əsrin son onilliklərində Azərbaycanda istehsal olunan taxıl məhsulları yerli əhalinin çörəyə olan ehtiyacını tam ödəyirdi.

Azərbaycanda istehsal olunan taxılı, xüsusilə buğdanı xarici bazarlarda çox həvəslə alırdılar. Ölkədə becərilən sarı buğda sortu özünün yüksək keyfiyyəti, dadı və artımına görə daha geniş tanınaraq xüsusi şöhrət qazanmışdı. 1885 – 1887 – ci illər ərzində Azərbaycandan Qara dəniz limanları – Batum və Potiyə, oradan isə xarici bazarlara 11 milyon pud buğda və arpa aparılmışdır.

Taxılçılıqla yanaşı digər kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı da artırdı. Bu dövürdə Azərbaycan üçün yeni olan kartofun əkin sahələri genişləndirdi. 1872 – ci ildə təkcə Yelizavetpol quberniyasından 23148 çetvər kartof yığılmışdır.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Академия Наук Азербайджанской ССР Институт Истории. Крестьянская реформа в Азербайджане в 1870 году. Издательство Академии Наук Азербайджанской ССР. Баку -1956
2. А.С.Сумбат-заде. Сельское хозяйство Азербайджана в XIX в. Издательство Академии Наук Азербайджанской ССР. Баку -1958
3. İ.D.Mustafayev. Azərbaycan buğda bitkisinin seleksiyası, Azərbaycan SSR Elmlər Akademiyasının Nəşriyyat. Bakı-1958

4. Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Arxeologiya və Etnoqrafiya İnstitutu, Azərbaycan etnoqrafiyası, I cild “Şərqi-Qərbi” nəşriyyat, Bakı 2007

H.Курбанов

Краткая информация о некоторых областях сельского хозяйства во второй половине XIX века в Азербайджане

Резюме

Статья подготовлена на основе изучения ученых, изучавших экономическое развитие сельского хозяйства в Азербайджане.

Краткая информация о некоторых областях сельского хозяйства во второй половине XIX века в Азербайджане. Здесь во второй половине XIX века была дана краткая информация о статусе некоторых сельскохозяйственных областей в Азербайджане.

N.Qurbanov

The brief information on some agricultural fields in the second half of the 19th century in Azerbaijan

Summary

The article was prepared based on the research of scientists who have studied the economic development of agriculture in Azerbaijan.

The brief information on some agricultural fields in the second half of the 19th century in Azerbaijan. Here was given, the brief information on the situations of some agricultural fields in Azerbaijan in the second half of the 19th century.

Rəyçi: Vəli Rzayev
iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru

AYNUR YUNSUROVA
Azerbaijan State Oil and Industry University
yunsurova@gmail.com

INCREASING WAYS OF THE PRODUCTION EFFICIENCY IN OIL-GAS INDUSTRY

Açar sözlər: iqtisadi inkişaf, neft-qaz sənayesi, bazar, səmərəlilik, məhsuldarlıq

Key words: economic development, oil-gas industry, market, production efficiency, productivity

Ключевые слова: экономическое развитие, нефтегазовая промышленность, рынок, эффективность, производительность

Azerbaijan's rapid economic development in recent years, superiority of its growth rate over the world development figure, deepening the integration into the world economy, strengthening the economic policy aimed at the protection of exchange rate and financial stability in terms of the effect of global processes to the national economy was possible due to the political will of the state. Enriching in terms of quality and quantity, the stability and the concept of sustainable development acquired a new content. Since late 2003, the dynamism observed in the economy has got the other stage and it has created the base for capturing a distinctive character in terms of the content with all components of economic reforms for the upcoming years. It is very difficult to organize the sale of products efficiently and withstand the competitive struggle without the investigation of commodity markets, segmentation of the markets and choose a target market. Appropriate marketing structures should be created; suitable marketing concept should be developed and effective marketing investigations should be carried out for the implementation of above –mentioned directions of the country economy, including the oil industry.

Several appropriate structures have been created and are operating for the implementation of marketing investigations in a number of joint and private enterprises of trade, service and oil industry. But there is still no such a single structure that covering the country's oil production in the oil industry, including the oil refining and petrochemical industries. And as a result of it, these enterprises come across a number of difficulties in the sale of their products. So, creating marketing structures and developing appropriate marketing concept are one of the most important problems facing the oil industry facilities. The current situation has caused the

necessity of the investigation of development and improvement opportunities of the marketing concept in oil industry enterprises.

The steady increase in demand for oil industry products has also raised the attention to the products of SOCAR in the world economy. In order to meet these needs, a number of enterprises and organizations of the oil industry have been declared open for privatization to ensure the liberalization of the economy, business expansion, the rapid development of economy, increasing its efficiency by means of attracting investments. And it has created a great need for the construction of new oil-chemistry complex which allows a maximum increase in the volume of exports by applying modern equipment and latest technologies that are able to provide extending the range and improving the quality of the oil refinery and petrochemical products in the country. The reconstruction of the oil refinery, petrochemical and chemical industry is necessary for the implementation of utilization of various industrial wastes and some substances damaging the waste products and wastes generated in production as well ecological balance by means of new petrochemical complex, mainly waste technological processes construction. And in its turn, it is of great economic and ecological importance.

The strengthening of dynamic development has led to a new landscape management in the image of the country. This is directly related to the significant increase in domestic investments. The reduction in the volume of foreign investments due to domestic investments in Azerbaijan made the republic become a potential investor. The government is expending the investment program for both local economy and the economy of the countries having strategic allies. The construction of the oil and gas complex by Turkey, Georgia, Moldova, Romania and other countries, investment in those countries which are strategic partners of Azerbaijan confirms it once again.

The essence of economic activity analysis in oil-gas industry includes comprehensive investigation of technical level of the production, quality and competition standing of the produced goods, providing the production with material, labor and financial resources and their effective use.

Analysis is based on systematic approach, taking different aspects into account complexly, collecting accurate information and it acts as an important management function.

The aim of economic activity analysis of the enterprise is to investigate all activity types systematically and to increase efficiency of the production on the base of summarizing the obtained results.

The obligations of economic activity analysis of improving the production efficiency in oil-gas industry are the followings:

- identification of the real situation of the analysis object;

- investigation of the composition and properties of the object, comparing it with known analogues and normative quantities;
- determination of the changes in the object situation during a period of time;
- determination of the aspects causes the changes in the situation of the object and accounting of their effects;
- prediction of the main tendencies.

Choosing the purpose of economic activity analysis of improving the production efficiency and proper investment of the obligations are of great importance. The real situation is determined, methods of optimal decision-making are developed, management methods are chosen, in the organizational, technological, commercial, and other activities of the enterprise different measurements are carried out on the basis of the set objectives and available opportunities. At the same time analysis method is the unique mechanism for economic relations. Its concrete form is to use production means effectively, to contain material interest, economic accounting, planning and other problems. In its turn, it involves the staff in the implementation of comprehensive measures to improve these indicators. The number of aspects influence on economic activity is growing steadily due to the impact of scientific- technical progress. This requires operative impact on the production process. Operativeness is of great importance in the production management in a market economy. Hence, the purpose of economic analysis use in the management is to help the determination of effective usage ways of the resources at its disposal.

It must be noted that labor productivity, staff qualifications, providing them with main funds and other terms are of great importance. Resources must be found in several directions. It consists of the followings:

1. The source of domestic economy. It includes efficient use of workforce, increasing the production of the main funds and finally effective use of raw materials;
2. Sources of total production. These sources include organization of production, domestic economy specialization, reduction of production lead time;
3. Outside sources of production. It includes penalties cancellation, reducing non-productive costs.

Creative nature of labor is one of important terms to detect the sources. First of all, creative nature of labor means the increase in specialty, improving quality of the product, application of the science to the production, detecting inventions, developing effective proposals.

Economic activity analysis principles (main features) of improving productivity in oil-gas industry include the followings:

- accurate reflection of the real situation;
- scientific justification;
- reflection of the certain aim;
- systematic character;
- complexity;
- sequence of separate elements;
- reflection of territorial peculiarities.

The main ways used widely for the economic activity analysis in practice are the followings:

- analysis of production structure and processes of the economic system;
- analysis of managing system and management processes;
- operative decision –making, control of the production process and using different technical means in the collection, development and storage of the information needed for accounting complex analysis of production management.

References

1. Aliyev A.M. Bibliography of Azerbaijan oil industry. Baku. Science. 1977.
2. Hajizade E.M. Development stages of oil gas extraction onshore in Azerbaijan. Baku. AZETETII. 1995.
3. Hajizade E.M. Economic reforms and efficiency problems in oil-gas extraction complex in Azerbaijan. Baku, Science. 1998.
4. Hajizade E.M., Pashayev T.A. Formation directions of new market mechanisms in oil-gas industry. Baku. Science. 2000.

A.Yunsurova

Neft-qaz sənayesində istehsal məhsuldarlığının artırılması yolları

Xülasə

Məqalə neft-qaz sənayesində istehsal məhsuldarlığının artırılması yollarından bəhs edir.

Ticarət, xidmət və neft sənayesinin bir sıra birləşmə və özəl müəssisələrində marketing araşdırmalarının həyata keçirilməsi üçün bir sıra müvafiq strukturlar yaradılıb və fəaliyyət göstərir. Ancaq neft sənayesində neft emalı və neft-kimya sənayesi daxil olmaqla ölkənin neft istehsalını əhatə edən

yeganə struktur yoxdur. Bunun nəticəsində, müəssisələr öz məhsullarını satmaqda bir sıra çətinliklərlə qarşılaşırlar.

Beləliklə, marketinq strukturlarının yaradılması və müvafiq marketinq konsepsiyasının hazırlanması neft sənayesi obyektlərinin qarşısında duran ən vacib problemlərdən biridir. Hazırkı vəziyyət neft sənayesi müəssisələrində marketinq konsepsiyasının inkişafı və təkmilləşdirilməsi imkanlarının araşdırılmasının zəruriliyinə səbəb olmuşdur.

А.Юнсурова

Повышение путей производственной эффективности в нефтегазовой промышленности

Резюме

Было создано несколько соответствующих структур, которые работают для проведения маркетинговых исследований в ряде совместных и частных предприятий торговли, услуг и нефтяной промышленности. Но до сих пор нет такой единой структуры, которая охватывала бы добычу нефти в нефтяной промышленности страны, в том числе нефтеперерабатывающую и нефтехимическую отрасли. И в результате эти предприятия сталкиваются с рядом трудностей при продаже своей продукции.

Таким образом, создание маркетинговых структур и разработка соответствующей маркетинговой концепции - одна из самых важных проблем, стоящих перед предприятиями нефтяной промышленности. Нынешняя ситуация вызвала необходимость изучения возможностей развития и совершенствования маркетинговой концепции на предприятиях нефтяной промышленности.

Rəyçi: Samirə Məmmədova
iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru

R.BABAYEVA

ASOIU

babayeva.rena.a@gmail.com

THE ROLE OF ADVERTISING IN ECONOMY OF AZERBAIJAN FOR 2012-2016

Açar sözləri: reklam, satış, inkişaf, səviyyə, yanaşma, səbəb olmaq, bazar, zənn etmək.

Key words: advertising, sales, development, level, attitude, promote, market, assume.

Ключевые слова: реклама, продажи, уровень, способствовать, рынок, предполагать.

