Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

Azerbaijan Tourism and Management University

Turizm

və

qonaqpərvərlik tədqiqatları

Beynəlxalq jurnal

Tourism

and

Hospitality Studies

International journal

Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları
"BİROL GROUP" MMC, Bakı, 2024, 80 səh.
ISSN 2409-6032 / *E-ISSN -2959-8389*
***DOI* 10.61226/12.2.2023/20243**

Jurnal Azərbaycan Respublikasının Ədliyyə Nazirliyində 05.12.2011-ci il tarixli 3507 № ilə qeydiyyata alınmış, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyası Rəyasət Heyətinin 16 may 2014-cü il tarixli (protokol № 07-R) qərarı ilə **İqtisad elmləri, Tarix elmləri** və **Sənətşünaslıq üzrə** (6219.01-*Kulturologiya və onun ümumi məsələləri;* 6220.01-*Muzeyşünaslıq*) "Azərbaycan Respublikasında dissertasiyaların əsas nəticələrinin dərc olunması tövsiyə edilən nəşrlərin siyahısı"na daxil edilmişdir.

Tourism and Hospitality Studies
"BİROL GROUP" LLC, Baku, 2024, 80 p.
ISSN 2409-6032/ *E-ISSN -2959-8389*
***DOI* 10.61226/12.2.2023/20243**

The journal was registered at the Ministry of Justice of the Republic of Azerbaijan by Minutes № 3507 dated 05.12.2011 and included in the list of periodical scientific publications where the main results of the theses on **Economic Sciences, History Sciences** and **Cultural Studies** (6219.01-*Cultural Studies and its general issues*; 6220.01-*Museum Study*) are recommended to be published by the decision dated May 16, 2014 (Minutes № 07-R) of the Board of Supreme Attestation Commission attached to the President of Azerbaijan.

Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları
Tourism and Hospitality Studies
Beynəlxalq jurnal/International journal
İl 13, Say 3, 2024/ Volume 13, Number 3, 2024
ISSN 2409-6032,
E-ISSN -2959-8389
***DOI* 10.61226/12.2.2023/20243**

Redaksiya Şurası	**Editorial board**
Fuad Nağıyev *Redaksiya şurasının sədri*	Fuad Nagiyev *Chairman of Editorial board*
İlham Mədətov *Baş redaktor*	Ilham Madatov *Editor-in-Chief*
İranə Əliyeva *Baş redaktorun müavini*	İrana Aliyeva *Deputy Editor-in-Chief*
Redaksiya Şurasının üzvləri	**Editorial board members**
Zaur Bağırov	Zaur Bagirov
Nəsirulla Nəsirli	Nasirulla Nasirli
Bahadur Bilalov	Bahadur Bilalov
Kənan Allahverdiyev	Kanan Allahverdiyev
Hafiz Hüseynov	Hafiz Huseynov
Cənnətxan Eyvazov	Jannatkhan Eyvazov
Əli Əlirzayev	Ali Alirzayev
Rəna Sultanova	Rana Sultanova
Vüqar Nəzərov	Vugar Nazarov
Novruz Quliyev	Novruz Guliyev
Həbibə Sultanova	Habiba Sultanova
Məhərrəm Zülfüqarlı	Maharram Zulfugarli
Kərim Şükürov	Karim Shukurov
Əliağa Məmmədli	Aliaga Mammadli
Minaxanım Əsədova	Minakhanim Asadova
Sabirə Dünyamalıyeva	Sabira Dunyamaliyeva
Günay Qafarova	Gunay Gafarova

Əcnəbi üzvlər

Cəfər Cəfəri (ABŞ)
Eva Verner (Avstriya)
Ömər Baybars Tek (Türkiyə)
Mustafa Tanyeri (Türkiyə)
İkbal Aksulu (Türkiyə)
Bülent Himmetoğlu (Türkiyə)
Hilmi Yüksel(Türkiyə)
Uve Veithöner(Almaniya)
Vladimir Şalayev(Rusiya)
Alberto Romero-Ania
(İspaniya)

Foreign members:
Jafar Jafari (USA)
Eva Werner (Austria)
Omer Baybars Tek (Turkey)
Mustafa Tanyeri (Turkey)
Ikbal Aksulu (Turkey)
Bulent Himmetoglu (Turkey)
Hilmi Yuksel (Turkey)
Uwe Weithoner (Germany)
Vladimir Shalayev (Russia)
Alberto Romero-Ania (Spain)

MÜNDƏRİCAT

Tale HÜSEYNLİ
COVİD-19 PANDEMİYASININ AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINA TƏSİRİ……..….7

Mehrab KƏRİMLİ
BANK SİSTEMİNİN FORMALAŞMASI VƏ TƏKAMÜLÜ.....17

Elgün MƏMMƏDLİ
AZƏRBAYCAN VƏ BÖYÜK BRİTANİYA ARASINDA İQTİSADİ ƏMƏKDAŞLIQ: PROBLEMLƏR VƏ İMKANLAR.....27

Ceyhun NURİYEV
DAVAMLI TURİZMİN İNKİŞAFINDA KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ HƏRƏKƏTVERİCİ QÜVVƏ KİMİ.....33

Fuad CABBAROV, Rüfət RƏHİMOV
İDMAN TƏŞKİLATLARI DAXİLİNDƏ FƏALİYYƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ SƏMƏRƏLİLİYİN ARTIRILMASI.....43

Vasif ƏLİYEV
AZƏRBAYCAN MƏDƏNİYYƏT MEYARLARININ AZƏRBAYCANLI MENECERLƏRİN MƏDƏNİYYƏT MEYARLARI İLƏ MÜQAYİSƏSİ.....54

Hacı QASIMLI
İNFORMASİYA KOMMUNİKASİYA TEXNOLOGİYALARININ TURİZM SEKTORUNDA EFFEKTİVLİYİ.....62

Firuzə RAŞOVA
MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI ÜNSİYYƏTİN ƏSASLARI.....69

CONTENTS

Tale HUSEYNLI
IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE ECONOMY OF AZERBAIJAN……7

Mehrab KARIMLI
FORMATION AND EVOLUTION OF THE BANKING SYSTEM……..17

Elgun MAMMADLI
ECONOMIC COOPERATION BETWEEN AZERBAIJAN AND GREAT BRITAIN: PROBLEMS AND OPPORTUNITIES…….27

Jeyhun NURIYEV
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES AS A DRIVING FORCE IN SUSTAINABLE TOURİSM DEVELOPMENT.....33

Fuad JABBAROV, Rufat RAHIMOV
IMPROVING THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF ACTIVITY IN SPORTS ORGANIZATIONS.....43

Vasif ALIYEV
COMPARISON OF AZERBAIJANI CULTURAL DIMENTIONS WITH THE CULTURAL DIMENTIONS OF AZERBAIJANI MANAGERS..…54

Haji GASIMLI
EFFECTIVENESS OF INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE TOURISM SECTOR.....62

Firuza RASHOVA
INTERCULTURAL COMMUNICATION BASICS……..…69

DOI: doi.org/10.61226/12.2.2023/20243.1
UOT: 33
Tale HÜSEYNLİ
Bakı Avrasiya Universiteti, doktorant
talehuseynli15@gmail.com
https://orcid.org/0009-0008-6913-9752

COVİD-19 PANDEMİYASININ AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINA TƏSİRİ

Xülasə: Koronavirus iqtisadiyyatın demək olar ki, bütün sahələrinə təsir etmişdir. Bəzi yerlər zərər çəkib və tənəzzülə uğrayıb, digərləri isə inkişaf edib pandemiyadan yararlanmışlar. COVİD-19 pandemiyası qlobal iqtisadi böhrana səbəb olmuşdur. Pandemiyanın təsirləri çox güman ki, onilliklər ərzində bütün dünyada hiss olunacaq. COVID-19 pandemiyasının qlobal təhlükəsi fərdlərə, ailələrə, icmalara və şirkətlərə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir. Millətlər COVİD-19-un humanitar və biznes nəticələrini yumşaltmaq üçün həm ölkə daxilində, həm də ölkə daxilində müxtəlif tədbirlər həyata keçirməyə başladılar. Qlobal pandemiyanın nəticələri, eləcə də bu şəraitdə həll edilməli olan fövqəladə hallar, biznesdə getdikcə daha çox hiss olunurdu.

Virusun nə qədər sürətlə yayıldığını nəzərə alsaq, onun bizneslərə və maliyyə bazarlarına davamlı mənfi təzyiq göstərdiyini də görə bilərik. Bu hal dünya miqyasında fəlakətin başlanğıcı kimi qiymətləndirilir. Digər tərəfdən, tədarük və paylama marşrutlarında fasilələr, iş yerlərinin və limanların bağlanması, gömrük proseslərinin pozulması, kadr çatışmazlığı, istehlakın azalması kimi çətinliklər birja əməliyyatlarına gündən-günə mənfi təsir göstərməkdə davam edir. COVID-19-un dünyada, xüsusən də inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda davamlı məruz qalması sənayeləşmiş ölkələrlə müqayisədə inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatların makroiqtisadi qeyri-sabitliyin əsas mənbəyi kimi baxıldığını göstərir.

Bütün bunları nəzərə alsaq, məqalənin mövzusunun kifayət qədər əhəmiyyətli olduğu aydın olur. Məqalədə pandemiyanın qlobal iqtisadiyyata, o cümlədən Azərbaycana zərərli təsiri dərindən araşdırılır və vurulan zərərin azaldılması üçün tədbirlər müəyyən edilir.

Açar sözlər: COVİD-19, pandemiya, zərər, qeyri-sabitlik, iqtisadi inkişaf

Tale HUSEYNLI

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE ECONOMY OF AZERBAIJAN

Abstract: The coronavirus has affected almost all sectors of the economy. Some places have suffered and declined, while others have grown and benefited from the pandemic. The COVID-19 pandemic has caused a global economic crisis. The effects of the pandemic will likely be felt around the world for decades. The global threat of the COVID-19 pandemic has had a significant impact on individuals, families, communities and companies. Nations have begun to implement a variety of measures both domestically and internationally to mitigate the humanitarian and business consequences of COVID-19. The consequences of the global pandemic, as well as the emergency situations that had to be dealt with in this environment, were felt more and more in business.

Given how quickly the virus is spreading, we can also see it putting continued negative pressure on businesses and financial markets. This situation is considered as the beginning of a global disaster. On the other hand, difficulties such as interruptions in supply and distribution routes, closure of workplaces and ports, disruption of customs processes, shortage of personnel, and decrease in consumption continue to have a negative impact on stock exchange operations day by day. The continued exposure of COVID-19 around the world, especially in developing economies, suggests that developing economies are viewed as a major source of macroeconomic instability compared to industrialized countries.

Considering all this, it becomes clear that the topic of the article is quite important. The article examines the harmful impact of the pandemic on the global economy, including Azerbaijan, and measures to reduce the damage are determined.

Keywords: COVID-19, pandemic, damage, instability, economic development

Тале ГУСЕЙНЛИ

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ЭКОНОМИКУ АЗЕРБАЙДЖАНА

Абстракт: Коронавирус затронул практически все отрасли экономики. Некоторые места пострадали и пришли в упадок, в то время как другие выросли и извлекли выгоду из пандемии. Пандемия COVID-19 вызвала глобальный экономический кризис. Последствия пандемии, вероятно, будут ощущаться во всем мире в течение десятилетий. Глобальная угроза пандемии COVID-19 оказала

значительное влияние на отдельных людей, семьи, сообщества и компании. Страны начали осуществлять различные меры как внутри страны, так и за рубежом, чтобы смягчить гуманитарные и деловые последствия COVID-19. Последствия глобальной пандемии, а также чрезвычайных ситуаций, с которыми приходилось бороться в этой среде, все больше ощущались в бизнесе.

Учитывая, как быстро распространяется вирус, мы также видим, что он оказывает продолжающееся негативное давление на бизнес и финансовые рынки. Эту ситуацию рассматривают как начало глобальной катастрофы. С другой стороны, такие трудности, как перебои в маршрутах поставок и распределения, закрытие рабочих мест и портов, нарушение таможенных процессов, нехватка кадров и снижение потребления, продолжают изо дня в день оказывать негативное влияние на работу фондовых бирж. Продолжающееся воздействие COVID-19 во всем мире, особенно в развивающихся странах, позволяет предположить, что развивающиеся страны рассматриваются как основной источник макроэкономической нестабильности по сравнению с промышленно развитыми странами.

Учитывая все это, становится ясно, что тема статьи достаточно важна. В статье рассматривается пагубное влияние пандемии на мировую экономику, в том числе на Азербайджан, и определяются меры по снижению ущерба.

Ключевые слова: COVID-19, пандемия, ущерб, нестабильность, экономическое развитие.

Giriş

Pandemiya zəminində tətbiq edilən və dünya iqtisadiyyatlarına ən çox təsir edən məhdudiyyətlərdən biri də hava uçuşlarının dayandırılması ilə əlaqədar turizm və nəqliyyat sektorunda olmuşdur. Bu, neft bazarında tələb və təklif balansını pozaraq, neftin qiymətinin sürətlə çökməsinə və hətta mənfi dərəcəsinə qədər enməsinə səbəb oldu. Bütün dünyada turizm agentlikləri, otellər və restoranlar koronavirus səbəbilə ciddi problemlər yaşamışdır. İnsanlar virusa görə səyahət etməkdən qorxduqları üçün turizm bölgələri ciddi iqtisadi itkilərlə qarşılaşır. Dünyada bir çox iqtisadi sektorlarda, xüsusən də xidmət sektorunda rekord iqtisadi tənəzzülə səbəb olan pandemiya bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin ÜDM-də rekord azalmaya səbəb olmuşdur. Dünya Bankının hesabatına görə, pandemiya başlıca olaraq, kiçik və orta biznesə ciddi zərbə vurmuşdur. Bu da öz növbəsində işsizliyin səviyyəsinin artmasına gətirib çıxarmışdır.