The development of high technologies accelerates all production chains. It leads to the reduction of the time between production and sale of goods. In result, advertising starts playing an important role in providing the good level of sales. Development of technologies strongly changed both – structures of sales and advertising. Though, society has an ambiguous attitude to advertising, it cannot be denied, that it promotes development of the advertised product. Therefore, quite often, when speaking about the development of the market within any country, it worth taking into account the development of the advertising market. At the same time, the advertising market accompanies the development of the competition and as we know, the competition is an incentive for development of technologies and the markets.

The advertising market in various countries can differ depending on the domestic traditions and structure of the economy. When speaking about Azerbaijan, it should be noted that the advertising market, as well as, all other markets, started developing only since the beginning of the 90th years. Earlier advertising was existing just formally and it was monopolized and didn't promote development the competition. However, in the 90th after the formation of the individual capital market, advertising also began to develop and extend. In recent years, the large changes took place in the structure of advertising market. Especially, it is connected with the role social networks started playing in life of people. As of July 1st, 2017 number of Internet users in the country reached the number of 7.5 million people. Number of Facebook users for the same period was 1.7 million people. At the same time, it worth to consider that there are also other numerous social networks. Therefore, if earlier the major role was played by TV advertising, now gradually Internet advertising passes to the forefront. In addition, it seriously

differs from outdoor advertising and advertising in mass media. Thus, we assume that the strongest changes in structure of the advertising market happened in the last 5 years (development of the broadband Internet, increase in Internet access, etc.) and we will be analyzing these years, to reveal the current position in the advertising market of the country.

Table 1. The structure of Advertising Market in Azerbaijan (*thousands manat*)

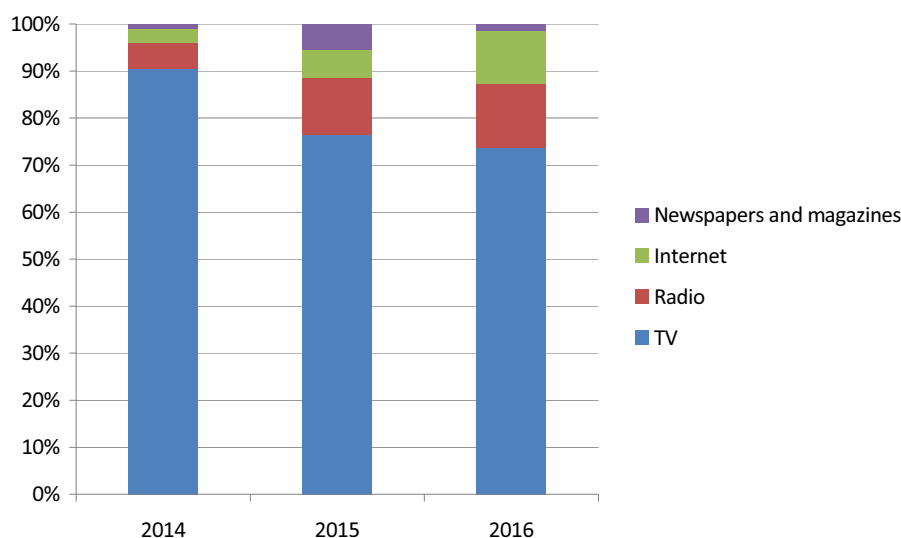
№	Data	2012	2013	2014	2015	2016
1	Advertise production	-	-	15326,2	14228,9	15769,6
2	Advertise placement	-	-	17868,9	8577,1	10206,1
3	Advertise distribution	-	-	34116,3	33044,9	17449,2
3.1	on the streets	-	-	3663,9	3792,8	4230,2
3.2	on the public transport	-	-	5323,6	3283,0	2306,7
3.2.1	subway	-	-	6,9	-	-
3.3	Mass-media	-	-	25128,8	25969,1	10912,3
3.3.1	TV	-	-	22665,9	19836,0	8036,2
3.3.2	Radio	-	-	1376,0	3094,3	1479,4
3.3.3	Internet	-	-	775,2	1565,6	1247,7
3.3.4	Newspapers and magazines	-	-	244	1408,7	149,1
3.3.5	Postal items	-	-	67,7	64,5	-
4	Number of contracts	2132,0	2339,0	3242,0	5677,0	6245,0
5	Cost of the contracts	54175,2	66308,8	64238,8	51674,0	37056,7
TOTAL		48396,9	59036,4	72523,8	62848,4	43483,0

This table is based on the data published by State Committee on Statistics. As we see, SCS began to classify in details the advertising activity only since year 2014. Earlier everything was described in one column. On the other hand, it is official data and it doesn't completely coincide with

reality. Therefore, despite the fact that it is specified that Internet advertising gradually grows and increases the share of market, in reality it is even higher. For example, advertising through Facebook and Instagram, which is most actively used in Azerbaijan, grows significantly each year. For example, one advertisement post in these social network costs 4\$ in average. In fact, the cost for Azerbaijan will be less, but also will be at appropriate levels.

On the other hand, for example, in the official report of the CJSC “Bakı metropoliteni”, we can observe that in 2016 revenue from advertising in the Baku underground was equal to 1,706 thousand manat. However, it is not reflected in the table above. We agree that due to various restrictions company didn’t earn anything from advertise in 2015, but they expanded the advertising platform in 2016. By the way, speaking about public transport, we can also consider the report of “Bakubus” LLC (their share in public transport of Baku is 10-15%), which earned from advertising 40.2 thousand in 2015, and already 139.7 thousand manat in 2016.

Diagram 1. Advertising in Media



The main sphere of advertising is mass media. In our case, the market made 25 million manat a year, and then in 2016 number reduced to 10.9 million manat. The greatest reduction happened in the sphere of TV advertising. In general, falling on this market can be explained by purely economic reasons – crisis in economy, transition of most of advertisers to social networks, etc. For example, on the basis of the report of ITV (public television), we can

observe that if Company in 2015 signed 27 advertising contracts for the total of 257.2 thousand manat, in 2016 the competition in the market of advertising became aggravated, and ITV earned only 50.9 thousand manat on 14 contracts. On the other hand, it worth understanding that according to one of the marketing companies, the share of this television makes only about 2%. Main role on this market is played by other TV companies. The largest seller of advertising is ATV. Along with it, one of the largest broadcasting companies was ANS TV (together with radio and the site), but in 2016 it was closed. Respectively the market of advertising lost at least 22% of the volume.

Table 2. The structure of TV-Advertising Market

Television	2015	1 part of 2016	Change
ATV	37%	29%	-8%
Xəzər	26%	28%	2%
ANS	20%	22%	2%
SPACE	11%	12%	1%
LİDER	3%	7%	4%
İTV	2%	2%	0%

As well as in all other spheres, one of the main players in the market of advertising is the State. Recently many various resolutions and the laws connected with regulation of this market were signed. So, for expansion of opportunities of the advertising market single tariffs for outdoor advertising are established, changes are made to the law on advertising, it is authorized to place in a certain degree advertising on architecture monuments, the Azerbaijani State Advertising agency created, etc. However, the majority of these measures happened in 2017. On the other hand, the state and various executive authorities also actively participate in the advertizing market.

Table 3. The role of the State on the Advertising Market (thousands manat)

	2012	2013	2014	2015	2016
State procurements	1519	1575	2140	1667	429
The earnings of municipalities	-	-	254	286	216

As we can see, on average expenses of state structures on advertising are estimated at 1.5-1.6 million manat a year. Thus, it is worth understanding that these are only direct government purchases of advertising as within the majority of projects advertising is also specified as one of points. And municipalities gain income from outdoor advertising.

Thus, we can see that the advertising market of Azerbaijan is not in its best shape. Advertising volume on TV and radio, the traditional markets, is reduced, and gradually everything passes into the Internet. However, as there the prices are significantly lower (\$1 for 2500 people), in total the market continues to be reduced and unfortunately to leave the statistical account. On the other hand, closing of ANS TV, devaluation of manat also strongly worked on this market. Most of sellers of advertising were compelled to reduce the prices that also didn't promote growth. In other words, now turns of the market fall. Further development should be connected only with the state measures which can positively affect its development.

References

1. “Bakı Metropoliteni” QSC-nin 2016-ci il üçün maliyyə hesabatı <http://metro.gov.az/az/about/metropoliten/fin>
2. “Bakubus” MMC-nin 2016-ci il üçün maliyyə hesabatı. URL: <https://www.bakubus.az/files/BakuBus%20IFRS%202016.pdf>
3. Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı. URL: www.stat.gov.az/source/catering/
4. Əlizadə A.Ş. Azərbaycan Respublikasında internet və reklam xidməti bazarının müasir vəziyyəti. Dövlət Büdcəli iş, B., 2008
5. Hunaltay R. Azərbaycan reklam pulları kimə çatır? Araşdırma. URL: <http://fins.az/biznes/903721/azerbaycan-reklam-bazari-2016-ci-ilin-i-yarisinda.html>
6. Qurbanov F. İctimai televiziya və radio yayımları şirkətinə dövlət büdcəsindən ayrılan və digər mənbələrdən daxil olan vəsaitlərin istifadəsinin auditi üzrə hesabatın xülasəsi. Azərbaycan Respublikası Hesablama Palatası “Dövlət auditi” jurnalı, №2, 2017. S. 33-50
7. Reklam haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu, Bakı. 1997
8. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете. Москва, 2009

Р.Бабаева

Роль рекламы в экономике Азербайджана за 2012-2016 гг Резюме

После начала экономического кризиса в экономике Азербайджана, стали предприниматься определенные меры по развитию рынка. Одним из таких мер была поддержка развития рекламного рынка. Правительство внесло изменения в законодательство, создало специальный орган.

В связи с этим, автор попытался проанализировать текущее состояние данного рынка.

В работе был проанализирован рынок за последние 5 лет (2012-2016) и определены основные тенденции. Также были выявлены основные факторы, повлиявшие на изменение структуры рынка (заккрытие одного из телеканалов, переход рекламы в соцсети и т.д.). Автор пришел к выводу, что на современном этапе рекламный рынок переживает плохие времена.

R.Babayeva

2012-2016-cı illərdə Azərbaycan iqtisadiyyatında reklamın rolu

Xülasə

Azərbaycan iqtisadiyyatında böhranın başlanmasından sonra bazarın inkişafına dair bir sıra tədbirlər həyata keçirilməyə başladı. Dövlət dəstəyinə yiyələnmiş sahələrdən biri də reklam bazarı idi: qanunvericiliyə dəyişiklik edildi, xüsusi qurum yaradıldı. Buna əsaslanaraq, müəllif bazarın indiki durumunu təhlil etməyə çalışdı.

Məqalədə reklam bazarın son 5 il (2012-2016) üçün təhlil edildi və bazarda mövcud tendensiyalar müəyyən olunmuşdu. Eyni zamanda müəllif bazarın quruluşuna təsir edən əsas amilləri (bir telekanalın bağlanması, sosial şəbəkələrdə reklamın artması və s.) də nəzərdən keçirdi. Müəllifə görə, reklam bazarın indiki durumu çox zəifdir və azalan tendensiya ilə gedir.

Rəyçi: Samirə Məmmədova
iqtisadiyyat üzrə fəlsəfə doktoru

РЕНА ЗУЛЬФУГАРОВА
Azərbaycan Dövlət Neft Və Sənaye Universiteti
zulfugarova.rena@yandex.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ВИЗУАЛЬНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

Açar sözlər: vizual modelləşdirmə, verilənlər bazaları, CASE alətləri Bpwin, Bütün Fusion Erwin Data Modeler, optimallaşdırma, biznes prosesi

Ключевые слова: визуальное моделирование, базы данных, CASE-средства Bpwin, All Fusion Erwin Data Modeler, оптимизация, бизнес процесс.