Azərbaycan da pandemiyadan müəyyən qədər zərər çəkən ölkələr sırasında yer tutur. Eyni dövrdə neftin qiymətinin sürətlə aşağı düşməsi və büdcə gəlirlərinin yarısından çoxunun neftdən olması səbəbindən bu təsir daha da artırıb, Azərbaycanın işğal altında olan Dağlıq Qarabağ və ətrafının erməni işğalından azad edilməsi ilə nəticələndi, bunun iqtisadi səmərəsini də öz növbəsində artırdı. Belə ki, 2020-ci ilin ilk aylarına müsbət iqtisadi artımla başlayan ölkə iqtisadiyyatı daha sonra pandemiya nəticəsində gerilədi. 2020-ci ilin sonunda iqtisadi artım mənfi oldu və ölkə iqtisadiyyatı 3,5 faiz kiçildi. Qeyd edək ki, hazırda digər inkişaf etmiş və qonşu ölkələrlə

müqayisədə bu rəqəm heç də pis deyil.

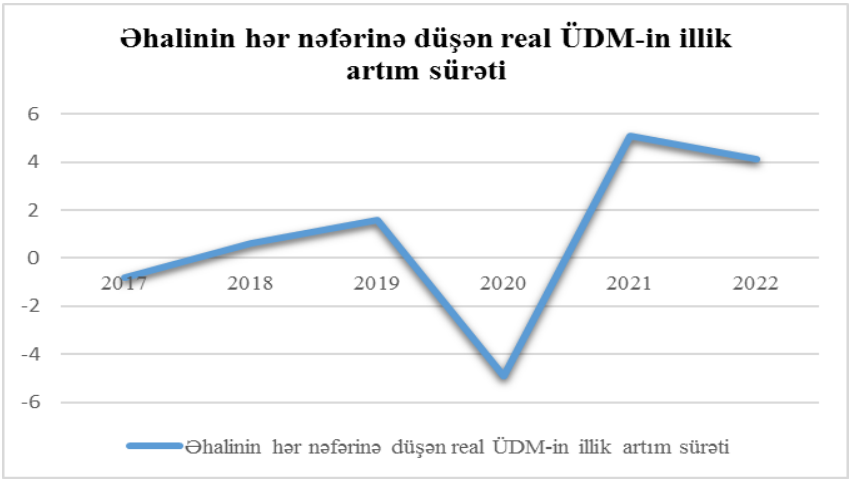
Azərbaycanda COVID-19 pandemiyasının mənfi nəticələrini konkret olaraq qiymətləndirdikdə Azərbaycanda yaşayış müəssisələrinin fəaliyyətindən əldə olunan gəlir 2006-cı ildə 74,3 milyon manat olduğu halda, 2019-cu ildə bu rəqəm təxminən 7 dəfə artaraq 450 milyon manata çatmışdır[1].

COVİD-19 Pandemiyası həm qlobal, həm də ayrı-ayrı ölkələr daxilində iqtisadi fəlakətə səbəb oldu. Bu da öz növbəsində pandemiyanın qlobal iqtisadiyyata potensial təsiri ilə bağlı qeyri-müəyyənlik və narahatlıq yaratmışdır. Koronavirus iqtisadi itkilər verdi və görünməmiş qlobal iqtisadi çöküşlə nəticələnmələrə yol açdı. Virusun dəyişkən təbiəti onunla mübarizə aparmaq üçün effektiv makroiqtisadi tədbirlərin hazırlanmasını çətinləşdirir. Bu məsələ günümüzün ən aktual məsələsidir. Pandemiyanın təsirinin şiddəti məlum olmasa da, onun yaratdığı qlobal iqtisadi böhranın uzun müddət davam edəcəyi və qlobal iqtisadiyyatda əhəmiyyətli struktur dəyişiklikləri ilə nəticələnəcəyi gözlənilir.

Pandemiyanın ölkə iqtisadiyyatına təsiri

Pandemiyanın səbəb olduğu tənəzzülün miqyası müasir dövrlərdə bənzərsizdir. Ümumdünya Diaqnostika Mərkəzinin (ÜDM) məlumatına görə, iqtisadiyyat 2020-ci ildə təqribən 9,7% azalıb ki, bu da qeydlərin başladığı 1948-ci ildən bəri ardıcıl rekordların ən böyük azalmasıdır və qeyri-rəsmi hesablamalara görə, 1921-ci ildəki azalmaya bərabərdir.

Qrafik 1. Əhalinin hər nəfərinə düşən real ÜDM-in illik artım sürəti



Mənbə: https://sdg.azstat.gov.az/az/indicators/379/ehalinin-her-neferine-dusen-real-udm-in-illik-artim-sureti

Cədvəldən də görüldüyü kimi, 2019-cu ildən sonra ÜDM-in səviyyəsində ciddi azalma müşahidə olunur. İqtisadi aktivlik 2020-ci ilin

[1] Sabri Kaan HALICI,/ COVİD-19 pandemisinin Azerbaycan'ın makroekonomik göstergelerine etkisi., - sayfa 1-16

yaz və yay aylarında yüksəldi və bu, iqtisadiyyatın inkişafını özündə göstərir. Bunun ardınca COVİD-19 hadisələrinin artması və payız və qışda sonrakı bağlanmalar iqtisadi fəaliyyətin yenidən azalmasına səbəb oldu[2].

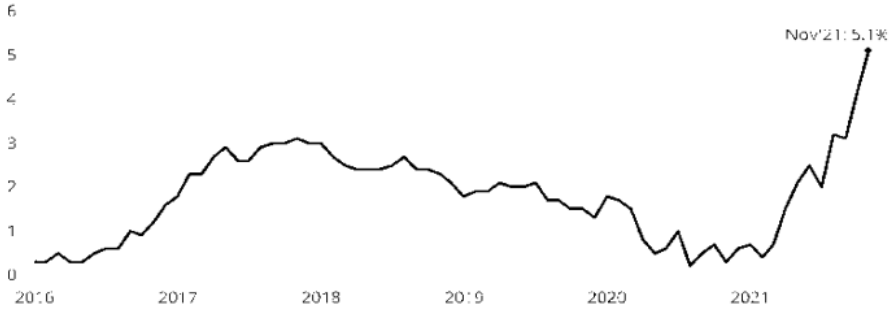
İstehlakçılar və şirkətlər keçən bir il ərzində uyğunlaşdıqları üçün azalma ilk bağlanma zamanı olduğundan daha az ciddi olmuşdur. 2021-ci ilin yazında güclü bərpa prosesi ÜDM artımı ilə nəticələndi. Lakin yay və payızda inkişaf azaldı. ÜDM 2021-ci ilin oktyabrında baş verən hadisədən əvvəlki ilə müqayisədə 0,5% aşağı qaldı.

Pandemiya iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə müxtəlif təsirlər göstərmişdir. Əyləncə kimi sosial əlaqəyə arxalanan sektorlar xüsusilə ağır zərbə aldı.

İnflyasiya son 10 ilin ən yüksək səviyyəsinə çatıb. Omicron versiyası da daxil olmaqla bir sıra digər əsas elementlər 2022-ci ildən sonrakı illərdə iqtisadiyyata öz təsirini göstərməsi planlaşdırılır. Onlardan biri 2021-ci ildən sonra artan inflyasiyadır. Bu qismən qlobal təchizat şəbəkələrində fasilələr və enerji qiymətlərinin artması ilə əlaqədardır.

Yüksək inflyasiya ev təsərrüfatlarının maliyyəsini gərginləşdirir və iqtisadi inkişafa mane ola bilər. Statistikaya görə, 2021-ci ildə ÜDM 7,0% genişlənmişdir. 2024-ci ildən sonrakı dövrlər üçün proqnozlaşdırılan ÜDM artımı təxminən 5% təşkil edir.

Qrafik 2. : İstehlak qiymətlərinin illik dəyişməsi



Mənbə: https://sgp.fas.org/crs/row/R46270.pdf

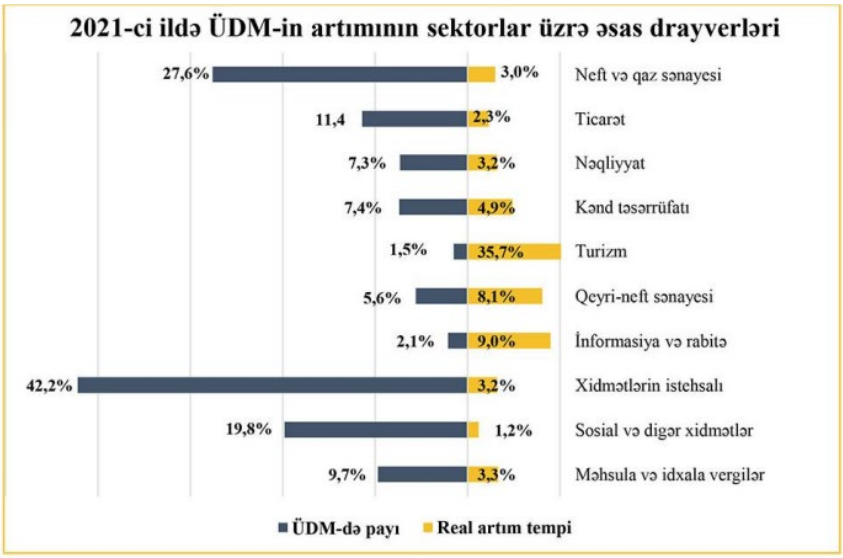
2021-ci ilin oktyabrına olan məlumatlara görə, ÜDM 2021-ci ildə 6,5%, 2022-ci ildə 6,0% artıb. Pandemiyanın ilkin iqtisadi şoku keçdikdən sonra belə, böhran iqtisadiyyata uzunmüddətli zərər və ya "çap" yarada bilər. 2021-ci ilin oktyabrında dərc edilən hesablamalara görə, bu, pandemiyadan əvvəlki dövrlə müqayisədə ÜDM-i 2% azalmışdır[3].

[2] https://www.worldbank.org/en/home

[3] Muxtarlı, E., & Yadigarov, T. [2022]/ COVİD-19 pandemiyasının iqtisadi artıma təsirinin

Tədqiqat COVID-19-un dünya iqtisadiyyatına vurduğu zərəri və onun aradan qaldırılması yollarını qiymətləndirmək üçün 178 ölkənin ekonometrik alətlərindən və məlumatlarından istifadə edib. Digər mühüm məqsəd karatinin, beynəlxalq və ölkədaxili səyahət məhdudiyyətlərinin, COVID-19-a yoluxanların sayının, işsizliyin və insan keyfiyyəti indeksindəki dəyişikliklərin bu ölkələrin paylaşılan məlumatlarından istifadə etməklə iqtisadi inkişafa təsirini müəyyən etməkdir. Təxmini statistik nəticələrə görə, 2020-ci ildə 178 ölkənin orta ÜDM itkisi 83765,17 milyon dollar təşkil edir, bu ölkələrin iqtisadiyyatı ümumi ÜDM-in 16,04%-nə qədər kiçilir, bu ölkələrin iqtisadiyyatı isə dövr ərzində orta hesabla 7,67 il azalır. COVID-19-un 2020-ci ildə qlobal iqtisadiyyatda 17,07% daralmasına səbəb olduğu və bu azalmanın növbəti 7 il ərzində də davam edəcəyi də məlumdur. COVID-19 nəticəsində dünya iqtisadiyyatı kəskin şəkildə daralacaq və qlobal tənəzzül dövrünü açacaq. Təxmini nəticələrə əsasən məlum olub ki, kilidləmə və ölkədaxili səyahət məhdudiyyətlərinin iqtisadi inkişafa statistik əhəmiyyətli öz mənfi təsirini göstərmişdir. Bu təsirlərə təsdiqlənmiş ümumi hallar, işsizlik, insan keyfiyyəti indeksindəki dəyişikliklər, kilidləmələr və daxili səyahətlərə qoyulan məhdudiyyətlər daxildir.

Qrafik 3. 2021-ci ildə bir neçə sənaye üzrə ÜDM-in artım göstəriciləri.



Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/

qiymətləndirilməsi və pandemiyanın iqtisadiyyata vurduğu zərərlərin aradan qaldırılması yolları. "Metafizika"
jurnalı, 5(4), səh.187-199.

Hamımıza məlum olduğu kimi, Azərbaycan iqtisadiyyatı neftdən asılıdır. Məsələn, ölkə əvvəlki illərdə neftin kəşfi və hasilatının həcmini artıran yeni iqtisadi şəraitə uyğunlaşmaq şansı əldə etdikdən sonra 2014-cü ildə Azərbaycanda adambaşına düşən ÜDM 7990,8 min dollar oldu. 2016-cı ilə kimi Azərbaycanda adambaşına düşən ÜDM 3928,6 min dollara düşüb, bu da qismən neftin qiymətinin aşağı düşməsi hesabına olub. Adambaşına düşən ÜDM zaman keçdikcə artsa da, 2019-cu ildə yenidən azalmağa başladı.

Təəssüf ki, COVID-19 neft qiymətlərinin kəskin düşməsi ilə birlikdə iqtisadiyyata ciddi ziyan vurdu. Xüsusi karantin dövrlərində bir çox insan işini itirdi və şirkətlər bağlanmağa məcbur oldu. Rəsmi rəqəmlərə görə, 2019-cu ildə 25 016 nəfər işsiz kateqoriyasına aid edilib. 2021-ci ildə işsizlərin sayı əhəmiyyətli dərəcədə artıb, 300 000 nəfər rəsmi olaraq işsizlər siyahısına daxil edilib. Bu, qısa müddət ərzində 40% artım deməkdir. Bundan əlavə, bu məlumatlara yalnız rəsmi olaraq işsiz kimi sertifikat verilmiş sakinlər daxildir, beləliklə, həqiqi sayı daha çox ola bilər.