Keywords: visual modeling, databases, CASE tools Bpwin, All Fusion Erwin Data Modeler, optimization, business process

Введение. На сегодняшний день на рынке программных продуктов предлагается достаточно широкий ассортимент CASE-средств, предназначенных для моделирования экономических и бизнес-процессов. Среди них пользуются особой популярностью Erwin, Bpwin, Rational Rose, Silverrun, Process Analyst. Bpwin – является основным из вышеперечисленных инструментов, предназначенных для визуального моделирования экономических и различных бизнес-процессов [1-3]. С помощью визуального моделирования экономических процессов появляется возможность наглядно продемонстрировать различного рода деятельность или структуру организации в виде модели. Это позволяет оптимизировать работу организации, проверить ее на соответствие стандартам, снизить расходы, сделать управление более гибким и эффективным.

Таким образом, по сути, Bpwin необходим компаниям, желающим эффективно управлять собственным бизнесом т.е. руководителям проектов, бизнес-аналитикам, системным аналитикам, и др.[4,5].

Постановка задачи. В статье предлагается использование CASE-средства Bpwin для разработки базы данных по продажам. Предлагаемую базу данных можно использовать для различных торговых предприятий.

Метод решения. Функциональная и информационная модель построена с использованием программы Bpwin [6]. В качестве примера использован магазин электроники, который занимается продажей компьютеров. В этом бизнес-процессе есть два типа людей: продавец и покупатель – живые составляющие магазина, которые взаимо-

действуют как друг с другом, так и с магазином. При покупке товара клиент всегда обращает внимание на многие критерии. Когда речь идёт о компьютерах, то этими критериями являются: производитель компьютера; модель компьютера; частота работы процессора; объём жёсткого диска (HDD); оперативная память (RAM); видеокарта (VGA). Всё это нужно отобразить на нашей виртуальной модели.

Для экспериментальных исследований базы данных продажи компьютеров воспользуемся программой All Fusion Erwin Data Modeler.

Для создания рабочей среды выберем вкладку FILE → NEW и в открывшемся диалоговом окне выберем физико-логический тип модели базы данных. Используемая программа позволяет нам создавать несколько типов моделей: логический, физический и физико-логический (Рис.1). Остановимся на последнем типе модели.

Добавим новую сущность, которая будет описывать компьютеры, при помощи инструмента “Entity” и назовём её “Computers” (Рис. 2).

Создадим нужные атрибуты компьютера. Это производитель, модель, тип, процессор, объём жёсткого диска, оперативная память и видеокарта (Рис.3).

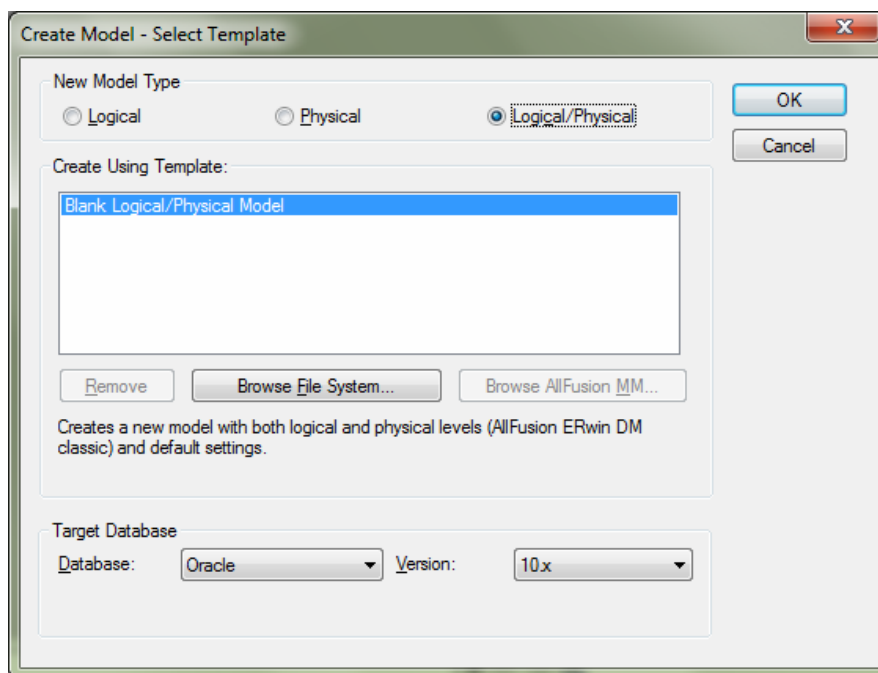


Рис. 1. Диалоговое окно для новой модели.

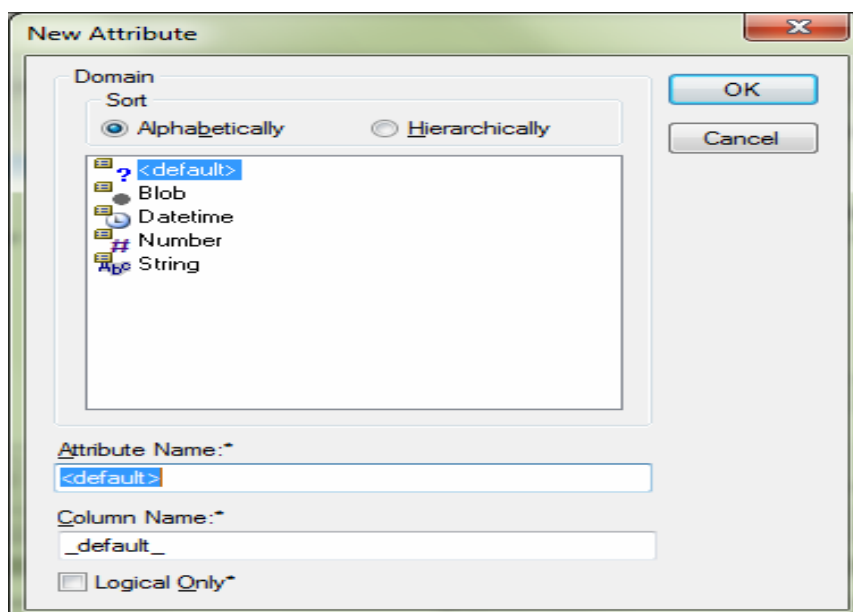


Рис. 2. Диалоговое окно создания атрибутов.

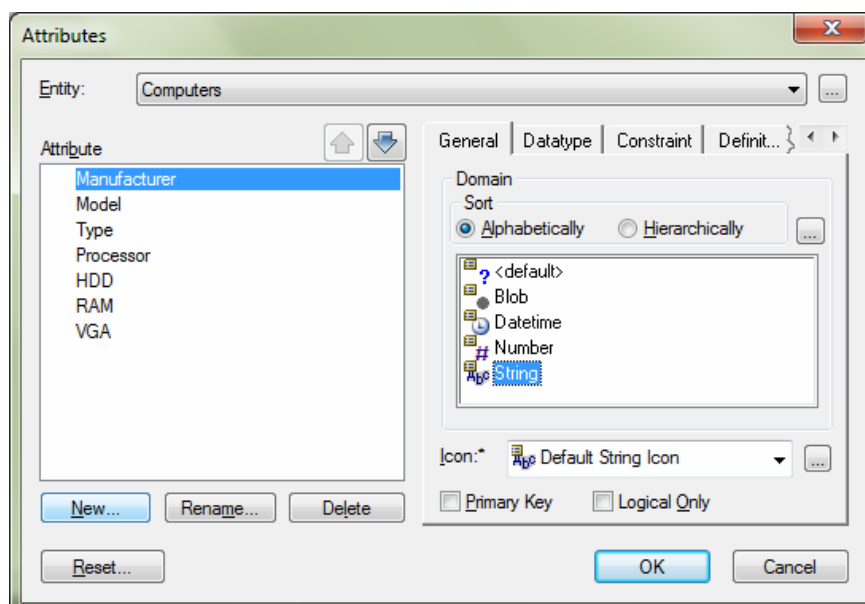


Рис. 3. Диалоговое окно атрибутов сущности.

Затем установим первичный ключ, в нашем случае это “CompID” (Рис.4).

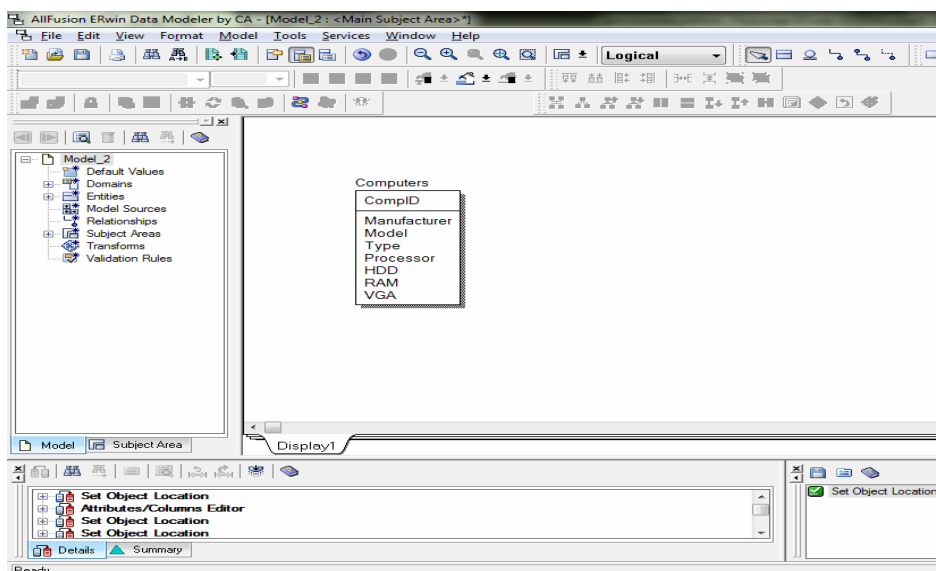


Рис.4. Представление сущности в рабочей области.

По тем же правилам создадим другие таблицы, назовём их, укажем первичный ключ и добавим атрибуты (Рис.5).

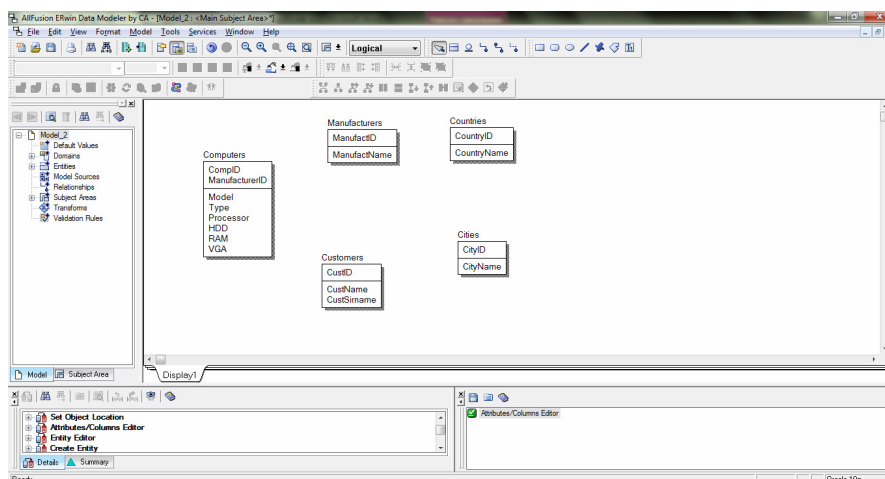


Рис.5. Готовые таблицы

Теперь задаем связь между сущностями, выбрав главную таблицу и дочернюю, соответственно, затем выбираем связь между ними. Теперь атрибут “ManufactID” входит в ключевые атрибуты сущности “Computers” (Рис.6).

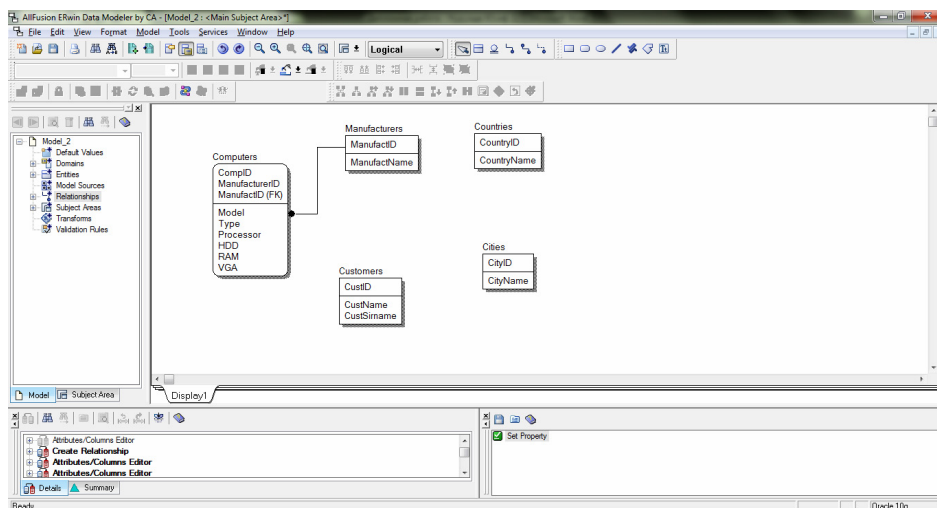


Рис.6. Связь между таблицами.

Таким образом, устанавливаем связи между другими таблицами и в результате получаем схему, показанную на рисунке (Рис.7).

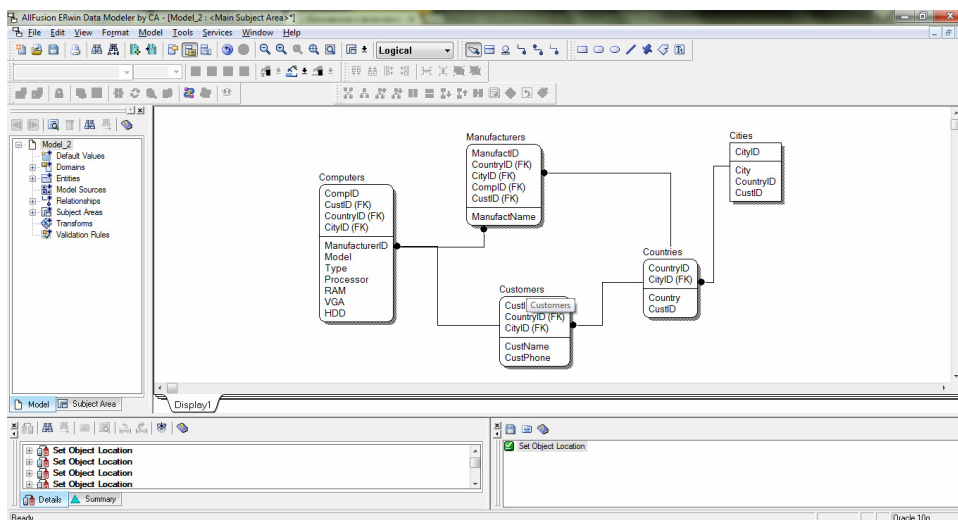


Рис.7. Конечная схема связей между таблицами.

Закключение. Таким образом составлена база данных по продаже компьютеров посредством Case-средства VRwin. Благодаря тому, что VRwin обладает понятным графическим интерфейсом, становится возможным оперативно создавать модели для оптимизации различных экономических и бизнес процессов. VRwin также позволяет загружать отчеты непосредственно в формате MS Excel и Word с последующей обработкой и использованием в различных приложениях. Все эти

инструментальные средства позволяют сократить время проектирования и разработки информационных систем различной сложности.

Литература

1. <http://interface.ru/case/>.
2. http://citforum.ru/programming/case/case_tools/
3. <http://citforum.ru/database/kbd96/42.shtml>.
4. <https://www.nsd.ru/ru/press/pubs/depo/archive/21/article04.htm>
5. http://www.kpms.ru/General_info/CASE_tools.htm
6. Erwin и BPwin. Case-средства для разработки информационных средств. Маклаков С.В. 2000 г.

R.Zulfugarova

The use of visual modeling in the economy Summary

The article suggests using the BPwin CASE tool to develop a sales database. Due to the fact that BPwin has a clear graphical interface, it becomes possible to quickly create models for optimizing various economic and business processes. The proposed database can be used for various trading enterprises. BPwin is designed for visual modeling of economic and various business processes. Using the presented technique allows to optimize the work of the organization, reduce costs, make management more flexible and efficient.

R.Zülfüqarova

İqtisadiyyatda vizual modelləşdirmənin istifadəsi Xülasə

Məqalə satış üzrə verilənlər bazasının inkişafı üçün BPwin CASE vasitəsinin istifadəsini təklif edir. BPwin'in dəqiq bir grafik interfeysi olduğundan, müxtəlif iqtisadi və biznes prosesləri optimallaşdırmaq üçün tez bir zamanda modellər yaratmaq mümkün olur. Təklif verilənlər bazası müxtəlif ticarət müəssisələri üçün istifadə edilə bilər. BPwin iqtisadi və müxtəlif biznes proseslərinin vizual modelləşdirilməsi üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu metodu istifadə edərək, təşkilatın işini optimallaşdırmağa, xərcləri azaltmağa, idarəetməni daha çevik və effektiv etməyə imkan verir.

Rəyçi:

Lalə Zeynalova
iq̄tisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

УЛЬКЕР САДЫГОВА
Преподаватель Университета Туризма и Менеджмента
Азербайджанской Республики
sadiqovaulker@yahoo.com

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: КАК КУЛЬТУРА ВЛИЯЕТ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Ключевые слова: креативная экономика, культура, экономическая ценность, экономический рост, инновационный подход.

Açar sözlər: kreativ iqtisadiyyat, mədəniyyət, iqtisadi dəyər, iqtisadi artım, innovativ yanaşma.

Key words: creative economy, culture, economic value, economic growth, innovative approach.

Культура – это один из главных факторов, определяющих успешность социально-экономического развития. Понятие культуры многогранно. Большое значение имеют те ее составляющие, которые могут влиять на экономические результаты. Во-первых, это креативность, или способность человека быть творцом, создателем новых идей, теорий. Во-вторых, это мотивация к добросовестному и ответственному труду. В этом смысле материальные активы и сопутствующие им инвестиции с одной стороны, и соответствующие им институты и тип культуры, – с другой, дополняют друг друга, образуя тот сплав, который и обеспечивает предпосылки эффективной устойчивой экономики.

Во всех странах отмечается изменение отношения к культуре, стремление превратить ее в доходную сферу современной экономики, изучить, оценить и использовать экономический потенциал накопленного и создаваемого культурного богатства, более активно включить его в экономический оборот. Креативные индустрии в сфере культуры, особенно предприятия, нацеленные на творческую деятельность, могут быть не только важными для экономического роста, но и, в некотором смысле, стать предвестником нового порядка в экономике, что обеспечит парадигму в организации бизнеса, образования, трудовой жизни и перспективы карьерного роста миллионов людей.

Современная экономика предполагает опережающее развитие сферы культуры, где сосредотачивается существенный рыночный потенциал. При увеличении темпа общественных перемен, роль культуры возрастает, как это наблюдается в последние годы в Азербайджане. Креативная экономика ассоциируется, во-первых, с оригинальной специфической формой экономического мышления, отличающейся от общеп-

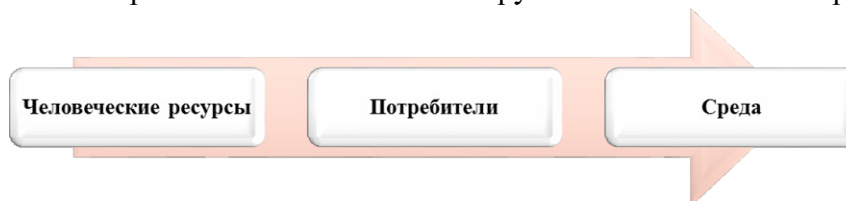
ринятых логических типовых схем и способностью находить и реализовать новые социально-экономические связи и модели между явлениями и процессами; во-вторых, со способностями привносить что-то новое, оригинальное в различные сферы практической деятельности; в-третьих, постоянной готовностью к решению нестандартных проблем и ситуаций (3 с 107).

Сложившееся к настоящему времени положение в экономике культуры требует инновационных подходов к регулированию этой сферы.

Проблема создания эффективных экономических механизмов развития культуры остается актуальной для теории и практики управления экономикой социальных отраслей, поиска новых направлений деятельности в части оптимизации расходов на содержание и развитие культурной сферы.

Сфера культуры имеет собственный экономический потенциал и вносит серьезный, все более усиливающийся вклад в экономику страны: является привлекательной сферой для инвестиций, служит основным источником развития образования, туризма, СМИ, индустрии развлечений. Культура имеет свои автономные рынки и создает рабочие места. Кроме того, культура обладает свойством опосредованного влияния на экономику, аккумулируя и транслируя определенные базовые ценности общества, на которые опираются экономические институты (государственные и коммерческие): реклама, формирование корпоративной культуры, работа с персоналом и т.д. Подобный подход к культуре как к отрасли народного хозяйства, позволяет более обстоятельно подойти к рассмотрению конкретных задач и путей преобразования экономики культуры в соответствии с требованиями современного этапа развития, ориентированного на превращение человеческого потенциала в ведущий фактор экономического роста и национальной конкурентоспособности(1.с 47).

Условия формирования креативной экономики связано с определенными факторами. Для развития креативного сектора требования можно разделить по трем основным направлениям. Они определяют, что является наиболее существенным для общества, которое видит в развитии креативной экономики инструмент экономического роста.



Речь идет о человеческих ресурсах, потребителях, и среде. Требования креативной экономики к способностям и компетенции человеческих ресурсов отличаются от предъявляемых к ним требований со стороны производства. Если процесс производства не требует от людей специальных творческих способностей то креативный сектор, наоборот, работает с оригинальными, порой остроумными идеями, творческим потенциалом человека, его продукция далеко не серийная, часто речь идет о единственном в своем роде экземпляре и поэтому от работников креативного сектора требуется наличие способности к творческому мышлению, генерации новых идей, оригинальных решений, способности осваивать новые технологии. Поэтому одним из основных требований является высокий уровень профессиональной подготовки, который играет важную роль в формировании креативной экономики. Для развития креативной экономики важен характер потребителя или посетителя, которому предназначена конечная продукция. Здесь существуют два основных условия: наличие широких слоев относительно обеспеченного населения и высокий уровень интеллектуального развития потребителя. Это означает, что следует стремиться к такому обществу, которое состоит из обеспеченных и образованных людей. Продукция креативной экономики не является предметом первой необходимости. Потребитель сначала тратит часть заработанных им средств на удовлетворение основных жизненных потребностей. Продукция таких креативных отраслей, как, например, кинофильмы, театральные постановки, компьютерные игры, музыка, будет пользоваться спросом у потребителей, у которых имеется достаточно средств на удовлетворение основных потребностей. А также необходимо, чтобы потребитель обладал развитым культурно-эстетическим вкусом, а также высоким уровнем общей потребительской культуры. Развитие креативного сектора требует, чтобы его потребитель обладал способностью к эстетическому восприятию, чтобы он уделял внимание в первую очередь не только полезности и функциональности, но и эстетической стороне предлагаемой продукции. Важным является интерес потребителя к культурным ценностям, кино, театру, музеям, музыке. Следующим важным фактором, способствующим повышению доли креативного сектора, является наличие творческого пространства, его открытость, позволяющая творческим личностям генерировать новые идеи. Необходимо, чтобы творческая среда была толерантной, способной принять каждого вне зависимости от его взглядов, культурных ценностей, подходов к решению проблем.