Koronavirus pandemiyasının Azərbaycana olan təsiri

Koronavirus pandemiyası və onu müşayiət edən məhdudiyyətlər qlobal iqtisadi fəlakətə səbəb oldu. Bir neçə aydan sonra bu iqtisadi böhranın ilin əvvəlində proqnozlaşdırılandan daha uzun sürdüyü və daha çox fəlakətli nəticələrinin olduğu aydındır. Pandemiya bir sıra ölkələrdə, o cümlədən Azərbaycanda əhəmiyyətli tədarük şoklarına səbəb oldu, həm potensial məhsulun həcmini, həm də ehtimal ki, artım tempini aşağı salmaqla yanaşı, tələbatı da azaltdı. Bu böhranla əvvəlkilər arasındakı digər fərq, koronavirusun yaratdığı təhlükələri adekvat şəkildə yumşaltmaq üçün lazım olan vaxtla bağlı yüksək qeyri-müəyyənlikdir. Nəticədə, məhdudiyyətlər tamamilə aradan qaldırıldıqdan sonra potensial istehsalın azalmasının dərinliyi və artım tempi qalıq sabitlikdən təsirlənəcək.[4]

Pandemiyanın Azərbaycanın potensial istehsalına və dünya iqtisadiyyatına bir sıra böyük təsirləri mövcuddur.

- ✓ **Qlobal ticarət və sənaye zəncirləri.** Beynəlxalq ticarət münaqişələri və artmaqda olan proteksionizm fonunda koronavirusdan qabaq mübarizə aparmış qlobal ticarət, pandemiya nəticəsində daha da nəzərəçarpacaq dərəcədə azalmışdır. Qlobal dəyər zəncirləri sarsılmış və transsərhəd təchizat zəncirləri birdən həssaslaşmışdır. Pandemiya zamanı çətinliklərlə üzləşmiş şirkətlər gələcəkdə özlərini bu cür risklərdən qorumaq istəyəcəklər ki, bu da coğrafi baxımdan daha yaxın tərəfdaşların axtarışını və müqavilə portfelinin şaxələndirilməsini tələb edə bilər. Uzunmüddətli perspektivdə bu cür

[4] Gololobova, O., & Chmelyova, O. (2020)./ "The impact of coronavirus COVID-19 on the world economy", vol. 3, pp.67-72

proseslər tədqiqat və inkişaf işlərinin parçalanması ilə nəticələnə bilər ki, bu da indi tez-tez çoxmillətli konsorsiumlar tərəfindən həyata keçirilir. Nəticədə istehsalın səmərəliliyini və əmək məhsuldarlığını artırmağa kömək edən beynəlxalq texniki mübadilə sürəti yavaşlaya bilər. Texnologiyanın innovasiyası müasir ölkə iqtisadiyyatlarında potensial istehsal artımının əsas mənbələrindən biri olduğundan, qurulmuş qarşılıqlı fəaliyyət və əməkdaşlıq normalarının pozulması böhrandan sonrakı bərpaya əhəmiyyətli dərəcədə zərərli təsir göstərə bilər.

- ✓ **İstehsal amilləri**. Tətbiq edilmiş məhdudiyyətlər, eləcə də onların aradan qaldırılması ilə bağlı qeyri-müəyyənlik potensial məhsula töhfə verən istehsalın iki əsas komponentinə təsir etdi: əmək və kapital. Bir tərəfdən, bir çox müəssisələrin normal fəaliyyətinin bərpa edilməsi faktı onu deməyə əsas verir ki, həyata keçirilən tədarük şoku qısamüddətli olub və potensial məhsula heç bir təsir göstərməyib. Digər tərəfdən, bir sıra sahələrdə (xüsusilə turizm, əyləncə, istirahət və bəzi şəxsi xidmətlər) məhdudiyyətlər qüvvədə qalır, buna görə də bəzi firmalar yenidən açılmaya bilər, digərləri yenidən strukturlaşdırıla bilər və bəzilərindən fiziki məsafə standartlarını yerinə yetirməsi tələb olunacaq. Əlavə olaraq da, bəzi məhdudiyyətlər bəzi işəgötürən müəssisələrin öz işçilərinin ixtisar edilməsinə yol açmışır.[5]
- ✓ **Davranışlar və gözləntilər.** Pandemiyanın müddəti, həmçinin effektiv dərman vasitələrinin və virusa qarşı səlahiyyətli peyvəndin olmaması istehlakçı və investorların davranışında dəyişikliklərə səbəb ola bilər ki, bu da iqtisadiyyata cəlb edilən imkanların həcminə və keyfiyyətinə təsir edə bilər. [6]

Ev təsərrüfatları ehtiyat tədbiri olaraq fiziki məsafədən istifadə etməyə davam edə, eyni zamanda potensial gəlir mənbələrini itirmək qorxusu ilə pandemiyadan əvvəlki istehlak nümunələrinə qayıtmamaqla xərcləri məhdudlaşdıra bilər.

Azərbaycanın iqtisadi potensialına ciddi təsir göstərən digər marşrut neft bazarında olan tələb və təklif balansıdır. Koronavirusun yayılması qlobal iqtisadi aktivliyin azalması ilə nəticələndi. Bu da öz növbəsində neftin qiymətinin aşağı düşməsi ilə nəticələnir. OPEC razılaşması neftin qiymətinin bərpasına imkan versə də, iqtisadiyyat hazırkı istehsal

[5] Məmmədov, Z. F., & Zeynalov, V. (2021). /Qlobal Maliyyə Böhranı Mühitində Azərbaycan Bank Sektorunun Strukturu, Xüsusiyyətləri və Problemləri. Dövlət İdarəçiliyi Jurnal. 44, s.173-203

[6] Məmmədov, Z. F., & Zeynalov, V. (2021)./ Qlobal Maliyyə Böhranı Mühitində Azərbaycan Bank Sektorunun Strukturu, Xüsusiyyətləri və Problemləri. Dövlət İdarəçiliyi Jurnal. 44, s.173-203.

gücündən kifayət qədər istifadə edə bilmir və nəticədə isə neft hasilatı azalır. Dezinflyasiya və təhlükə ssenarilərində nəzərdə tutulduğu kimi, koronavirusun daha uzun və daha geniş yayılması, müntəzəm (qismən) əsasda ciddi məhdudiyyətlərin olmasını və ya mövcud məhdudlaşdırıcı tədbirlərin uzunmüddətli saxlanmasını tələb edə bilər.[7]

Ümumi olaraq, potensial məhsulun statistik olaraq müşahidə oluna bilən dəyər olmamasına baxmayaraq, yuxarıda müzakirə edilmiş faktorların iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə müxtəlif şəkildə təsir etmədiyini iddia etmək mümkündür. Bununla aydın olur ki, ən ciddi mənfi təsirin neft sənayesində və hava nəqliyyatı sənayesində, ən az nəzərə çarpmış mənfi təsirin isə pərakəndə ticarətdə (qida məhsulları) müşahidə olunduğu göz önündədir. Gördüyümüz kimi, hələ də pandemiya iqtisadi reallığın bir hissəsi kimi qalır.

İqtisadiyyatın bərpası üçün vacibi tədbirlər

Qlobal iqtisadiyyat keçid dövründə olduğu üçün bütün dünyada hökumətlər iqtisadiyyatı stimullaşdırmaq üçün aşağıdakı tədbirləri həyata keçirə bilərlər:

- ✓ Bacarıqlı insan kapitalının inkişafı üçün yatırımların artırılması
- ✓ Dəyişən və getdikcə rəqəmsallaşan mühitlə mübarizə aparmaq üçün investisiyaların artırılması
- ✓ Avtomatlaşdırma və azad ticarət siyasətinə diqqət yetirilməsi

Nəhayət, bağlanmalar və səyahət məhdudiyyətləri qlobal iqtisadi inkişafı azaldacağı üçün bu ölkələrin hökumətləri insanların həyatını və qlobal iqtisadiyyatı xilas etmək üçün bağlanmalar və məhdudiyyətlərdən daha çox qabaqlayıcı tədbirlər görməlidir. Uzunmüddətli iqtisadi böhranlar təkcə böhran zamanı iqtisadi göstəricilərin nəticələrini azalda bilməz, həm də iqtisadiyyatın uzunmüddətli trayektoriyasını və ya potensial istehsalın trayektoriyasını azalda bilər. Mərkəzi Bankın əməliyyatlarında potensial məhsulun əsas ideyası antiinflyasiya təzyiqinə səbəb olmayan istehsal səviyyəsidir, yəni hər hansı əlavə şoklar olmadıqda inflyasiyanın hədəf səviyyəsində olduğu səviyyədir. Potensial məhsul istehsal dəyişənlərinin dinamikası ilə inkişaf edir.

Nəticə

COVİD-19 pandemiyasının baş verməsi ölkə iqtisadiyyatı, ticarət həcmi və əmtəə qiymətlərinin azalmasına, habelə yeni bazar iqtisadiyyatlarından kapitalın çıxmasına səbəb olmuşdur. Pandemiyanın qlobal iqtisadiyyata ciddi təsirləri səbəbindən müəssisələr əməliyyatlarını məhdudlaşdırmaq məcburiyyətində qaldılar və hökumət

[7] https://www2.deloitte.com/az/articles/

zərər çəkənlərə yardımın qiymətini əhəmiyyətli dərəcədə qaldırdı.

Kommersiya banklarının kapitallaşmasının zəifləməsi, bankların şəxslərə uzunmüddətli kreditlərin verilməsində əngəl yaratdı. Pandemiya dönəmində ixrac qadağalarından irəli gələn ciddi ixrac maneələri pandemiya zamanı azad ticarəti dəstəkləyəcək və inkişafına öz müsbət təsirini göstərəcəkdir.

Azərbaycanın beynəlxalq kommersiya açıqlığı qarşısında duran ən mühüm problemlərdən biri onun ticarət və gömrük ittifaqlarının təşviqi və dəstəklənməsi üzrə üzvlüyünü təmin edilməsidir. Beləliklə, ixracın diversifikasiyası iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi ilə sıx bağlıdır. Hazırda müqayisəli üstünlüyə malik olan məhsullar həm qiymət, həm də keyfiyyət normalarına cavab verməlidir. Azərbaycanın biznes mühitinin innovativ ideyalara açıq olması, eləcə də kommersiya strukturları tərəfindən müqayisəli üstünlüyə malik olan maddələrin aşkar edilməsi üçün bilik və innovasiyalara əsaslanan modellərdən istifadə edilməsi şaxələndirməni sürətləndirməyə kömək edəcək. COVID-19-un dünyada, xüsusən də inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda davamlı şəkildə məruz qalması, inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatların varlı ölkələrlə müqayisədə makroiqtisadi qeyri-sabitliyin əsas mənbəyi kimi göründüyünü göstərir.

Ədəbiyyat

1. Muxtarlı, E., & Yadigarov, T. [2022] / COVİD-19 pandemiyasının iqtisadi artıma təsirinin qiymətləndirilməsi və pandemiyanın iqtisadiyyata vurduğu zərərlərin aradan qaldırılması yolları. “Metafizika” jurnalı, 5(4), - səh.187-199.
2. Gololobova, O., & Chmelyova, O. (2020). / “The impact of coronavirus COVID-19 on the world economy”, vol. 3 -, pp.67-72
3. Məmmədov, Z. F., & Zeynalov, V. (2021). / Qlobal Maliyyə Böhranı Mühitində Azərbaycan Bank Sektorunun Strukturu, Xüsusiyyətləri və Problemləri. Dövlət İdarəçiliyi Jurnal. 44, -s.173-203
4. Sabri Kaan HALICI,/ COVİD-19 pandemisinin Azerbaycan’ın makroekonomik göstergelerine etkisi., - sayfa 1-16
5. Məmmədov, Z. F., & Zeynalov, V. (2021)./ Qlobal Maliyyə Böhranı Mühitində Azərbaycan Bank Sektorunun Strukturu, Xüsusiyyətləri və Problemləri. Dövlət İdarəçiliyi Jurnal. 44, s.173-203.
6. https://www2.deloitte.com/az/articles/
7. https://www.worldbank.org/en/home

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 28.08.2024
Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 09.09.2024
Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 23.09.2024

DOI: doi.org/10.61226/12.2.2023/20243.2
UOT: 33.336
Mehrab KƏRİMLİ
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, doktorant
mehrabkerimli96@gmail.com
https://orcid.org/0009-0008-8229-4247

BANK SİSTEMİNİN FORMALAŞMASI VƏ TƏKAMÜLÜ

Xülasə: Bank sistemi, iqtisadiyyatın və maliyyə sektorunun əsas dayaq nöqtələrindən biri olaraq, ticarətin və iqtisadi fəaliyyətin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayır. Bankların ilkin formaları qədim dövrlərdə mövcud olmuşdur, lakin müasir bank sistemi əsasən orta əsrlərdən başlayaraq formalaşmağa başlamışdır. Bu dövrdə Avropa ölkələrində ticarət bankları yaranmış və kapital toplama vasitələri inkişaf etdirilmişdir. Bank sisteminin təkamülü xüsusilə sənaye inqilabı dövründə sürətlənmiş və iqtisadiyyatın genişlənməsi, maliyyə ehtiyaclarının artması ilə əlaqədar daha da strukturlaşmışdır. Bankların əsas funksiyaları arasında depozitlərin qəbul edilməsi, kreditlərin verilməsi, ödəmə vasitələrinin yaradılması və maliyyə bazarlarında fəaliyyət göstərmək kimi xidmətlər dayanır. Bank sistemi həmçinin mərkəzi banklar tərəfindən tənzimlənir, bu da maliyyə sabitliyinin təmin edilməsi və inflyasiyanın qarşısının alınması məqsədi daşıyır.

Azərbaycanın müstəqillik qazandıqdan sonra bank sistemi də keçid dövrü yaşamış və bu çərçivədə hüquqi, institusional və struktur islahatlar həyata keçirilmişdir. Müstəqillik illərində Azərbaycanın bank sektoru inkişaf etmiş və beynəlxalq maliyyə sisteminə inteqrasiya etməyə başlamışdır. Ölkədəki bank sisteminin inkişafı həm daxili iqtisadiyyatın sabitliyinə, həm də beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdəki mövqeyinə təsir göstərmişdir. Son dövrlərdə, Azərbaycanın bank sistemi rəqəmsallaşma, fintex texnologiyaları və risklərin idarə olunması kimi sahələrdə yeniliklərlə üzləşməkdədir. Bu yeniliklər bankların daha səmərəli fəaliyyət göstərməsinə və müştərilərə daha keyfiyyətli xidmətlər təqdim etməsinə imkan yaradır. Beləliklə, bank sisteminin formalaşması və təkamülü dövrün iqtisadi və siyasi proseslərinə uyğun şəkildə inkişaf etmiş, maliyyə bazarlarının dərinləşməsi ilə paralel olaraq genişlənmişdir. Bankların fəaliyyəti iqtisadiyyatın bütün sahələrinə təsir göstərmiş və iqtisadi artımın təmin olunmasında mühüm rol oynamışdır.

Açar sözlər: bank sistemi, kredit, depozit, tənzimləmə, rəqəmsallaşma

Mehrab KARIMLI

FORMATION AND EVOLUTION OF THE BANKING SYSTEM

Abstract: The banking system, as one of the main pillars of the economy and financial sector, plays an important role in the development of trade and economic activity. Early forms of banks existed in ancient times, but the modern banking system began to take shape mainly from the Middle Ages. During this period, commercial banks were established in European countries and capital raising tools were developed. The evolution of the banking system accelerated especially during the industrial revolution and became more structured due to the expansion of the economy and the increase in financial needs. Among the main functions of banks are services such as accepting deposits, issuing loans, creating means of payment and operating in financial markets. The banking system is also regulated by central banks, which aims to ensure financial stability and prevent inflation.

After the independence of Azerbaijan, the banking system also experienced a period of transition and legal, institutional and structural reforms were implemented in this framework. During the years of independence, the banking sector of Azerbaijan developed and began to integrate into the international financial system. The development of the banking system in the country has affected both the stability of the domestic economy and its position in international economic relations. In recent times, Azerbaijan's banking system has been facing innovations in areas such as digitization, fintech technologies and risk management. These innovations enable banks to operate more efficiently and provide better quality services to customers. Thus, the formation and evolution of the banking system developed in accordance with the economic and political processes of the time and expanded in parallel with the deepening of the financial markets. The activity of banks has affected all areas of the economy and played an important role in ensuring economic growth.

Keywords: banking system, credit, deposit, regulation, digitization

Мехраб КАРИМЛИ

ФОРМИРОВАНИЕ И ЭВОЛЮЦИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

Абстракт: Банковская система, как одна из основных опор экономики и финансового сектора, играет важную роль в развитии торгово-экономической деятельности. Ранние формы банков существовали еще в древности, но современная банковская система

начала формироваться преимущественно со средних веков. В этот период в европейских странах были созданы коммерческие банки и разработаны инструменты привлечения капитала. Эволюция банковской системы особенно ускорилась во время промышленной революции и стала более структурированной из-за расширения экономики и увеличения финансовых потребностей. Среди основных функций банков — такие услуги, как прием депозитов, выдача кредитов, создание платежных средств и работа на финансовых рынках. Банковская система также регулируется центральными банками, целью которых является обеспечение финансовой стабильности и предотвращение инфляции.

После обретения независимости Азербайджана банковская система также пережила переходный период, в рамках которого были реализованы правовые, институциональные и структурные реформы. За годы независимости банковский сектор Азербайджана развился и начал интегрироваться в международную финансовую систему. Развитие банковской системы в стране повлияло как на стабильность отечественной экономики, так и на ее положение в международных экономических отношениях. В последнее время банковская система Азербайджана сталкивается с инновациями в таких областях, как цифровизация, финтех-технологии и управление рисками. Эти инновации позволяют банкам работать более эффективно и предоставлять клиентам более качественные услуги. Таким образом, формирование и эволюция банковской системы развивались в соответствии с экономическими и политическими процессами того времени и расширялись параллельно с углублением финансовых рынков. Деятельность банков затронула все сферы экономики и сыграла важную роль в обеспечении экономического роста.

Ключевые слова: банковская система, кредит, депозит, регулирование, цифровизация

Giriş

Bank sistemi hər bir ölkənin iqtisadiyyatında mühüm rol oynayan bir infrastrukturdur və müasir iqtisadi münasibətlərin ayrılmaz hissəsidir. İlk bankların yaranmasından bu günə qədər bank sektoru uzun bir inkişaf yolu keçmişdir. Banklar ticarət və iqtisadi fəaliyyətin maliyyələşdirilməsi, pul dövriyyəsinin təşkili və maliyyə vasitələrinin idarə olunmasında mərkəzi mövqeyə sahibdirlər.Bank sisteminin formalaşması qədim dövrlərə gedib çıxsa da, müasir mənada bankların yaranması və sistemli inkişafı xüsusilə sənaye inqilabından sonra baş vermişdir. Bu dövrdə iqtisadi artım, beynəlxalq ticarətin genişlənməsi və maliyyə ehtiyaclarının artması ilə

əlaqədar olaraq banklar daha strukturlaşmış bir şəkildə fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. Bankların təməl funksiyaları – depozitlərin cəlb edilməsi, kreditlərin verilməsi və maliyyə xidmətlərinin göstərilməsi – tədricən kompleks maliyyə qurumlarına çevrilməsinə səbəb olmuşdur. Azərbaycanın bank sistemi də özünəməxsus inkişaf yolu keçmişdir [3, s.11]. Ölkə müstəqillik qazandıqdan sonra bank sektorunda ciddi islahatlar həyata keçirilmiş, bazar iqtisadiyyatına keçid prosesi ilə birlikdə bankların rolu və əhəmiyyəti daha da artmışdır. Bu gün Azərbaycanda banklar həm daxili, həm də beynəlxalq maliyyə bazarlarında mühüm oyunçular kimi fəaliyyət göstərir və iqtisadiyyatın inkişafında əhəmiyyətli rol oynayırlar. Bankların iqtisadi sistemdəki əsas funksiyalarından biri maliyyə vasitəçiliyi etməkdir. Bu funksiya, əmanətçilərin sərbəst pul vəsaitlərini cəlb edərək həmin vəsaitləri kredit və investisiya kimi yönəltməkdən ibarətdir. Beləliklə, banklar iqtisadi dövriyyədəki kapitalın effektiv şəkildə paylanmasına və iqtisadi artımın sürətlənməsinə şərait yaradırlar. Bank sisteminin müvəffəqiyyətli fəaliyyəti maliyyə sabitliyinin təmin olunmasında və makroiqtisadi göstəricilərin yaxşılaşdırılmasında əhəmiyyətli rol oynayır.

Tarix boyu bank sektorunun inkişafı müxtəlif iqtisadi və sosial dəyişikliklərdən təsirlənmişdir [4, s.6]. Orta əsrlərdə ticarət banklarının formalaşması ilə bank sektoru daha geniş iqtisadi fəaliyyətlərə xidmət etməyə başlamışdır. Sonrakı dövrlərdə, xüsusən də sənaye inqilabı ilə, bankların funksiyaları genişlənmiş, kapital bazarlarının formalaşmasına və beynəlxalq maliyyə sistemlərinin inkişafına böyük töhfə vermişdir.Müasir dövrdə, bank sistemi daha mürəkkəb maliyyə alətlərinin yaradılması, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi və qlobal maliyyə inteqrasiyası kimi yeniliklərlə genişlənməkdədir. Bankların yalnız depozit və kredit fəaliyyəti ilə məhdudlaşmadığı, daha geniş maliyyə xidmətləri və konsaltinq fəaliyyətləri təklif etdikləri bir dönəmə keçid baş vermişdir. Bu yeniliklər, xüsusilə fintech texnologiyaları, rəqəmsallaşma və onlayn bankçılıq xidmətləri ilə bankların fəaliyyətini daha effektiv və müştəriyönümlü hala gətirmişdir.Azərbaycan bank sistemi də bu qlobal tendensiyalardan təsirlənmişdir. Ölkə müstəqillik qazandıqdan sonra bank sektorunun inkişafı üçün hüquqi çərçivənin yaradılması, tənzimləyici mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğun bank xidmətlərinin təmin edilməsi istiqamətində mühüm islahatlar həyata keçirilmişdir. Bu islahatlar nəticəsində Azərbaycan bankları iqtisadiyyata daha effektiv şəkildə xidmət göstərməyə başlamış, həmçinin beynəlxalq maliyyə bazarlarına çıxış imkanları əldə etmişdir.

Bu kontekstdə, mövzunun araşdırılması zamanı bank sisteminin formalaşması və təkamülünün, həmçinin Azərbaycan bank sektorunun müasir inkişaf mərhələlərinin təhlil edilməsi əsas məqsədlərdən biridir.

Beləliklə, həm bankların iqtisadiyyatda oynadığı rol, həm də maliyyə sistemindəki yeniliklər və qlobal maliyyə inteqrasiyası çərçivəsində bank sektorunun perspektivləri öyrəniləcəkdir.

Bank sisteminin tarixi

Bank sisteminin formalaşması və təkamülü, müasir iqtisadiyyatın inkişafında mühüm rol oynayan bir prosesdir. Bank sistemi, maliyyə bazarlarının və iqtisadi fəaliyyətlərin düzgün işləməsi üçün vacib olan əsas struktur elementlərindən biridir. Bu sistemin inkişaf tarixi, qədim dövrlərdən başlayaraq, müasir dövrə qədər müxtəlif mərhələləri əhatə edir və bu müddət ərzində iqtisadi, sosial və siyasi şəraitin təsiri ilə daim dəyişmiş və təkmilləşmişdir. Bank sisteminin ilkin formaları qədim Mesopotamiya, Misir və Yunanıstan kimi sivilizasiyalarda müşahidə edilmişdir. Bu erkən dövrlərdə insanlar malların mübadiləsi üçün sadə kredit və depozit əməliyyatlarını həyata keçirmişlər. Orta əsrlərdə isə İtaliyanın Venesiya və Florensiya şəhərlərində daha mürəkkəb bank əməliyyatları ortaya çıxmış və bu, müasir bankçılığın əsasını təşkil etmişdir [1, s.29].

XIX əsrin sənaye inqilabı ilə bank sistemləri daha da mürəkkəbləşmiş və beynəlxalq miqyasda genişlənmişdir. Bu dövrdə bankların rolunun artması, maliyyə axınlarının tənzimlənməsi və iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarına kredit verilməsi kimi funksiyalarının inkişafı ilə əlaqədar idi. XX əsrdə isə texnoloji inqilab və qloballaşmanın təsiri ilə bank xidmətlərinin çeşidi və keyfiyyəti daha da artmış, internet bankçılığı və rəqəmsal ödəmə sistemləri meydana çıxmışdır. Bank sisteminin təkamülü, iqtisadi və maliyyə sabitliyinin təmin edilməsi üçün tənzimləyici mexanizmlərin yaranmasına da gətirib çıxarmışdır. Müasir dövrdə mərkəzi banklar və digər tənzimləyici qurumlar, bank sisteminin fəaliyyətini nəzarətdə saxlayaraq, iqtisadiyyatda balansı qorumağa çalışırlar.

Ümumilikdə bankçılığın formalaşması aşağıdakı mərhələlərdən ibarətdir:

Cədvəl 1. Bank sisteminin formalaşması mərhələləri.

Qədim dövrlər	Sadə kredit və depozit əməliyyatları
Orta əsrlər	Ticarət bankçılığı, kredit vermə, depozit qəbul etmə
Sənaye inqilabı	Milli bankların yaradılması, sənaye kreditləri
XX əsr	Texnoloji inqilab, internet bankçılığı, ATM-lər
Müasir dövr	Rəqəmsal bankçılıq, fintex, süni intellekt

Bank sisteminin inkişafının müxtəlif mərhələləri, onun müasir iqtisadiyyatın əsas tərkib hissəsi kimi formalaşmasına gətirib çıxarmışdır. Hər mərhələ özünəməxsus xüsusiyyətlər və yeniliklər ilə yadda qalmışdır.

Qədim dövrlər və erkən bankçılıq:

Qədim Mesopotamiya və Misir sivilizasiyalarında ilk bankçılıq formaları müşahidə olunurdur [5, s.26]. Bu dövrlərdə insanlar məhsullarını saxlamaları və borc vermələri üçün məbədləri və böyük ticarət evlərini istifadə edirdilər. Erkən bankçılıq əməliyyatları arasında borc vermə və faizlərin yığılması da yer alırdı.

Orta əsrlər və İntibah dövrü:

Orta əsrlərdə İtaliya şəhər-dövlətləri, xüsusilə Venesiya və Florensiya, bankçılığın mərkəzinə çevrilmişdir. Bu dövrdə ticarətin və sənayenin inkişafı ilə bağlı olaraq bankların rolu əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Ən tanınmış bank ailələri arasında Medici ailəsi yer alırdı ki, onlar həm maliyyə gücləri, həm də siyasi təsirləri ilə seçilirdilər. Banklar kredit vermə, depozit qəbul etmə və ticarət sənədlərinin mübadiləsi kimi xidmətlər göstərirdilər [6, s.200].