Анализ тенденций развития и современного состояния культурных запросов людей, позволил прийти к выводу, что нынешний

общественный запрос на культуру имеет две четко выраженные особенности.

В первую очередь, население стремится найти в ней средство повысить качество того времени, которое они отводят под отдых, досуг, эмоциональное возмещение. Во-вторых, быстрее других растет востребованность активных форм культурного времяпровождения: население включается в активные внедомашние виды культурной деятельности. В этот формирующийся тип входят виды деятельности, связанные с использованием новых ИТТ.

Выявляются изменения наблюдавшихся в прошлом стереотипов оторванности культуры от жизни. Интенсивно развивается индустрия культуры, которая рассматривается как мощная сфера, дающая людям занятость, доходы и развивающая культурное многообразие. Динамично развивается и развлекательное пространство: тематические парки, клубы здоровья, аквапарки, сегмент игровых развлечений, комплексы аттракционов.

Поддержка развития инновационно-креативного сектора является одним из важнейших шагов в области повышения конкурентоспособности экономик. Развитие креативной экономики основано на новом феномене – на неограниченных ресурсах экономического роста, на способности человека к творчеству.

Список литературы:

1. Экономика культуры: учебное пособие. Елизабета Игнатъева 2013. Издательство ГИТИС
2. Экономика и культура : Дэвид Тросби 2015. Издательство «Высшая Школа Экономики (Государственный Университет)
3. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги: Джон Хокинс 256 стр. Издательство - Классика-XXI 2011
4. Creative Economy Report 2013 by UNESCO – <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>.

Ü.Sadıqova

Kreativ iqtisadiyyat: Mədəniyyətin sosial-iqtisadi inkişafa təsiri

Xülasə

Ötən yarım əsr ərzində dünyada əmtəə-pul münasibətlərinin iqtisadiyyatından yaradıcı və ya kreativ adlanan bir iqtisadiyyata qismən keçid başlanmışdır. Kreativ iqtisadiyyat yaradıcı sənayelərdən ibarətdir - media,

kinematoqrafiya, musiqi, elmi tədqiqat və digər mədəniyyət sferaları. Son onilliklər zamanı bütün dünyada, o cümlədən də Azərbaycanda, mədəniyyətin iqtisadi inkişaf prosesində rolu haqqında, hansı mexanizmlər tərəfindən mədəniyyət sferasına maddi resursların zəruri axınının təmin edilməsi haqqında, eləcə də mədəniyyət brendlərinin dövlətlərin inkişafı üçün lazımı resurslara necə çevrildiyi haqqında mövcud olmuş təsəvvürlər əhəmiyyətli dərəcədə dəyişikliklərə məruz qalmaqdadır.

Ü.Sadıqova

Creative economy: how culture affects social and economic development

Summary

Over the past half century, the world community has seen a partial transition from the economy of commodity-money relations to an economy that has been called creative. The creative economy is made up of creative industries - media, cinematography, music, scientific research, and other cultural industries, which are currently assigned one of the leading roles. In the last decades all over the world, including in Azerbaijan, the notions of what the role of culture in economic development, what economic mechanisms provide the necessary inflow of material resources into the sphere of culture, how cultural brands become resources for the development of states, change significantly.

Rəyçi:

Sehla Hüseynova
iqtidad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

AKİF SADIQOV
Elmi Tədqiqat İnstitutu
Böyük elmi işçi
akif@mail.ru

AZƏRBAYCANDA BARAMAÇILIĞIN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ

Açar sözlər: Tut ipəkqurdu, kumdarlar, istehsal, qida kimi,

Key words: bombyx, sericulturists production such as food, diseases.

Ключевые слова: Тутовый шелкопряд, коконоводство, производство, продукты, .

Baramaçılıq tək ipəkçilik sənayesi demək deyil, həm də xalq təsərrüfatına tətbiq olunmuş çox üstün tərəfləri olan strateji əhəmiyyətə malik sahədir. Belə ki, təbii ipəyin çox möhkəm və davamlı olması onun xalq təsərrüfatı əhəmiyyətini xeyli artırır. Təbii ipək geyim mallarından başqa həm də barama xammalının emalından alınan xam ipəkdən hərbiyə yüksək sürətə malik olan az məsafədə dayandırılması tələb olunan təyyarələrin dayandırılmasında, ballastik raketlərin endirilməsində, tibbdə, aviasiyada, kosmik tədqiqatlarda, elektrotexnikada, (televizor, radio, telefon xətləri vəs.) müdafiə sənayesində və eləcə də qida sənajesində geniş istifadə edilmişdir. İsti ölkələrdə ipəkdən hazırlanmış baş örtükləri və geyimlər tibbi əhəmiyyəti olması ilə əlaqələndirilir. Barama məhsulu ipək məmulatı üçün xammaldır və üstün iqtisadi səmərəliliyə malikdir. Xam ipəyin xalq təsərrüfatının müxtəlif sahələrində tətbiq dairəsinin genişləndirilməsi onun dünya bazarında qiymətinin fasiləsiz artması ilə müşayiət olunmuşdur. Lakin bunlara baxmayaraq Azərbaycanda barama istehsalının inkişafına və onun iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə lazımi diqqət və qayğı göstərilməmiş, istehsalçıların sosial-iqtisadi maraqları nəzərə alınmamış, bir sıra hallarda isə barama qurdu toxumunun rayonlaşdırılması istehsal xatirinə məcburi xarakter almışdır.

1980-1990-cu illərdə respublikada baramaçılıq kənd təsərrüfatının demək olar ki, aparıcı sahələrindən biri olmuşdur. Belə ki, bu illərdə baramaçılıqdan əldə olunan gəlir 1993-cü ilin müqayisəli qiymətləri ilə respublika üzrə heyvandarlıqdan əldə olunan gəlirin 6-8% qədər, Şəki-Zaqatala bölgəsində 19,2%, Şirvan bölgəsində 13,9% , Qarabağ-Mil bölgəsində isə 11,5% təşkil etmişdir.

Baramaçılığın inkişafı 1991-ci ildə pik nöqtə olaraq 5,9 min ton barama istehsal olunmuşdur. Əlbəttə ki, yem məhsuldar tut sortlarının, toxumacarıqların, cəkilliklərin artırılması və 24 min ha çətdirilməsi, yeni

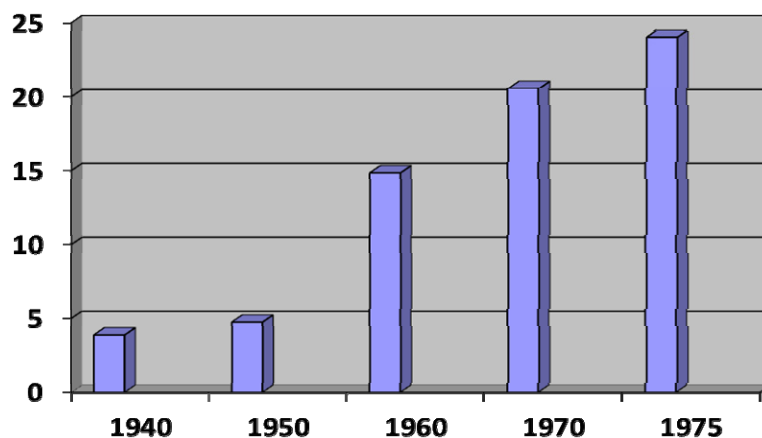
məhsuldar barama qurdlarının yetişdirilməsi, keyfiyyətli seleksiya materiallarının, SANİŞ (Daşkənd-5, Daş-kənd-9) Rusiya ipək stansiyası (Tez yetişən2, PS-5), Ukrayna ipək stansiyası (UN, US-4) və Şəki barama qurdu toxumu zavodu (Şəki-1 Şiki-2 nin) hesabına müvəffəqiyyətlər əldə edilmişdir.

Sonrakı illər isə yüksək məhsuldar cinslər, ən qısa yemləmə müddəti, tez yetişən 2 və US-4 barama qurdu toxumu 27-28 sutka ərzində barama istehsalı tamamlanır. Bu hesaba Azərbaycanda 1 qutudan 40-45 kq, Çində isə 1 qutudan 80 kq yaş barama istehsal olunurdu. Hazırda Azərbaycanda elit və super elit sortlarından 1 qutudan 70 kq yaş barama almaq mümkündür. Azərbaycanda 1991-2009 cı illərdə obyektiv və subyektiv səbəblərdən barama istehsalının inkişaf səviyyəsi son həddə enmişdir.

Təəssüflər olsun ki, əsas yem bazası sayılan tut və calğa bağları, toxmacarlıqlar 1988-ci ildən başlayaraq ölkədə baş verən hadisələrlə əlaqədar olaraq nəzarətsiz qalmış əsasən oduncaq kimi istifadə olunmuşdur. Barama qurdları toxumunu istehsal edən sahələrin fəaliyyəti dayandırılmış, bəziləri isə özəlləşdirilərək fəaliyyət istiqaməti dəyişdirilmişdir. Yem bazası olan tut calğa bağlarının yüksək həddə çatdırılması 1940-1975ci illərdə olmuşdur. Respublikada baramaçılığın inkişafında əsas yem bazası sayılan tut bağları sahəsinin dinamikası şəkildə görüldüyü kimi olmuşdur.

Azərbaycanda tut bağları sahəsinin inkişaf dinamikası (1000 ha)

Diaqram 1.



Baramaçılığın inkişafı üçün əsas yem bazası olan tut bağları sahəsi 1950-ci illərdən başlayaraq xeyli genişlənmişdir. Belə ki, 1950-ci ildən mövcud olan 4,8 min hektar tut bağlarının sahəsi, növbəti 10 ildə 14,8 min hektara, sonrakı 10 ildə 20,6 min hektara, nəhayət 1975-ci ildə isə 24,0 min

hektara çatdırılmışdır. Bu 1saylı qrafikdə göstərilmişdir Lakin sonrakı illərdə onun sahəsi qetdikcə bir sıra obyektiv və subyektiv səbəblərdən azalmağa başlamışdır.

1988-ci ildə tut bağlarının sahəsi 12727 ha-dan 1993-cü ildə 10605 hektara qədər azalmışdır ki, bu da 2122 hektara bərabərdir və işğal olunmuş torpaqlardadır.

Baramaçılığın inkişaf etdirilməsi dedikdə ilkin olaraq onun yem bazası olan məhsuldar tut calğa bağlarının salınması və inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulur. Azərbaycanda baramaçılığın inkişaf etdirilməsi ilə əlaqədar yem bazasının təşkili mühüm yer tutur. Baramanın yetişdirilməsi üçün məhsuldar tut sortlarının əldə edilməsi və əkin sahələrinin artırılması ilə bağlıdır. Belə məhsuldar tut sortlarının biri də akademik İ.K.Abdullayev tərəfindən tumurcuq variyasiyası nəticəsində alınmış bitkinin yüksək aqrotexniki zəmində becərilməsi nəticəsində yaradılmış sıxgöz-tut sortudur. Bir qram tutda 800 ədəd toxum olur. Cari ilin bir zoğunda orta hesabla 5.41 ədəd yarpaq, boy atan zoğlarda 12 yarpaq olur. Bir yarpağın kütləsi isə 1,69 qr-dır. Yüksək məhsuldar sortdur. 1936-2005-ci illərdə aparılmış sınaq işlərinin nəticəsində 30 adlıqda sortlar əkilmişdir. Uca boylu sıxgöz-tut plantasiyası(4x2.5) ölçüdə əkilməklə yarpaq məhsulu 100 s/ha, barama məhsulu 851 kq/ha, xam ipək məhsulu 91 kq hektardır.Yaxşı haldır ki, yem bazasının artırmaq məqsədi ilə yüksək məhsuldar tut calğa sortlarının əkin sahələrinin artırılmasına xüsusi fikir verilir.

2015-ci ilə Dövlət Statistika Komitəsinin dair bülletenlərində çoxillik əkin sahələri tərkibində tut tinqi sahəsi 386,5 hektar çəkilliklər 734,0 hektar, cəmi 1120,5 hektar göstərilmişdir. Hazırkı dövrdə baramaçılığı normal inkişaf etdirmək üçün hesab edirik ki, yaxşı haldır ki ,baramaçılığı inkişaf etdirmək üçün Qax rayonunda 2009-cu ildə 318 min ədəd Şəkidə 191ha. 2016-cı ildə Balakən rayonunda 250ha, Şəki rayonunda 250ha Kürdəmir rayonunda 200ha yeni məhsuldar tut sortları əkilmişdir. Qax rayonunda toxum istehsalı laboratoriyası işə salınmış,110kq barama toxumu və31,1ton barama istehsal olunmuşdur. Müqavilə əsasında Qax “Damazlıq İpəkçilik” stansiyasında 15 kq super elit və elit tut ipəkqurdu toxumu hazırlanmışdır. 2016-cı ildə Respublikanın 24 iqtisadi rayonlarına xaricdən gətirilmiş xeyli miqdarda tut tinqi əkilib becərilmişdir. 1 kq tut meyvəsində 450-500 min ədəd tut toxumu vardır. 1 ha torpaq sahəsinə 5-7 kq tut toxumu səpilir.Əkinçilik institunun bazasında bunu əldə etmək olar. Ona görə də hesab edirik ki, başlanğıc üçün xaricdən tut toxumu alınmasına ehtiyac yoxdur. Lakin ipəkqurdu toxumunun alınmasına müvəqqəti ehtiyac var.

Baramaçılığın inkişafı ilə bağlı aydın təsəvvür yaratmaq üçün aşağıda iqtisadi rayonlar üzrə bəzi iqtisadi göstəricilərə diqqət yetirmək vacibdir.

İqtisadi rayonlar üzrə baramaçılığın inkişafına dair iqtisadi göstəricilər.

Cədvəl 1.

Göstəricilər	İqtisadi rayonlar								
	Abşeron	Aran	Dağlıq Şirvan	Gəncə-Qazax	Lənkəran	Naxçıvan MR	Şəki-Zaqatala	Yuxarı Qarabəg	Cəmi
Mövcud tut -calğa bağları ha (2003-cü il)	11	3126	93	127	130	160	5611	5004	14262
Əkilməsi tələb olunan tut -calğa bağları (ha	138	3500	200	500	400	500	3500	1000	9738
Cəmi tut calğa bağları (ha)	149	6626	293	627	530	660	9111	6004	24000
Tələb olunan barama qurdu toxumu (qutu hesabı ilə)	745	33130	1465	3135	2650	3300	45555	30020	120000
Tələb olunan kumxananın tərəcə sahəsi(1000 kv.m.)	37,3	165,6	73,3	156,8	132,5	165	2,278	1,501	6000
Yaş barama istehsalı (1000ton)	44,7	1987,8	87,9	188,1	159	138	2 733,3	1801,2	7200
Quru barama istehsalı (ton)	16	736	32	69	58	73	1012	667	2663

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən hesablamalar əsasında hazırlanmışdır.

Qeyd:* Kəlbəcər-Laçın, Quba-Xaçmaz regionlarında barama istehsalına dair statistik məlumatlar olmadığı üçün cədvəldə salınmamışdır.

Tələb olunan yeni tut bağlarının salınması ilə əlaqədar mövcud meliorasiya və irriqasiya sistemləri ətrafında və yol kənarlarında tut çəkilişlərinin əkiləsi daha geniş sahədə əkin aparmağa yardım edər.

Cədvəl 1-də göründüyü kimi, əldə olunan son məlumata əsasən 2003-ci ildəki tut calğa bağlarının əkin sahəsi 14262.ha olduğunu nəzərə alaraq, ayrı-ayrı regionlarda cəmi 9738 ha tut calğa bağlarını əkmək lazımdır ki, tut calğa bağlarının əkin sahələrini ən azı 1975-ci ildəki 24 min hektara çatdırılmış olsun. Çünki 24.0 min hektar məhsuldar tut calğa bağları yem bazası olaraq pik nöqtə olan 5.9 min ton barama istehsalının təminatı olmuşdur. Bunun

üçün 120000 qutu barama qurdu toxumu və baramanın yetişdirilməsi üçün 6000000 kv.m tərcə sahəsini əhatə edən kumxana tələb olunur.

Qədim zamanlarda Çində müəyyən ediblər ki, quşlar və heyvanlar barama sürfələrini yeyəndə müxtəlif xəstəliklərə qarşı imunitetləri artır. İnsanlar tez bir zamanda anladılar ki, heyvan üçün xeyirli olan bu qida insanlara ziyan verməz və digər ölkələrdə barama sürfələrini qidalanmada istifadə edirlər. Alimlər qeyd edirlər ki, bu məhsuldan istifadə etmək insan orqanizminə yaxşı təsir edir, imuniteti artırır. Odur ki, Çin, Koreya, Yaponiya, Tailand, Hindistan, Guncay şəhəri, onun ətraf yerləri təkcə keyfiyyətli ipəyi ilə yox, həm də tut ipək qurdu və barama sürfələrindən ibarət olan nadir yeməkləri ilə məşhurdur. Bu dövlətlərdə tırtılın 5 yuxu yaşam dövründə hər yaşa aid yemək növlərində onlardan istifadə olunur. Məs: 1-ci; 2-ci yaş dövrlərində tırtıldan ibarət duru xörəklər və parda bişirilmiş yeməklərin hazırlanmasına üstünlük verirlər. İtaliyada xüsusi tırtıl yetişdirmək üçün fermalar fəaliyyət göstərir. Bu fermalar ancaq barama istehsal etmək üçün deyil həm də hər yaş dövrünə uyğun olaraq tırtıllardan, konservləşdirilmiş, parda bişirilmiş digər xörəklər hazırlanır və satılır.

Hazırlanmış müxtəlif xörəklərin ayrı-ayrılıqda fərqli satış qiymətləri var. Məlumdur ki, barama tırtılı beşinci yuxudan ayıldıqdan sonra qabığını dəyişir və özünü kənar şəraitdən qorumaq üçün cismini nazik ipək sap ilə mühafizə edir. 7-8 gün ərzində pupa çevrilir. Baramanın daxilində onların qanadları, bıqları və ayaqları böyüyür. Bunlar əmələ gəlməmişdən əvvəl (pup halında olduqda) məsələn Suçjou sakinləri ondan qida kimi istifadə edirlər.

Şəkil 4. Qızardılmış. Pupu götürüb qızardırlar. Zəncəfil, soğan, sarımsaqla yeyirlər. Lakin zərif sürfələr daxilə yumşaq, xaricdən isə xırçıldayaraq müxtəlif tərəvəz və ədviyyatla yeyilir. Düzgün hazırlanması yengəc və ya krivetka dadını xatırladır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, baramadan ipək sap və qida kimi istifadə olunan pupu, digər dövlətlərdə fərqli texnologiyalarla əldə edirlər ki, həm baramadan ipək sapın alınması və həm də baramanın içərisindəki pupu götürərək qida məhsulu kimi ondan xörəklər hazırlanmasında istifadə edilsin. Bir çox dövlətlərin mətbəxində pupdan fərqli reseptlər əsasında qidalanma məqsədi üçün müxtəlif məmulatlar hazırlanır. Koreya mətbəxində həşəratlardan hazırlanan xörəklər çox görkəmli yer tutur. Onlardan tut ipək qurdu tırtıllarından bişirilən dabbari, bondeqi (ipək qurdu sürfəsi) parda və ya yağda ədviyyatlarla birgə hazırlanır. Bondeqi



Koreyanın küçə yeməkləri siyahısında olan qida kimi tanınır və ölkənin bütün küçələrində satışına rast gəlinir.

Koreyada barama sürfələrindən istehsal olan qida məhsulları bütün ölkədə çox məşhurdur. Xüsusilə parda bişirilmiş tırtıldan hazırlanmış yeməklər, mağazalarda konservləşdirilmiş tut ipəkqurdu konservləri üstünlük təşkil edir. Bunlardan başqa tut ipəkqurdu sürfəsindən hazırlanan dondurulmuş, topdan satış üçün qablaşdırılmış və xüsusi paketlənmiş sürfələrin marketlərdə satışına üstünlük verilir.

Qovrulmuş tut ipəkqurdu tırtılının duzlu halda paketlənən məmulatı həvəskar alıcılarında ekzotik rəy yaradır. Digər formada qablaşdırılmış ayrı-ayrı çəkiddə müxtəlif qiymətlərə satılır. 130 qr, 200qr, 250 qr çəkiddə qiymətləri isə, məsələn 10 qramı 0,13 USD hesabı ilə müxtəlif qiymətlərlə marketlərdə satılır. Hindistanın Assam ştatında bişirilmiş sürfələri duzla, istiotla, göyərtilərlə qızardılmış formada qəlyanaltı kimi yeyirlər. Hətta Çin tədqiqatçıları barama qurdu sürfəsini kosmonavtlara ənənəvi qida kimi təklif etmişdilər. Çin tədqiqatçıları elan ediblər ki, həşəratlar uzunmüddətli kosmik səyahət vaxtı xilasedici kimi istifadə edilir. Yapon astrofiziki Masamiçi Yamisita təklif edib ki, gələcək Marsa qalxanların qida rasionlarına daxil etsinlər.

“Afişi”nin baş redaktorunun fikrincə qızardılmış cırcırma və barama tırtılları “Daşırak” ı xatırladır.

Yaponiyada isə 1984-ci ildə Səhiyyə Nazirliyi tərəfindən rəsmi olaraq, doğuşdan əvvəl hamilə qadınlara tut ipəkqurdu sürfəsindən toz halında hazırlanmış paraşokdan yedikləri xörəyə əlavə etməklə qidalanmalarını tövsiyyə etmişdir. Sürfələrin inkişaf etdiyi miniatür ekociotemlər, praktiki olaraq heyvan zülalının tükənməz mənbəyidir.