Sənaye inqilabı və XIX əsr:

XIX əsrdə sənaye inqilabı ilə birlikdə bank sisteminin rolunda böyük dəyişikliklər baş verdi. Banklar yalnız ticarət üçün deyil, eyni zamanda sənaye müəssisələrinin inkişafı üçün də kreditlər verməyə başladılar. Bu dövrdə milli bankların yaradılması və mərkəzi bankların funksiyalarının formalaşması müşahidə olunur. Böyük Britaniya Bankı və ABŞ-da Federal Rezerv Sistemi bu dövrün əsas tənzimləyici qurumlarına çevrildi.

XX əsr və texnoloji inqilab:

XX əsrin ortalarından başlayaraq, bank sistemi texnoloji yeniliklər və qloballaşmanın təsiri altında daha da inkişaf etdi. Kompüterlərin və internetin yayılması ilə bank xidmətləri daha əlçatan oldu. İnternet bankçılığı, ATM-lər, kredit kartları və rəqəmsal ödəmə sistemləri bank sektorunda inqilab yaratdı. Həmçinin, bu dövrdə beynəlxalq bankçılıq və maliyyə bazarlarının qloballaşması da sürətləndi.

Müasir dövr və gələcək perspektivlər:

Bugünkü bank sistemi texnoloji inqilabın təsiri ilə daha çevik və innovativ olmuşdur. Rəqəmsal bankçılıq, blokçeyn texnologiyaları və fintech startapları bank xidmətlərini daha sürətli, təhlükəsiz və əlçatan edir. Eyni zamanda, kiber təhlükəsizlik və tənzimləmə məsələləri də bank sisteminin qarşısında duran əsas problemlər arasındadır. Bank sisteminin gələcək inkişafı süni intellekt və maşın öyrənmə texnologiyalarının tətbiqi ilə daha da maraqlı perspektivlər vəd edir. Bu texnologiyalar müştəri xidmətlərinin fərdiləşdirilməsindən tutmuş, maliyyə risklərinin idarə

olunmasına qədər geniş imkanlar açır [7, s.20].

Azərbaycan bank sisteminin formalaşması

Azərbaycanın bank sistemi, ölkənin iqtisadi inkişafı və maliyyə sektorunda mühüm rol oynayan kompleks bir strukturdur. Müstəqillik qazandıqdan sonra Azərbaycan bank sektoru bir çox islahatlarla qarşı-qarşıya qalmış və sürətli inkişaf mərhələləri keçmişdir. Bu müddət ərzində Azərbaycan bank sistemi təkcə ölkədaxili iqtisadiyyatın inkişafına xidmət etməklə kifayətlənməmiş, eyni zamanda qlobal maliyyə sisteminə inteqrasiya olunma istiqamətində də mühüm addımlar atmışdır.Azərbaycan bank sisteminin tarixi XX əsrin əvvəllərinə gedib çıxır. SSRİ dönəmində Azərbaycan bank sektoru mərkəzləşdirilmiş dövlət nəzarəti altında fəaliyyət göstərmişdir. Bu dövrdə bankların əsas funksiyası dövlət planlarına uyğun olaraq maliyyə vəsaitlərinin bölgüsünü təşkil etmək idi. Lakin 1991-ci ildə müstəqilliyin qazanılması ilə Azərbaycan bank sistemində köklü dəyişikliklərə başlanıldı. SSRİ-nin dağılması nəticəsində keçid iqtisadiyyatına daxil olan Azərbaycan, bazar iqtisadiyyatına keçid etmək məqsədilə bank sektorunda islahatlar həyata keçirməyə başladı [4, s.6].

Müstəqillikdən sonrakı dövrdə bank sistemi bazar tələblərinə uyğun olaraq yenidən quruldu və özəl banklar formalaşmağa başladı. Mərkəzi Bankın yaradılması, maliyyə qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğun bank xidmətlərinin inkişaf etdirilməsi kimi islahatlar, bank sektorunun daha güclü və rəqabətqabiliyyətli bir struktur halına gəlməsinə səbəb oldu. Hazırda Azərbaycan bank sistemi, ölkənin iqtisadi inkişafında və maliyyə sabitliyinin təmin edilməsində mühüm rol oynayır. Sektor, xüsusilə son illərdə rəqəmsallaşma, fintech texnologiyalarının tətbiqi və beynəlxalq bankçılıq standartlarına uyğunlaşma ilə bağlı ciddi yeniliklər yaşamışdır. Bankların depozit, kredit, valyuta əməliyyatları və digər maliyyə xidmətləri üzrə fəaliyyətlərini genişləndirməsi, iqtisadiyyatın dayanıqlılığını təmin etmək üçün vacib amillərdən biridir. Bu mövzunun araşdırılmasında Azərbaycan bank sisteminin tarixi və müasir inkişaf prosesləri təhlil ediləcək, islahatlar və sektorun bugünkü vəziyyəti barədə geniş bir icmal təqdim olunacaq. Bank sektorunun keçmişdən günümüzə qədər olan inkişaf mərhələləri, qarşılaşdığı çətinliklər və gələcək perspektivləri müzakirə ediləcək [3, s.11].

Azərbaycanın bank sistemi, ölkənin müstəqillik qazanmasından sonra bir çox islahatlar və yeniliklərlə qarşılaşmışdır. SSRİ dövründə mərkəzləşdirilmiş plan iqtisadiyyatının bir hissəsi olaraq fəaliyyət göstərən bank sektoru, bazar iqtisadiyyatına keçidlə bərabər özəl sektorun da daxil olduğu yeni bir quruluşa çevrildi. Bu dövrdə əsas diqqət bankların yenidən qurulmasına, maliyyə xidmətlərinin təkmilləşdirilməsinə və beynəlxalq

standartlara uyğunlaşdırılmasına yönəldildi. 1990-cı illərin əvvəllərində Azərbaycanın bank sistemi çətin bir keçid dövründən keçirdi. Müstəqilliyin ilk illərində maliyyə sektorunun tənzimlənməsi üçün yetərli hüquqi baza olmadığından, bankların fəaliyyətində bir sıra problemlər meydana çıxırdı. Bu problemlərin həlli üçün 1992-ci ildə Mərkəzi Bank yaradıldı və ölkənin pul siyasətini tənzimləməyə başladı. Mərkəzi Bankın əsas vəzifəsi ölkədə pul kütləsinin tənzimlənməsi, inflyasiya nəzarətinin təmin edilməsi və bank sektorunun stabilləşdirilməsi oldu. Bundan əlavə, 1990-cı illərin sonlarında ölkədə bir sıra qanunvericilik islahatları həyata keçirildi ki, bu da bank sektorunun inkişafına təkan verdi.

Bank sektorunun inkişafında 2000-ci illərdə beynəlxalq maliyyə qurumlarının və beynəlxalq donor təşkilatlarının dəstəyi böyük rol oynadı. Bu qurumların dəstəyi ilə Azərbaycanda bankların fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik daha da təkmilləşdirildi, həmçinin bankların kapital bazasına çıxış imkanları genişləndirildi. Həmin dövrdə bank sektorunda sağlam rəqabət mühiti yaranmağa başladı və özəl banklar daha çox inkişaf etdi. Bu, ölkə daxilində investisiya mühitinin yaxşılaşmasına və iqtisadiyyatın sabitləşməsinə töhfə verdi.Azərbaycanın bank sisteminin inkişafında mühüm bir mərhələ də maliyyə xidmətlərinin rəqəmsallaşdırılması və fintech texnologiyalarının tətbiqi oldu. 2010-cu illərdən etibarən ölkədə rəqəmsal bankçılıq xidmətlərinin genişlənməsi və müştərilərin bank xidmətlərindən daha rahat istifadə etməsi üçün yeni texnologiyaların tətbiqi başlanıldı. Mobil bankçılıq, internet bankçılıq və digər onlayn xidmətlər, bank müştərilərinə daha sürətli və əlçatan maliyyə xidmətləri göstərmək üçün şərait yaratdı. Eyni zamanda, beynəlxalq maliyyə bazarları ilə inteqrasiya prosesləri də Azərbaycan bank sektorunun inkişafında mühüm rol oynadı. Ölkənin bank sektoru beynəlxalq standartlara uyğun olaraq fəaliyyət göstərməklə yanaşı, xarici maliyyə institutları ilə əməkdaşlıq qurdu. Bu, bankların kredit reytinqlərinin yüksəlməsinə və ölkə daxilində xarici investisiyaların cəlb edilməsinə imkan yaratdı.Müasir dövrdə Azərbaycan bankları, maliyyə xidmətlərini genişləndirmək və daha çox müştəriyə çıxış imkanı vermək üçün müxtəlif strategiyalar həyata keçirirlər. Bankların verdiyi kreditlər iqtisadi inkişafın müxtəlif sahələrinə yönəldilir və bu, xüsusilə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafında əhəmiyyətli rol oynayır. Bununla yanaşı, bank sektoru rəqəmsal texnologiyaların sürətli inkişafı ilə əlaqədar olaraq innovasiyalara daha çox üstünlük verir. Bu da bank xidmətlərinin keyfiyyətini və əlçatanlığını artırır [4, s.6].

Beləliklə, Azərbaycan bank sisteminin inkişafı və təkamülü, müstəqillik illərində həyata keçirilən islahatlar, rəqəmsallaşma prosesi və beynəlxalq maliyyə bazarlarına inteqrasiya ilə səciyyələnir. Bankların müasir şəraitdə iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafına töhfə verməsi, bank

sektorunun qarşısında duran əsas vəzifələrdən biridir. Ölkənin maliyyə sabitliyinin təmin edilməsi və iqtisadi inkişafın davamlılığı üçün bank sektorunun daha da inkişaf etdirilməsi zəruridir.

Göründüyü kimi Azərbaycan bank sektoru yarandığı gündən indiyə qədər çox böyük inkişaf yolu keçmişdir. 2023-cü ilin sonuna olan göstəricilərə əsasən ölkədə fəaliyyət göstərən bankların sayı 23, onların filiallarının sayı isə 475 olmuşdur. Həmçinin ATM-lərin sayın 3 mindən, banklarda çalışanların sayı isə artıq 23 min nəfərdən çoxdur. Müvafiq dövrə əsasən fəaliyyətdə olan bankların cəmi aktivləri 49 milyard manatı keçmişdir. Bank sektorunun kredit portfelində də ildən ilə artım müşahidə olunur. Kredit portfelində ən böyük pay biznes kreditlərinə aiddir. Bank sektorunun öhdəliklərinin strukturunda isə depozitlər böyük üstünlük təşkil edir [2].

Nəticə

Bank sektorunda yeni texnologiyaların əsas rolu və onların inkişafının bəzi nəticələri mühüm təsirlərə səbəb olmuşdur. Bu, müştəri təcrübəsində dəyişikliklər, fəaliyyət proseslərinin avtomatlaşdırılması, təhlükəsizlik tədbirlərinin gücləndirilməsi və müdafiə tədbirlərinin məhz bu texnologiyalar tərəfindən müdafiə olunması, yeni iş sahələrinin yaranması və s. kimi bir çox aspektləri əhatə edir.

Yeni texnologiyalar bank müştəri təcrübəsində dramatik dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Mobil bankçılıq tətbiqləri, internet bankçılığı platformaları və süni intellekt kimi texnologiyalar, müştərilərə daha rahat, sürətli və personalizasiya edilmiş xidmətlər təmin etməyə kömək edir. Bu, müştərilərin bank xidmətlərinə daha asan və sürətli giriş və əlaqə imkanı verir və bankların müştəri təcrübəsini artırmaq üçün müxtəlif texnologiyalardan faydalanmağa imkan verir.

Yeni texnologiyalar fəaliyyət proseslərinin avtomatlaşdırılmasında əhəmiyyətli bir rol oynayır. Banklar, proseslərin avtomatlaşdırılması və effektivliyin artırılması üçün blokçeyn texnologiyası, robot proses avtomatlaşdırması (RPA), maşın öyrənmə və s. kimi texnologiyalardan faydalanmağa başlayırlar. Bu, iş proseslərinin sürətləndirilməsini, səhvlərin azaldılmasını və əməkdaşlar üçün daha yüksək dərəcədə yararlılıq və effektivliyi nəticələndirir.

Bütün bu nəticələr nəzərə alındığında, bank sektorunda yeni texnologiyaların tətbiqi məşğul bir sahədir və bu, bankların inkişaf etməsi və rəqabətə davam etməsi üçün çox vacibdir. Banklar, texnologiyaları effektiv şəkildə tətbiq etmək, müştəri təcrübəsini artırmaq, fəaliyyət proseslərini avtomatlaşdırmaq və maliyyə məlumatlarının təhlükəsizliyini təmin etmək üçün çevik reaksiya göstərməlidirlər.

Ümumilikdə gördüyümüz kimi bank sisteminin tarixi qədim dövrlərə dayanır. Bütün dünyada bank sistemi çox sayda inkişaf mərhələlərindən keçmiş və müasir bank sistemi formalaşmışdır. Bu inkişafda sözsüz ki, texnologiya çox böyük paya sahibdir. Ölkəmizdə də bank sektoru böyük bir təkamül prosesi keçirmişdir. Müasir dövrdə Azərbaycan bank sektorunun sahib olduğu aktivlər, kapital, kredit portfeli, bankların və bank müştərilərinin sayı və s. göstəricilər də bank sektorunun inkişafının əyani sübutudur.