Barama sürfələri balıqçıların dünyasında(aləmində) çoxdan məlumdur. Qədim Çində balıqçılar balıq tutanda tırtılı tələ yemi kimi istifadə edirdilər, həm də tırtılı balıqçılıq təsərrüfatında balıqlara yem kimi istifadə edirdilər. İndiki zamanda da balıqçılar balıq tutan zaman tırtıldan istifadə edirlər. Balıq bu dadı və iyi (qoxu) çox yaxşı qəbul edir. Balıqçılar barama sürfələri konservlərindən çox istifadə edirlər və bu konservlərin çoxlu növləri ayrı-ayrı qiymətlərə satış üçün istehsal olunur. Qiymət baxımından aşağıdakı kimidir:

Baramadan, baramadan alınan ipək sapdan,xam parçadan və barama sürfələrindən kosmetikada, tibbdə, aviasiyada, kosmik tədqiqatlarda, ballastik raketlərin endirilməsində, müdafiə sənayesində, elektrotexnikada, (televizor,radio, telefon xətləri və s.) geniş istifadə olunur. Sözü gedən tut ipəkqurdundan qida sənayesində istifadə olunmasından məlumatlandıq.

Baramadan üz dərisini təravətləndirmək üçün kosmetik vasitə kimi istifadə edilir. Baxmayaraq ki, hər birimiz üz cildimizi daimi, bildiyimiz qaydada yumaqla, masaj etməklə, əlavə təravətləndirici maddələrdən istifadə

etməklə bu yolla dəriyə qulluq etməyimiz bizi razı salır, ancaq hər birimiz istəyirik ki, nə isə yeni və maraqlı bir şeydən istifadə edək. . Barama bizim cismimizin gözəlliyi üçün yaxın köməkçi ola bilər. Biz baramanın ən əsas sadə və effektiv olmasından danışacağıq. Əsasən də üz dərisinin təmizlənməsindən.

Axşam duş qəbulundan əvvəl qaynar suya bir ədəd barama salınır, bunu duş qəbul etməzdən qabaq edirik. Üzün dərisi duş qəbulu ilə əlaqədar yumşalır, bu zaman ərzində barama da yumşalır. Bundan sonra üzə yağ çəkilir (adi təmizləmədən), yüngül masajdan sonra pambıqla silirik, sonra yağı birdə təkrarən çəkirik. Uc hissəsi kəsilmiş baramanı barmağımıza keçirib bütün üzümüzdəki masaj xətlərinə ehmalca çəkirik, dərinə təmizləyərkən möhkəm sürtmək olmaz, çünki dəri zədələnmə bilər xüsusən də dəri çox həssasdırsa. Bir barama 2-3 dəfə istifadə olunur, əgər onu hər istifadədən sonra yuyursansa. əvvəlcədən istifadə etmək üçün qaynar suya yumşalma məqsədi ilə salınmış barama suyu ilə baş dərisindəki saçlarınızı isladın. Elə bilməyin ki, onun təsiri birinci dəfədən hiss olunacaq. Təsiri hissə-hissə bilinəcək məhlulun tərkibində serisin maddəsi olduğuna görə baş tükünün tökülməsinin qarşısını alır. Bu proseduru hər gün yox, həftə ərzində 2-3 dəfə etmək lazımdır.



Barama ilə.Barama tırtılı özünü xarici təsirlərdən qorumaq üçün toxuduğu ipək sapdan ibarət olan evinə nəzər salaq: *Kəpənək* evində (baramanın daxilində) serisin maddəsi var, bu maddə dəriyə müsbət təsir edir. Uzun müddət istifadə edəndə dəridə olan piy qabarcıqları (pigment) azalır, dərinin görkəmi yaxşılaşır, dəriyə tərəvət və parıltı verir. Bəzi mənbələrdə yazırlar ki, çapıqlığı aradan götürür, dərinə hamarlaşdırır. Lakin nəzərə almalıyıq ki, görkəminizdən və dərinizdən razı qalmağınız üçün başqa bir şərti, sağlam qidalanma, yuxu, idmanla məşğul olma və yaxşı əhval-ruhiyyəni də nəzərə almalıyıq. Bütün bunlar gözəl dəri əldə etmək üçün əsas şərait yaradır.

Tut ipək qurdu tırtıllarından. qida kimi istifadə etmək üçün maraqlanan kumçülər və iş adamları üçün kömək məqsədi ilə təlimat.

1.Süfrədən qida məhsulu istehsal edib satışını təşkil etmək üçün yerli sertifikat almağa ehtiyac var. Yerli mütəxəssislərin və aidiyyəti qurumların razılaşdırılmasından sonra verilir.

2.Süfrədən qida məhsulu istehsal edib xaricə satmaq üçün (ixrac) tək yerli sertifikatın olması kifayət deyil.Lazımdır ki, hər hansı dövlətə satmaq üçün əlbəttə ki, ixrac olunacaq Dövlətlərin sertifikatını almağa ehtiyac var.

Sertifikatın alınması üçün qayda belədir.Sertifikat verən ölkənin nümayəndəsi bu ölkəyə gəlib, tırtılın saxlanılıb yetişdirilməsini, mütə-

xəssislərin görülməsi, iqlim şəraitini və hansı şəraitdə yetişdirilməsini ,ekoloji təmizliyi nəzərə alınır və s.görüb razılaşıdıqdan sonra aidiyyatı təşkilat tərəfindən verilir.

Azərbaycan respublikasında statistika məlumatına əsasən Cin dövlətindən 77 şirkətdən 42min, Hindistandan 16 min və s, vətəndaşı əmək faliyyəti ilə məşqul olurlar. Koreyadan.Yaponiyadan, İtaliyadan və Avropadan təxminən 120 minə yaxın vətəndaşlar əmək fəaliyyəti ilə məşğuldur. Biz əvvəllərdə qeyd etmişdik ki, bir çox dövlətlər baramaçılığın inkişafı ilə, keyfiyyətli ipək istehsalı əldə etməklə yanaşı həm də tut ipək qurdu və barama sürfələrindən ibarət nadir yeməklər mətbəxinə malikdir.

Azərbaycan inkişaf etmiş dövlətlər siyahısında gedir və eləcə də üstünlük təşkil edən çox sahəli mətbəxi ilə bir çox dövlətlərdən seçilir.

Nəzərə alsaq ki, adı gedən dövlətlərdən Azərbaycanda çalışan işçiləri və gələn turistləri də nəzərə almaqla onların çox sevdiyi qidaları öz mətbəximizə əlavə etsək mətbəximizi daha da zənginləşdirmiş olarıq. Azərbaycanda bu sahənin inkişaf etdirilməsi hansı müsbət zəmin yarada bilər?

1. Baramaçılığın inkişaf etdirilməsi ilə məşqul olan gənc kumdarların və iş adamlarının bu sahəni daha dərindən öyrənməsi və maddi maraq yaranması üçün bir metoddur.
2. Baramaçılığın inkişaf etdirilməsi ilə yanaşı tut ipək qurdu tırtıllarının inkişaf etdirilməsinin iqtisadi səmərəliliyini.
3. Dünya ölkələrində əhalinin məşqulluğuna çox böyük üstünlük verilir. Azərbaycanda baramaçılığın inkişaf etdirilməsində statistikanın məlumatına əsasən 140 min təsərrüfat çalışır. Bunlar kiçik təsərrüfatlardır. Hər birində 3 nəfər ailə üzvü çalışmasını nəzərə alsaq bu təsərrüfatlarda 420 min nəfər məşqulluğa cəlb olunması müəyyən olunur.
4. Azərbaycan inkişaf etmiş ölkələr siyahısındadır və eləcə də xarici qonaqların dediklərinə görə dadlı ləziz mətbəxi ilə öz münasib yerini tutub, inkişaf etmiş dövlətlərin mətbəxlərinə inteqrasiya etməsi Azərbaycan mətbəxini daha da gücləndirər.
5. Xarici dövlətlərdən Azərbaycanda əmək fəaliyyəti ilə məşqul olan vətəndaşların qəbul etdikləri, zövqlərini oxşayan xörəklərlə mətbəximizi daha da zənginləşdirər.
6. İş sahəsində həm mütəxəssis hazırlığı və əlavə iş yerləri yaradılmasına zəmin yaradar.
7. Azərbaycana məxsus olan qidanın istehlak səbətinə kkalorinin saxlanılmasına müsbət təsir etməsi.

Barama qurdunun qida sənayesində və digər sahələrdə geniş miqyaslı istifadəsi diqtə edir ki, qurdların təmiz qanlı ekoloji yetişdirilməsinə kumdarlar tərəfindən diqqət edilməlidir.

Kümxanada tırtıllar bütün yaşları ərzində lazımı temperatur, rütubət, işıq və təmiz hava ilə təmin olunduqda yemləmə müvəffəqiyyətlə başa çatır və yüksək keyfiyyətli məhsul əldə edilir.

Ədəbiyyat

1. Əfəndiyev Z. N. İpəkçilik.Səh.9. 10. Azərbaycan dövlət tədris-pedoqoji ədəbiyyatı nəşriyatı Bakı 1967.
2. Sadıqov.Ə. Azərbaycanın yemlik seleksiya tut sortları. Səh. 15.18.66.70.130. Gəncə 2008.
3. Sadıqov A.H. “Tut ağacı bitkisinin əhəmiyyəti və məhsul istehsalının artırılması yolları” Az.ETKTİvə Tİ-nun elmi əsərləri. BAKI-2014-BAKY №2
4. İnternet məlumatları: www.8lap.ru/section/proshie/tutovyy-shelkopryad-stadü-razvitiya/

A.Sadıqov

The development of silkworm breeding in azerbaijan Summary

The article is the method for the young sericulturists and businessmen who are engaged with the development of sericulture and it covers their learning of this field deeply, creating their financial interest and getting economic efficiency. Simultaneously, the ecological healthy cultivation of cocoon, enlargement and exportation of our excelling cuisine are envisaged.

A.Садыгов

Развитие шелководства в Азербайджане Резюме

В статье отражен один из методов развитие коконов в Азербайджана. Особое внимание в статье уделяется повышению квалификации и глубокому изучению молодыми киндорами и деловыми людьми производство коконов шелкопряда, так же уделяется внимание материальному стимулированию и экономической рентабельности коководство. Республике одновременно на протяжении всего цикла выращивания коконов шелкопряда создаются такие санитарно-гигиенические условия, что выращенная продукция является экологически чистым и может быть экспортирован в зарубежные страны.

Rəyçi:

**Akif Vəliyev
iqtisad üzrə elmlər doktoru, dosent**

IRADƏ MANAFOVA
ADNSU
irada.manafova1958@Gmail.com

INTERNATIONAL TRADE

Açar sözlər : ticarət, beynəlxalq, Avropa İttifaqı, siyasət, tələbnamə, bazar, təkmiləşdirmə, qanun, valyuta, ölkə, hörmət etmək, iqtisadiyyat, insan hüquqları, maliyyə, şəffaf

Key words: trade, international, European Union, policy, requirement, market, improvement, law, currency, country, to respect, economy, human rights, financial, transparent

Ключевые слова: торговля, международный, Евросоюз, политика, требование, рынок, усовершенствование, закон, валюта, страна, уважать, экономика, права человека, финансовый, прозрачный

The establishment of the European Union intended to work toward common goals of European countries. The free trade zone or economic community was and is very successful which seeks special purposes such as political dialogue, free trade and freedom of movement, economic, financial, and cultural cooperation. Special attention was focused on the trade laws, regulations, and other issues. The key objectives are to keep market open, ensure fair trade, enforce the legislation objectively and transparently, ensure trade partners, respect WTO legislation and promote improvements to the system. The European Union provides sovereignty to its Members to act as independent ones on behalf of the European Union or in other words to welfare and interest of the Union as a whole (European Union). The integration of the EU after 2nd World War enabled the EU is to raise standards of living, build an internal market, launch the common currency-euro, strengthen the Union's voice in the world. To realize these goals the EU has been implementing several trade defense instruments:

1. Anti-dumping policy
2. Anti-subsidy policy
3. Regulation on trade barriers
4. Protective measures

The EU even uses a common currency, the euro monetary system which tend to make trade zone more effective and compatible in the international market. The EU has such a structure that there are 5 institutions and each of them is responsible for a respective objective (European Union).