Ədəbiyyat

1. Abbasov A.H. "Maliyyə bazarının formalaşması". Bakı. 2015.
2. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı: https://www.cbar.az/
3. Bəşirov R.A. "Bank işi fənni üzrə interaktiv dərs vəsaiti". Bakı. 2014.
4. Ələsgərov A. "Pul siyasəti və qlobal çağırışlar". Bakı. 2014.
5. Zeynalov V. Z. "Maliyyənin əsasları". Bakı. 2007.
6. Аббасов А.М., Матедов З.Ф. "Цифровизация финансов". Баку. 2003.
7. Berger A. N. and Bouwman C.H.S. "Bank Liquidity Creation". 2017.

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 18.10.2024
Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 22.10.2024
Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 30.10.2024

DOI: doi.org/10.61226/12.2.2023/20243.3
UOT:339.92
Elgün MƏMMƏDLİ
Azərbaycan Dillər Universiteti, magistrant
memmedlielgun463@gmail.com
https://orcid.org/0009-0009-1691-1427

AZƏRBAYCAN VƏ BÖYÜK BRİTANİYA ARASINDA İQTİSADİ ƏMƏKDAŞLIQ: PROBLEMLƏR VƏ İMKANLAR

Xülasə: Məqalə dərin tarixi köklərə malik Azərbaycan və Böyük Britaniya arasında iqtisadi əməkdaşlığa həsr olunub. Azərbaycan 1991-ci ildə müstəqillik əldə etdikdən sonra, Böyük Britaniya Bakı-Tbilisi-Ceyhan kimi enerji layihələrində əsas tərəfdaşa çevrildiyi vaxtdan müasir əməkdaşlıq sürətlə inkişaf etdir.

Ölkələrin son illərdə ticarət və investisiya sahəsində əhəmiyyətli irəliləyişlər əldə etməsinə baxmayaraq, onlar həm də mühüm problemlərlə üzləşirlər. Qlobal qeyri-sabitlik, enerji bazarındakı dəyişikliklər və Azərbaycanın neft və qaz ixracından asılılığı hər iki ölkə arasında münasibətlərin sabit qalması üçün diqqət və fəaliyyət tələb edir.

Münasibətlərin inkişafı perspektivləri ümidverici görünür. Yüksək texnologiyalar, kənd təsərrüfatı və davamlı inkişaf sahələrində əməkdaşlığın genişlənməsi gözlənilir. İnfrastruktur və təhsil təşəbbüslərinə investisiyalar iki ölkə arasında əlaqələrin möhkəmlənməsinə kömək edə bilər, qarşılıqlı faydalı tərəfdaşlıq üçün yeni imkanlar yarada bilər.

Açar sözlər: Azərbaycan, Böyük Britaniya, enerji, investisiya.

Elgun MAMMADLI

ECONOMIC COOPERATION BETWEEN AZERBAIJAN AND GREAT BRITAIN: PROBLEMS AND OPPORTUNITIES

Abstract: The article is devoted to economic cooperation between Azerbaijan and Great Britain, which has deep historical roots. After Azerbaijan gained independence in 1991, when Great Britain became the main partner in energy projects such as Baku-Tbilisi-Ceyhan, modern cooperation has developed rapidly.

Although countries have made significant progress in trade and investment in recent years, they also face significant challenges. Global instability, changes in the energy market and Azerbaijan's dependence on oil

and gas exports require attention and action to maintain stable relations between the two countries.

The prospects for the development of relations look promising. Cooperation in the fields of high technologies, agriculture and sustainable development is expected to expand. Investments in infrastructure and education initiatives can help strengthen ties between the two countries, creating new opportunities for mutually beneficial partnerships.

Keywords: Azerbaijan, Great Britain, energy, investment.

Эльгюн МАММАДЛИ

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ АЗЕРБАЙДЖАНОМ И ВЕЛИКОБРИТАНИЕЙ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

Абстракт: Статья посвящена экономическому сотрудничеству между Азербайджаном и Великобританией, имеющему глубокие исторические корни. После обретения Азербайджаном независимости в 1991 году, когда Великобритания стала основным партнером в таких энергетических проектах, как Баку-Тбилиси-Джейхан, современное сотрудничество стало стремительно развиваться.

Хотя страны добились значительного прогресса в торговле и инвестициях за последние годы, они также сталкиваются с серьезными проблемами. Глобальная нестабильность, изменения на энергетическом рынке и зависимость Азербайджана от экспорта нефти и газа требуют внимания и действий для поддержания стабильных отношений между двумя странами.

Перспективы развития отношений выглядят многообещающими. Ожидается расширение сотрудничества в сферах высоких технологий, сельского хозяйства и устойчивого развития. Инвестиции в инфраструктуру и образовательные инициативы могут помочь укрепить связи между двумя странами, создавая новые возможности для взаимовыгодного партнерства.

Ключевые слова: Азербайджан, Великобритания, энергетика, инвестиции.

Azərbaycan ilə Böyük Britaniya arasında iqtisadi münasibətlərin tarixi Britaniya şirkətlərinin Qafqazın neft sənayesinə fəal şəkildə sərmayə yatırdıqları 19-cu əsrə gedib çıxır. Əməkdaşlığın müasir mərhələsi Azərbaycan 1991-ci ildə müstəqillik əldə etdikdən sonra Böyük Britaniyanın Bakı ilə diplomatik əlaqələr quran ilk Qərb dövlətlərindən biri olması ilə başlayıb.

Sovet İttifaqının dağılmasından sonra Azərbaycan yeni iqtisadi əlaqələrin formalaşdırılması zərurəti ilə üzləşdi. Bu kontekstdə Böyük Britaniya əsas tərəfdaşlardan biri kimi çıxış edərək təkcə investisiyaları deyil, həm də texnologiyanı təmin edib [2, s.54]. Əvvəlcə əməkdaşlıq əsasən enerji sektoruna, xüsusən də Bakı-Tbilisi-Ceyhan layihəsi kimi iri neft və qaz yataqlarının işlənməsinə yönəldilib.

Son iki onillikdə Azərbaycan və Böyük Britaniya iqtisadi əməkdaşlıqda mühüm irəliləyişlər əldə ediblər. Əsas nailiyyətləri bir neçə əsas sahəyə bölmək olar:

1. Enerji: Böyük Britaniya Azərbaycanın Şahdəniz kimi yataqlarının işlənməsində fəal iştirak edir. Azərbaycan Energetika Nazirliyinin məlumatına görə, 2022-ci ildə Avropaya ixrac edilən qazın təxminən 40%-i Azərbaycan qazından əldə olunub ki, bu da bu ölkənin regionun enerji təhlükəsizliyinin təmin edilməsində əhəmiyyətini vurğulayır [4, s.25-29].

Böyük Britaniya enerji təhlükəsizliyini təmin etmək üçün Azərbaycan qazından əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. 2022-ci ildə Azərbaycandan gətirilən qazın həcmi təxminən 12 milyard kubmetr təşkil etmişdir ki, bu da İngiltərəyə ümumi qaz idxalının təxminən 20% -ni təşkil edir. Bu, Azərbaycanı enerji mənbələrinin şaxələndirilməsi üçün, xüsusən də qlobal iqtisadi problemlər kontekstində bir strategiya çərçivəsində Böyük Britaniya üçün əsas tərəfdaşlardan biri etdi.

Bundan əlavə, Şahdəniz layihəsi iki ölkə arasında enerji sahəsində əməkdaşlığın mühüm rol oynamağa davam edir. Azərbaycan Energetika Nazirliyinin məlumatına görə, 2006-cı ildə layihənin başlamasından 200 milyard kubmetrdən çox qaz əldə edilmişdir. Bu əməkdaşlıq nəticəsində həm Azərbaycanda, həm də tərəfdaş ölkələrində infrastrukturun inkişafı üçün yeni işlər və imkanlar da yaradıldı ki, bu da enerji sahəsində bu tərəfdaşlığın sabitliyini və qarşılıqlı faydası vurğulayır.

2. Ticarət: 2022-ci ildə Azərbaycan və Böyük Britaniya arasında ticarət dövriyyəsi 2021-ci illə müqayisədə 10% artaraq təxminən 1,5 milyard dollar təşkil edib. Azərbaycanın Böyük Britaniyaya ixracı təqribən 1,1 milyard dollar, İngiltərədən idxalı isə təqribən 400 milyon dollar təşkil edib [1, s.17].

İngiltərədən idxal, mühəndislik malları, kimyəvi məhsullar və istehlak malları da daxil olmaqla təxminən 400 milyon dollar təşkil etmişdir. Ticarətin həcmində ciddi artım iki ölkə arasında iqtisadi əlaqələrin və qarşılıqlı maraqların artdığını göstərir. Qeyd etmək vacibdir ki, hər iki tərəf, gələcəkdə ticarətin daha da inkişafına və iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarında əməkdaşlıq üçün yeni imkanlar yarada bilər ki, iş və investisiya şəraitinin yaxşılaşdırılması üzərində fəal işləyirlər.

3. İnvestisiya: Azərbaycan İnvestisiyaların Təşviqi Agentliyinin

məlumatına görə, 2023-cü ilə qədər Britaniyanın Azərbaycan iqtisadiyyatına yatırdığı investisiyaların ümumi həcmi 2 milyard dolları ötür və bu, Böyük Britaniyanı ölkədəki ən böyük xarici investorlardan birinə çevirir [6, s.108].

Əsas xarici investorlar arasında Böyük Britaniya iki dövlət arasındakı davamlı və uzun olan iqtisadi əlaqələri vurğulayan aparıcı yerlərdən birini tutur. Britaniya şirkətləri enerji, infrastruktur, tikinti və informasiya texnologiyaları da daxil olmaqla müxtəlif sektorlarda fəal iştirak edirlər.

2022-ci ildə İngiltərədən cəlb olunan investisiyaların həcmi 600 milyon dollar təşkil edib ki, bu da Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafına mühüm töhfə verdi. BP və Shell kimi Britaniya şirkətləri, Şahdəniz və Cənub Qaz Dəhlizi kimi böyük enerji layihələrinin həyata keçirilməsində əsas rol oynayırlar. Bu investisiyalar təkcə Azərbaycanın enerji infrastrukturunun modernləşdirilməsinə töhfə vermir, eyni zamanda ölkədəki iqtisadi vəziyyətə müsbət təsir edən yeni iş yerləri yaradır.

Bundan əlavə, Azərbaycan hökuməti investisiya mühitini yaxşılaşdırmaq, xarici investorların güzəştli şəraiti və vergi seçimlərini təklif etmək üçün fəal işləyir. Bu, Aqro -industriya kompleksi və yüksək texnologiyalar da daxil olmaqla müxtəlif sahələrdə investisiyalara marağın artmasına səbəb olur. Önümüzdəki illərdə İngiltərənin investisiyalarının həcmi artacağı gözlənilir ki, bu da Azərbaycanın iqtisadi inkişafı üçün vacib amil olacaqdır.

Qazanılan uğurlara baxmayaraq, Azərbaycan və Böyük Britaniya arasında iqtisadi əlaqələr bir sıra çağırışlarla təhdid edilir:

1. Qlobal qeyri-sabitlik: Qlobal neft və qaz qiymətlərindəki dəyişikliklər, eləcə də Ukraynadakı müharibə kimi geosiyasi münaqişələr enerji bazarları üçün qeyri-müəyyənlik yaradır. Bu, Avropada Azərbaycan qazına olan tələbata təsir edə bilər.

2. Enerji sektorundan asılılıq: Azərbaycan iqtisadiyyatı neft və qaz ixracından böyük dərəcədə asılı olaraq qalır. Bu, qlobal dəyişikliklər və davamlı enerjiyə keçid kontekstində risklər yaradır.

Azərbaycan və Böyük Britaniya arasında iqtisadi əlaqələrin daha da inkişafı üçün bir çox imkanlar var:

1. Diversifikasiya: Hər iki ölkə əməkdaşlığı şaxələndirmək yollarını fəal şəkildə axtarır. Son illər kənd təsərrüfatı, yüksək texnologiyalar və bərpa olunan enerji kimi sahələrə marağın artması müşahidə olunur [2, s.55]. 2023-cü ildə yaşıl texnologiyalar sahəsində əməkdaşlığa dair bir neçə saziş imzalanıb.

2. İnfrastruktura investisiya: Böyük Britaniya Azərbaycanda infrastruktur layihələrinə sərmayə qoymağa davam edir. 2022-ci ildə Böyük Britaniya şirkətləri nəqliyyat infrastrukturunun qurulmasına və

təkmilləşdirilməsinə 200 milyon dollardan çox sərmayə qoyublar.

3. Təhsil və elm: son illərdə tələbələrin və elmi kadrların mübadiləsi proqramları fəal şəkildə inkişaf edir ki, bu da iki ölkə arasında əlaqələrin möhkəmlənməsinə və yeni sənaye sahələri üçün ixtisaslı kadrların formalaşmasına kömək edir [3, s.54].

Son illərdə Azərbaycan və Böyük Britaniyada təhsil və elm sahəsində, xüsusən də tələbələr və tədqiqatçılar mübadiləsi üçün proqramlar vasitəsilə əməkdaşlığı xeyli genişləndirdilər. 2022-ci ildə gənc mütəxəssislərə beynəlxalq təhsil almağa və ölkələrinə yeni bilik və təcrübə ilə qayıtmağa imkan verən 150-dən çox təqaüd ayrıldı.

Bundan əlavə, elmi təşəbbüslər çərçivəsində Azərbaycan şagird və müəllimlərə Avropa universitetləri ilə təcrübə və bilik mübadiləsinə imkan verən Erasmus + proqramlarında fəal iştirak edir. 2023-cü ildə Azərbaycandan 50-yə yaxın tələbə, bacarıqların inkişafına və ölkədə təhsilin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına töhfə verən birja proqramında iştirak etmişdir. Bu proqramlar yalnız təhsil prosesini zəngin deyil, həm də beynəlxalq elmi əlaqələrin qurulmasına töhfə verir.

Ayrıca, Azərbaycan və Böyük Britaniyanın universitetlər arasında birgə tədqiqat layihələrinin getdikcə daha populyarlaşdığını da qeyd etmək lazımdır. Məsələn, 2022-ci ildə həm tələbə, həm də elm adamlarının diqqətini cəlb edən informasiya texnologiyaları və ekologiya sahəsində bir neçə təşəbbüs başlandı. Bu əməkdaşlıq təkcə elmi tərəqqiyə deyil, həm də yaşıl texnologiyalar və rəqəmsallaşdırma kimi iqtisadiyyatın yeni sektorlarında işləmək üçün zəruri olan ixtisaslı kadr hazırlamaq üçün də kömək edir.

Azərbaycan ilə Böyük Britaniya arasında iqtisadi əməkdaşlıq gələcək inkişaf üçün mühüm potensialı nümayiş etdirir. Son illərdə hər iki ölkə ticarət və investisiya sahəsində səmərəli əlaqələr qura bilib, bunu ikitərəfli ticarət həcminin artması və Azərbaycan iqtisadiyyatına Böyük Britaniya investisiyalarının artması sübut edir [5, s.90-96]. Enerji və yüksək texnologiyalar kimi əsas sektorlar davamlı tərəfdaşlıqların əsasına çevrilərək yeni biznes imkanları açır.

Müsbət tendensiyalara baxmayaraq, iqtisadi əlaqələr hələ də müxtəlif çağırışlarla təhdid olunur. Qlobal qeyri-sabitlik, enerji bazarındakı dəyişikliklər və neft sektorundan asılılıq kimi daxili problemlər hər iki ölkədən diqqət və aktiv fəaliyyət tələb edir. Bu maneələri aradan qaldırmaq üçün strateji dialoqu gücləndirmək və investorlar üçün əlverişli mühit yaratmaq lazımdır.

Azərbaycan ilə Böyük Britaniya arasında iqtisadi əlaqələrin inkişaf perspektivləri ümidverici olaraq qalır. Gözlənilir ki, hər iki ölkə davamlı inkişaf və innovativ texnologiyalar da daxil olmaqla əməkdaşlıq üçün yeni

sahələr axtarmağa davam edəcək. Mövcud qlobal tendensiyaları və Britaniya investorlarının Azərbaycan bazarına marağını nəzərə alaraq əminliklə deyə bilərik ki, iqtisadi tərəfdaşlıq gələcəkdə hər iki tərəfə fayda gətirərək möhkəmlənəcək və dərinləşəcək.

Ədəbiyyat

1. Əliyev R. Azərbaycan və Böyük Britaniya iqtisadi münasibətləri: tarix və müasirlik. 2022, İqtisadiyyat və İdarəetmə Jurnalı, №3, s. 12-25.
2. Quliyev T. Enerji əməkdaşlığı: Azərbaycan və Britaniya perspektivləri. 2021, Beynəlxalq Münasibətlər Jurnalı, №4, s. 45-58.
3. Гусейнова Л. Влияние энергетических проектов на внешнюю политику Азербайджана. 2021, №5. стр. 45-58.
4. Керимов Э. Перспективы экономического сотрудничества между Азербайджаном и Великобританией. 2020, Экономика и управление, №2. стр. 15-30.
5. Brown L. The Evolution of UK-Azerbaijan Relations in the 21st Century. 2021, Journal of Foreign Affairs, Vol. 29, No. 4, pp. 88-105.
6. Smith J. Energy Security and Geopolitical Dynamics: The Case of Azerbaijan and the UK. 2023, Energy Policy Journal, Vol. 49, pp. 102-117.
7. Williams R. Strategic Partnerships: Azerbaijan and the UK in a Changing World. 2020, International Relations Review, Vol. 10, No. 3, pp. 15-30.

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 15.10.2024
Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 21.10.2024
Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 28.10.2024

DOI: doi.org/10.61226/12.2.2023/20243.4
UOT: 379.85
Ceyhun NURİYEV
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, doktorant
jeyhunuriyev@gmail.com
https://orcid.org/0009-0003-9642-3613

DAVAMLI TURİZMİN İNKİŞAFINDA KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ HƏRƏKƏTVERİCİ QÜVVƏ KİMİ

Xülasə: Araşdırma davamlı turizmin inkişafında kiçik və orta sahibkarlığın rolundan bəhs edir. Turizm sektorunun inkişafı əlbəttə ki, qeyri-neft sektoruna önəmli dərəcədə töhfə verir. Bu da ölkə iqtisadiyyatının inkişafında müsbət rol oynayır hansı ki, ölkələrin böyüməsində və inkişafında mühüm paya malikdir və mövcud ehtiyatlardan səmərəli istifadə etmək, turizm gəlirlərini artırmaq və iqtisadi vəziyyətin tarazlaşdırılması baxımından əvəzedilməz sektor hesab olunur. Müəssisələrin davamlılığı iqtisadi, sosial və ekoloji cəhətdən məsuliyyətin üzərinə götürülməsidir. Davamlılıq strategiyalarının yaradılması onların iqtisadi göstəricilərə, sosial bərabərliyə və ekoloji prinsiplərə əməl edərək hərəkət etməsi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Araşdırmada sektorda olan oxşar mal və xidmətlər təklif edən müəssisələrin bir-biri ilə rəqabət məsələləri, rəqabətqabiliyyətlilik, rəqabət dinamikası, həmçinin, müştərilər üçün dəyər yaradan strategiyalarla əlaqədar məsələlərə baxılmışdır.

Həmçinin, araşdırmada kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin xüsusiyyətləri, güclü və zəif tərəfləri təhlil edilmişdir. Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin əsas makroiqtisadi gostəriciləri araşdırmada təhlil edilmişdir. 2021 və 2022-ci il üzrə müqayisəli təhlildə həm kiçik, həm də orta sahibkarlıq subyektlərində yaradılmış əlavə dəyər, işçilərin sayı, orta aylıq nominal əməkhaqqı, əsas kapitala investisiyalar, fəaliyyətdə olan sahibkarlıq subyektləri üzrə faiz nisbətləri qeyd olunmuşdur.

Bütün bunları nəzərə alaraq məqalənin mövzusunun kifayət qədər əhəmiyyətli olduğu aydın görünür. Məqalədə müəyyən illərin statistik məlumatlarına baxılıb təhlil edilməsi, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin zəif tərəflərinin araşdırılıb aradan qaldırılması yolları, güclü tərəflərinin də həmçinin araşdırılıb inkişaf etdirilməsi yolları müəyyən edilir.

Açar sözlər: turizm, kiçik və orta sahibkarlıq, davamlı turizm.

Jeyhun NURIYEV

SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES AS A DRIVING FORCE IN SUSTAINABLE TOURİSM DEVELOPMENT

Abstract: The research deals about the role of small and medium enterprises in the development of sustainable tourism. The development of the tourism sector certainly contributes significantly to the non-oil sector. It also plays a positive role in the development of the country's economy, which has an important share in the growth and development of countries, and is considered an indispensable sector in terms of effectively using existing resources, increasing tourism income and balancing the economic situation. Corporate sustainability is economic, social and environmental responsibility. Creating sustainability strategies is essential for them to act in accordance with economic indicators, social equity and environmental principles. In the research, nuances related to competition issues, competitiveness, competitive dynamics offering similar goods and services and also strategies that create value for customers of enterprises in the sector were considered.

Also, the characteristics, strengths and weaknesses of small and medium enterprises were analyzed in the study. The main macroeconomic indicators of small and medium enterprises were analyzed in the study. In the comparative analysis for 2021 and 2022, the added value created in both small and medium business entities, the number of employees, the average monthly nominal salary, investments in the main capital, interest rates for operating business entities were noted.

Considering all this, it is clear that the topic of the article is quite important. The article reviews and anlyzes the statistical data of certain years, investigates and eliminates the weaknesses of small and medium-sized business entities, and also determines the ways to ivestigate and develop their strengths.

Keywords: tourism, small and medium entrepreneurship, sustainable tourism

Джейхун НУРИЕВ

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Абстракт: Исследование посвящено роли малого и среднего бизнеса в развитии устойчивого туризма. Развитие

туристического сектора, безусловно, вносит значительный вклад в ненефтяной сектор. Он также играет положительную роль в развитии экономики страны, которая имеет важную долю в росте и развитии стран и считается незаменимым сектором с точки зрения эффективного использования имеющихся ресурсов, увеличения доходов от туризма и балансирования экономической ситуации. Корпоративная устойчивость — это экономическая, социальная и экологическая ответственность. Создание стратегий устойчивости необходимо для того, чтобы они действовали в соответствии с экономическими показателями, социальной справедливостью и экологическими принципами. В ходе исследования были рассмотрены нюансы, связанные с вопросами конкуренции, конкурентоспособности, конкурентной динамики, предлагающей схожие товары и услуги, а также стратегии, создающие ценность для клиентов предприятий сектора.

Также в исследовании были проанализированы характеристики, сильные и слабые стороны малых и средних предприятий. В исследовании были проанализированы основные макроэкономические показатели малых и средних предприятий. В сравнительном анализе за 2021 и 2022 годы были отмечены добавленная стоимость, созданная как в субъектах малого, так и среднего предпринимательства, численность работников, среднемесячная номинальная заработная плата, инвестиции в основной капитал, процентные ставки для действующих субъектов предпринимательства.

Учитывая все это, становится ясно, что тема статьи достаточно важна. В статье рассматриваются и анализируются статистические данные отдельных лет, исследуются и устраняются слабые стороны субъектов малого и среднего предпринимательства, а также определяются пути выявления и развития их сильных сторон.

Ключевые слова: туризм, малое и среднее предпринимательство, устойчивый туризм

GİRİŞ

Turizm sektoru həm makro, həm də mikro miqyasda ölkə iqtisadiyyatlarına fayda gətirir. Bu gün turizm dünyanın ən böyük və sürətlə inkişaf edən sektorlarından biridir. Turizm sektoru üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən təbii, mədəni və tarixi sərvətlərin qorunması davamlılıq və davamlı turizm anlayışlarını ön plana çıxarır və davamlılıq günümüzün ən vacib məsələlərindən biridir. Davamlılıq o deməkdir ki, bugünkü ehtiyacları ödəmək üçün istifadə olunan resurslar gələcək nəsillərin də ehtiyaclarını qarşılamağa imkan verir. Turizm sektoru baxımından davamlılıq təbii,

mədəni, tarixi və sosial dəyərlərin qorunub saxlanılaraq istifadəsi və cəlbediciliyinin qorunub saxlanılması deməkdir.

Xarici valyuta gəlirləri, məşğulluq imkanları və iqtisadiyyata müsbət təsirləri ilə turizm əhəmiyyətli bir sahəyə çevrilib. Turizm hökumətlər tərəfindən valyuta problemlərinin həlli, işsizlik problemlərinin aradan qaldırılması, inkişaf siyasəti və strategiyalarının hazırlanması üçün iqtisadi vasitə kimi istifadə olunur. Sürətli sənayeləşmə nəticəsində təbii ehtiyatlar sürətlə tükənməyə doğru gedir. Davamlı turizm anlayışı təbii və mədəni mühitə həssaslıqla yanaşan, biomüxtəlifliyi qorumaq məqsədi daşıyan, gələcək nəsilləri turizmlə tanış etməyi qarşısına məqsəd qoyan, uzunmüddətli düşünən və yerli icmalara dəstək verən turizm anlayışıdır. Dünyada turizm fəaliyyəti sürətlə genişlənir. Turizmin inkişafına müsbət nəzarət edilə bilmədikdə, geri dönməz mənfi təsirlərin baş verməsi ehtimalı var. Ona görə də turizmin davam etdirilməsi üçün yeganə imkan davamlı turizm olacaq.

Turizm sənayesində şirkətlərin davamlılıq strategiyaları və rəqabət

Azərbaycanın iqtisadi inkişafının əsas istiqamətlərindən biri də turizmdir. Turizm daha çox gəlir gətirən və iqtisadi baxımdan sürətlə mənimsənilən sektorlardan biri kimi qəbul edilir. Buna baxmayaraq turizm sənayesinin keyfiyyətli servis tələb etdiyini xatırlamaq vacibdir. Çünki burada insanlara xidmət göstərilir, onların əsas tələbləri ödənilir, sağlamlıq və mədəniyyət səviyyəsi yüksəlir. Turizmə kapital qoyuluşunun əsas istiqamətləri, infrastrukturun inkişafı və onun həyata keçirilməsi üçün investisiya mənbələrinin müəyyən edilməsi turizm məhsulunun xüsusiyyətləri və onun istehlak dəyərinin strukturu ilə müəyyən edilir [1, s.57].

Azərbaycanda beynəlxalq turizmə daxil olmaq üçün istiqamətləri ölkə iqtisadiyyatının potensial imkanları və onun gələcək perspektivi müəyyən edir. Ölkədə xarici biznesin böyüməsi, onların müxtəlif sənaye sahələrində fəal məşğul olması, Azərbaycan Respublikasının sahibkarlarının xarici işgüzar əlaqələrinin həcmi, keyfiyyət və kəmiyyəti, onların dünya bazarında yer alması qlobal turizmə inteqrasiyanın əsas istiqamətidir [1, s.59].

Hazırda artan istehlak nisbəti hər sektorda olduğu kimi turizmdə də resurslardan istifadəyə mənfi təsir göstərir. İstehsal-istehlak zəncirində əmələ gələn zərərli tullantılar tükənən resursları məhv edərək ətraf mühitə ziyan vurur. Qlobal istiləşmə və digər ekoloji problemlər (hava, su, səs-küy, vizual çirklənmə və s.) ilə indi insanların qlobal miqyasda təhlükə altında olduğunu söyləmək olar.