Today the EU is one of the influential and largest trade blocs or single markets that include 15 member countries. Those 15 member countries

totally have more than 370 million consumers and account for 20% of the world's exports. The EU is going to enlarge and accept 13 European countries. The EU also intended to improve the relations with non-member countries and for this purpose it planned to develop special policies on trade with nonmember countries. Nowadays, the EU is on the 5th place ahead of the US and Japan. The EU is the leading player in international market. The EU was established after 2nd World War. France, officially undertook the establishment of the EU proposing to create the first concrete foundation a European federation. On May 9, 1950 the EU was created and initially six European countries joined to the EU: Belgium, Germany, France, Italy, Luxemburg, and the Netherlands. Then 9 countries joined to the EU and today the number of the member countries is 15 (later joined Denmark, Ireland, the United Kingdom, Greece, Spain, Portugal, Austria, Finland and Sweden). The EU today is preparing for the accession of 13 European countries – Bulgaria, Czech Republic, Estonia, Cyprus, Latvia, Lithuania, Hungary, Malta, Poland, Romania, Slovenia, Slovakia and Turkey. In order to join the EU, these countries need to fulfill the economic and political requirements, which in other terms called “ Copenhagen criteria “. Those requirements are mainly related to the following:

1. Member countries must be a stable democracy, respecting human rights, the rule of law and the protection of minorities;
2. Member countries must have a functioning market economy;
3. Member countries adopt the common rules, standards and policies that make up the body of EU law.

As these countries have not yet fulfilled all the requirements, they need financial resources or in other words they need money. The EU assists those countries providing financial resources to those countries. The EU provides sovereignty to its Members to act as independent ones on behalf of the EU or in other words to welfare and interest of the Union as a whole. All of these countries will integrate in order to realize the principal objectives of the EU. Those objectives are:

1. Establish European citizenship
2. Ensure freedom, security and justice
3. Promote economic and social progress
4. Assert Europe's role in the world
5. Institutions implement all of these objectives:

European Parliament (EP)- This represents the will of 374 million European citizens' and assembles pan-European political groups that operate in Member states. The overall task of the EP is to make and adopt the laws with Council, to adopt the budget at the end, and control all institutions. It is elected every five years. Council of the European Union – This is the most

influential institution in decision making process. The main functions of this institution is to exercise the issues related to the legislation, to suggest and monitor the international agreements, implementing foreign and security policy, monitor the budget of the EU with the EP and finally to coordinate the activates of the Member States. European Commission (EC) – EC play the leading force in the Union’s institutional system. It is mainly responsible for creating the initial outline of legislation, implementing the legislation to assure that law is property applied, and representing the EU in international scope and signing trade and cooperation agreements. Court of Justice- This institution is responsible only the issues related to the justification. It justifies the disputes that arise among Member States, EU institutions, businesses and individuals. They check whether laws are in the accordance with the justice or not. Court of Auditors – Its major function is to check whether all the Union’s revenues and expenditures are going in a regular manner, according to the EU budget. Today European Union is the leader in the international trade and with its member countries it makes up the fifth of the world trade. The EU had 4 trade defense instruments, which enables the EU to achieve its objective related with economic and social progress. Also this will lead the assertion of the EU’s role in the world. Those instruments are the followings:

1. Anti-dumping policy, which had the meaning of taking steps to stop the process which enables the exporters to bring goods at such a price which is lower compare with the prices of the goods in the domestic market

2. Anti-subsidy policy that intended to restrict or fully eliminate the imports of those goods that in the third country of origin had low prices. Those prices are artificially kept low by public subsidies.

3. Regulations on trade barriers – above mentioned policies resulted reinstating temporary custom duties on the imports that are in the question.

4. Protective measures – if the amount of the imported goods increases very rapidly which hurt the national producers, there should be undertook protective measures such as restricting the imports.

The EU to make the integration more efficient uses these trade defense instruments. Since today they achieved stability, peace and economic prosperity. These resulted in the raise of living standards, building an internal market, launch the euro and the strengthening the Union’s voice in the world. Today the EU has 15 members counting more than 370 million consumers, which account about 20% of the world exports. Later on the EU’s mission is to enlarge and include more nations. Today the position in world trade based upon the trade sector, is a large and increasingly important portion of the economies of all nations. Of particular importance to emerging nations, the trade sector can provide a certain degree of leverage for economic growth since international trade can release domestic industries

from being restricted to only small local markets. Indeed, international competition has had an increasing impact on the national economy of most nations. Consequently, international competitiveness has become an important socio-political issue in virtually every nation. The notion of the competitiveness of nations is a controversial and complex issue. There are some authors who deny the importance of this concept especially in a world of flexible currency regimes, others decry the importance of the concept in analysis and policy. Even if it is considered as important, the concept of competitiveness lacks an universally accepted definition as well as a broad consensus on the appropriate empirical measures. International trade generally refers to the ability of a country to expand its shares in domestic and world market. Some definitions focus predominantly on external balances, implicitly assuming that exports and imports will not be balanced even in the long run by flexible currencies.

The importance of international trade in economic growth and development has been recognized as early as the mercantilist area of economic thought. This doctrine emphasizes the importance of international trade, and pioneered the accounting notion of the balance of payments between a nation and the rest of the world. This mercantilist trade theory was based on the idea that a country might have absolute advantage over the other product. So, this country would export its more competitive products and take advantages of markets of its trading partners. Technological changes and the continuous fall in communication and transport costs have been a major factor behind global integration and most countries are reversing import-substitution policies designed to prevent the need for trade. Governments are increasingly seeking to improve the international competitiveness of their economy rather than shield it behind protective walls. Developing countries have made tremendous progress in education and steady improvements in physical capital and infrastructure, thus boosting their productive capacity and enabling them to compete in world markets. This shift in development strategy has been reinforced by communication technologies, which have made the world easier to navigate. Goods, capital, people and ideas travel faster and cheaper today than ever before.

International trade has come to occupy the center stage in the economic activity, growth, and development processes of most modern societies. Today's world economic order (disorder) has simply rendered almost every modern economy to be heavily dependent on its foreign trade sector. And in no aspect in this trend more remarkable than the aspect of international competitiveness and the immense importance it now holds for the prospects of survival or failure of nations in their ability to obtain the maximum economic potentials from international trade.

Ədəbiyyat

1. Posner M. “International Trade and Technical Change “Oxford , 2001
2. Ricardo D. “On Foreign Trade “ Cambridge, 2000
3. Vernon R. “ The Technology Factor in International Trade “ New York, 1999
4. Viner J “ Studies in International Trade theory “ London, 2005
5. Theberg J.D. “ Economics of Trade and Development “ London, 2003
6. Young A. “Increasing Returns and Economic Progress “ London, 2007

I.Manafova

Beynəlxalq ticarət

Xülasə

Məqalə beynəlxalq ticarətin əsas prinsiplərinə həsr olunub. Beynəlxalq ticarətin inkişafına təkan verən müxtəlif iqtisadi amillər var. Bugun Avropa İttifaqı dünyanın ən böyük ticarət qurumlarından biridir. Avropa İttifaqı dünya ticarətində beşinci yer tutur. Bu ittifaqa daxil olan 15 ölkənin 370 milliondan çox istehlakçısı var və bu da dünya ixracının 20% təşkil edir. Ticarət siyasəti ticarət aparan partnyorlar arasında müqavilələr bağlanmasına əsaslanır. Bu razılaşmaların açarı-cəlb olunmuş ölkələrin məqsəd və vəzifələrinin təyin olunmasıdır.

İxrac və idxaldan ibarət olan beynəlxalq ticarətin həcmi daima artır, mal və xidmətlərin fasiləsiz axını ölkələri bir-birinə daha sıx birləşdirir. İxrac və idxalın ümumi həcmi xarici ölkələrlə xarici ticarətin mal dövriyyəsinə təşkil edir. Uzun müddətə artan ticarət həcmi və yüksək səərəlilik hər bir kəsin həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə gətirir. Və bugün beynəlxalq ticarət iqtisadi çiçəklənmənin ən etibarlı yollarından biridir.

Международная торговля

Резюме

Статья посвящена основным принципам международной торговли. На развитие международной торговли оказывают влияние различные экономические факторы. Сегодня Евросоюз является одним из больших торговых блоков в мире. Он занимает пятое место в мировой торговле. У 15 стран, членов Евросоюза, более 370 миллионов потребителей и это составляет 20% мирового экспорта.

Торговая политика базируется на подписании соглашений между торговыми партнерами. Ключем к этим соглашениям является определение целей и обязанностей привлеченных стран. Рост экспорта и импорта в международной торговле ведет к укреплению отношений между странами. Общее количество экспорта и импорта составляет товарооборот между странами. Темпы роста международной торговли приводят к повышению уровня жизни населения. И сегодня, международная торговля является самым надежным путем экономического процветания.

Рәуғи: **Samirə Məmmədova**
İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru

Mündəricat

SAHİB ƏLİYEV, FAMİL ƏHMƏDOV AQRAR SAHƏDƏ SƏMƏRƏLİ KOOPERASIYANIN TƏŞKİLİ İMKANLARI	3
FARIDA HUSEYNOVA CREATING EQUAL EMPLOYMENT OPPORTUNITIES WITHIN ORGANIZATIONS.....	9
VƏLİ RZAYEV NƏQLİYYAT SİSTEMİNİN AQRAR SAHƏNİN İNKİŞAFINDA ROLU VƏ ONUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI	15
NATİQ QURBANOV XIX ƏSRİN II YARSINDA AZƏRBAYCANDA KƏND TƏSƏRRÜ	21
AYNUR YUNSUROVA INCREASING WAYS OF THE PRODUCTION EFFICIENCY IN OIL-GAS INDUSTRY	28
R.BABAYEVA THE ROLE OF ADVERTISING IN ECONOMY OF AZERBAIJAN FOR 2012-2016	33
РЕНА ЗУЛЬФУГАРОВА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ВИЗУАЛЬНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ	39
УЛЬКЕР САДЫГОВА КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: КАК КУЛЬТУРА ВЛИЯЕТ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ	45
AKİF SADIQOV AZƏRBAYCANDA BARAMAÇILIĞIN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ .	50
İRADƏ MANAFOVA INTERNATIONAL TRADE.....	59

**"Elm və təhsil" nəşriyyatının direktoru:
professor Nadir Məmmədli**

Çapa imzalanmış **28.12.2017**.
Şərti çap vərəqi **4,5** Sifariş № **2**
Kağız formatı **70x100 1/16**. Tiraj **300**.

*Jurnal "Elm və təhsil" nəşriyyat-poliqrafiya müəssisəsində
hazır diapozitivlərdən çap olunmuşdur.*

E-mail: elm.ve.tehsil@mail.ru

Tel: 497-16-32, 012-511-05-58, 050-201-05-58

Ünvan: Bakı, İçəri şəhər, 3-cü Maqomayev döngəsi 8/4.