Turizm müəssisələrinin hər gün müştəriləri üçün böyük miqdarda

resurs istehlak etdiyi görünür. Otaqların isidilməsi və soyudulması, otaqlarda istifadə olunan kimyəvi maddələr (yuyucu və s.), qolf meydançalarının suvarılması, hovuzların doldurulması, kruiz gəmilərinin çıxardığı tullantılar, yeməklərin hazırlanmasına sərf olunan enerji bu istehlaka misal ola bilər [2, s. 205].

Şirkətin davamlılığı sosial, iqtisadi və ekoloji məsuliyyətlərin, eləcə də müəssisələrin maliyyə öhdəliklərini üzərinə götürməsidir. Şirkətin davamlılığının idarə edilməsi, biznesin fəaliyyətini həyata keçirərkən səbəb olduğu iqtisadi, sosial və ekoloji problemlərə şirkətin strateji və mənfəət yönümlü reaksiyası kimi müəyyən edilə bilər. Buna üçlü performans və ya üçlü məsuliyyət anlayışı da deyilir. Bu göstəricini həyata keçirən şirkətlər öz fəaliyyətlərində eyni zamanda iqtisadi göstəricilərə, sosial bərabərliyə və ekoloji prinsiplərə əməl edirlər. Bu performansı həyata keçirmək və təkmilləşdirmək üçün şirkətlər ilk növbədə davamlılıq strategiyası yaratmalıdırlar. Bu strateji planlar rəhbərliyin məsuliyyəti olsa da, işçilərin fəal iştirakını tələb edir. Bu səbəbdən iş yerlərində kadrların davamlılığı da mühüm əhəmiyyət kəsb edir [3, s. 336].

Davamlı turizm və rəqabət üstünlüyünü qeyd etdikdə bir turizm destinasiyasının marketinqində nəzərə alınmalı olan həssas məqam destinasiyanın rəqabət qabiliyyətidir. Rəqabətlilik üçün dayanıqlı turizm baxımından destinasiyanın gücləndirilməsi zəruri hesab olunur. Buna görə də rəqabətli bazarlarda təyinat yerinin gücü "təyinatın öz resurslarından davamlı şəkildə istifadə edərək, rəqiblərinə qarşı bazar payını qoruyaraq yüksək əlavə dəyərli məhsullar istehsal etmək qabiliyyəti" kimi müəyyən edilir. Təyinat yerinin planlaşdırılması və inkişafı mövcud rəqabət üstünlüklərinə malik olan təyinat yerinə diqqət yetirir.

Sektorda eyni müştəri qrupuna oxşar mal və xidmətlər təklif edən istiqamətlər bir-biri ilə rəqabət aparır. Rəqabət müəyyən mənada bazarda müştərilərin ehtiyaclarını qarşılayan, gözləntilərini reallaşdıran və onlar üçün dəyər yaradan strategiyalarla mübarizə aparmaq deməkdir. O, turizmdə rəqabətqabiliyyətliliyi və ya destinasiya rəqabət qabiliyyətini "bir destinasiyanın rəqiblərinə nisbətən bazar mövqeyini qoruyub saxlamaqla öz resurslarını dayanıqlı hala gətirərək əlavə dəyərli məhsullar yaratmaq və bu məhsulları inteqrasiya etmək bacarığı" kimi müəyyən edir.

Rəqabət dinamikası məsələsini başa düşmək üçün vacib bir yanaşma ona resurs əsaslı baxmaqdır. Resurs əsaslı yanaşmaya görə, insan unikal, dəyərli və təqlid edilməsi çətin olan resursa daha çox malik olduqda davamlı rəqabət üstünlüyünə malikdir. Təbii resursların məhdud potensialına görə bu konsepsiya turizmə yad deyil. Turizm resurslarına təbii ehtiyatlar (çimərliklər, dağlar, kənd yerləri kimi), mədəni sərvətlər və işçi qüvvəsi daxildir [4, s. 32-33].

KOS-ların güclü və zəif tərəfləri

Müasir dünyada getdikcə daha geniş yayılmış iqtisadi fəaliyyət növlərindən biri də kiçik və orta sahibkarlıqdır. Bu cür fəaliyyətin bir neçə üstünlükləri onun geniş yayılmış populyarlığını göstərir. Rəqabətli mühitin yaradılması iqtisadiyyatda kiçik və orta biznesin əsas funksiyalarından biridir. Bu müəssisələr məşğulluğu artırmaq və ya iqtisadiyyat üçün yeni iş yerləri yaratmaq imkanı verir. KOS-lar, həmçinin, bazarın inkişafına daha sürətli, çevik reaksiya verə bilərlər, çünki onlar əhalinin tələbatına daha həssas olurlar [5, s. 878].

KOS-ları ümumiyyətlə daha az kapital istifadə edən, daha çox əl əməyi ilə işləyən, tez qərar qəbul etmək imkanı olan, aşağı idarəetmə xərcləri ilə işləyən, ucuz istehsal reallaşdıran iqtisadi müəssisələr adlandırmaq olar [6, s. 42].

Müəssisənin maliyyə vəziyyətinin sağlam olub-olmadığını müəyyən etmək üçün bir çox amilləri nəzərdən keçirmək lazımdır.

Bu elementləri aşağıdakı kimi sadalamaq mümkündür:

- Mikro sahibkarlıq;
- Kiçik sahibkarlıq;
- Orta sahibkarlıq.

KOS-ların böyük müəssisələrlə müqayisədə potensial üstünlükləri və mənfi cəhətləri var. KOS-ların üstünlükləri davranışla əlaqədardır. Onun çatışmazlıqları maddi resurslardadır. Potensial davranış üstünlükləri sahibkarlıq idarəçiliyi, risk götürmə, motivasiya və əzmkarlıq, təcrübə, çeviklik, idarəetmə komandasının müştərilərə yaxınlığıdır.

Kiçik biznesin çevik strukturu varsa, onlar bazarda tələbin qəfil dəyişmələrinə daha yaxşı cavab verirlər. Mövcud üsul və məhsulları təqlid etmək üçün inkişaf etdirdikləri qabiliyyət sayəsində buna nail olurlar. Qeyri-müəyyənliyə həssasdırlar və fürsətçilikdən daha çox istifadə edirlər. Bununla belə, onlar tez-tez iş gördükləri müəssisələr tərəfindən səhlənkarlıq və səhv hərəkət riski yüksək olan müəssisələr kimi qəbul edilir [7, s. 9].

Cədvəl 1. **KOS-LARIN GÜCLÜ TƏRƏFLƏRİ**

KOS-LARIN XÜSUSİYYƏTLƏRİ	KOS-LARIN GÜCLÜ TƏRƏFLƏRİ
- Bir-biri ilə əlaqəli idarəetmə	- Motivasiya edilmiş idarəetmə
- İşçilərin vəzifələrinin inteqrasiyası, diversifikasiya və təkmilləşdirmə	- Motivasiyalı işçi qüvvəsi
- Az və sadə prosedurlar; şəxsi, birbaşa, şifahi daxili ünsiyyət	- Aşağı xərclər və az təhrif edilmiş ünsiyyət
- Müştərilərlə şəxsi və yaxın ünsiyyət	- Xüsusi sifarişləri qəbul etmək bacarığı

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Kiçik miqyaslı, dar və kiçik bazar seqmentində fəaliyyət göstərdiyinə görə yüksək xərclər, aşağı təcrübə əyriləri resursların mənfi cəhətləridir. Resurs strukturunun qeyri-kafi olması və maliyyələşmənin əldə edilməsində çətinliklər digər mühüm zəif nöqtələrdir. Onlar müştərilərin dar bir seqmenti üçün bir və ya bir neçə standart məhsul istehsal etməyə meylli olduqları üçün müştərilərindən çox asılıdırlar. Müştərilərdən bu asılılıq KOS-lara məhsul/xidmət qiymətlərini artırmaq üçün az sövdələşmə imkanı verir. İdarəetmə komandası kiçikdir və daha avtokratik idarəetmə tərzi göz qabağındadır. Maliyyə, kadr və marketinq sahələrində mütəxəssis kadrların işə götürülməsi baxımından qeyri-kafidirlər. Bundan əlavə, resurs çatışmazlığı səbəbindən innovasiyaların əsas mənbələri olan AR-GE fəaliyyətinin yaradılmasında əhəmiyyətli çatışmazlığa malikdirlər.

Cədvəl 2. **KOS-LARIN ZƏİF TƏRƏFLƏRİ**

KOS-LARIN XÜSUSİYYƏTLƏRİ	KOS-LARIN ZƏİF TƏRƏFLƏRİ
- Xüsusi vəziyyətlərin anlaşılması	- Yanlış qavrayışlara etiraz etməmək
- Məlumatların məxfiliyi	- Yeni informasiyaları mənimsəmək üçün məhdud tutum
- Bacarıq	- Texniki çətinlik
- Az məhsullar və bazarlar	- Riskin paylanmasının aşağı səviyyəsi
- Həddindən artıq səlahiyyət, bir çox funksiyaların bir işçidə cəmləşməsi	- İşçilərin davamsızlığı səbəbindən həddindən artıq itkilər
- Bir neçə iyerarxiya təbəqəsi	- Karyera imkanlarının məhdudluğu, biznesə ixtisaslı kadrların cəlb oluna bilməməsi

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən əldə olunan məlumatlar nəticəsində məqalədə Azərbaycanda olan kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin əsas göstəriciləri ilə əlaqədar təhlil aparılmışdır. Təhlilə əsasən həm subyektlərin sayı, həm də onların fəaliyyəti ilə əlaqədar kateqoriyalar üzrə göstəricilər cədvəl 3-də qeyd edilmişdir.

Cədvəl 3: **Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin əsas makroiqtisadi göstəriciləri**

Göstəricilər	2021			2022		
	Cəmi	o cümlədən		Cəmi	o cümlədən	
		Kiçik	Orta		Kiçik	Orta
Yaradılmış əlavə dəyər, milyon manat	8165,3	2 384,3	5 781,0	10 078,50	2 796,1	7 282,4
İşçilərin sayı, min nəfər	317,0	102,2	214,8	327,70	104,8	222,9
Orta aylıq nominal əməkhaqqı, manat	1 276,50	528,2	748,3	1 418,60	575,6	843,0
Əsas kapitala investisiyalar, milyon manat	1 681,50	892,7	788,8	1 970,0	955,1	1 014,9
Fəaliyyətdə olan sahibkarlıq subyektləri	9735	6856	2879	10 898	7760	3138

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən əldə edilən məlumatlara əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Cədvəl 3-də 2021 və 2022-ci il üzrə qeyd olunan göstəriciləri nəzərdən keçirsək, görərik ki, 2022-ci ildə 2021-ci ilə nisbətən hər bir kateqoriya üzrə həm kiçik, həm də orta sahibkarlıq subyektlərində artım müşahidə olunmuşdur. Kateqoriya üzrə göstəricilərin cəmi sayının faiz nisbətini qeyd etsək, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərində yaradılmış əlavə dəyər üzrə 2021-ci ilə nisbətən 2022-ci ildə təxminən 23.4%-ə, işçilərin sayı üzrə 3.4%-ə, orta aylıq nominal əməkhaqqı üzrə 11.1%-ə, əsas kapitala investisiyalar üzrə 17.2%-ə, fəaliyyətdə olan sahibkarlıq subyektləri üzrə isə 12%-ə yaxın artım olmuşdur.

Cədvəl 3-dən də göründüyü kimi həm kiçik həm də orta sahibkarlıq müəssisələrində qeyd olunan göstəricilər üzrə artımın olması bu müəssisələrin davamlılığına və inkişafına müsbət təsir göstərir.

Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsində KOS üzrə strateji məqsədlər qeyd olunmuşdur [9, s. 303]:

- KOS-un inkişafı üzrə daha əlverişli biznes mühitinin formalaşdırılması;
- KOS-un rəqabətqabiliyyətliliyinin və iqtisadiyyatdakı rolunun artırılması;
- ölkədə istehsal olunan iş və xidmətlərin bütün mümkün hissəsinin, xüsusilə intellektual hissəsinin KOS-un və nəticədə, innovasiyaların inkişafı yolu ilə yaradılmasına nail olunması;
- KOS-un məşğulluğun təmin edilməsindəki rolunun artırılması;
- əsas istehlak mallarının KOS subyektləri tərəfindən istehsalına nail olunması;
- KOS subyektlərinin ixrac etdikləri malların ölkənin ümumi ixracındakı payının artırılması.

Nəticə

Turizm sektoru qeyri-neft sənayesinə güclü təkan verən sahələrdəndir. Bu sektorun inkişafı ölkəmizdə bir çox məsələlərin həllində müsbət şəkildə rol oynayır. Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri də bu sektorda fəaliyyət göstərir və turizmin, ələxsus da davamlı turizmin fəaliyyətdə olmasına müsbət təsirlərini göstərir. Çox yaxşı bir haldır ki, davamlılıqdan savayı, inkişafın təmin olunmasında köməklik göstərir. Bu kimi müəssisələrin Azərbaycanda sayının artması, turizm sektorunda bu müəssisələrə investisiyalar statistik məlumatlara əsasən bu inkişafı göstərir.

Əlbəttə ki, qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycandakı KOS-ların zəif tərəflərini aradan qaldırmaq, güclü tərəflərini isə inkişaf etdirmək vacib məsələdir. Bu da davamlı turizmin inkişafında KOS-ların hərəkətverici qüvvə kimi önəmli çıxış etməsinə şərait yaradacaqdır.

Araşdırmadan belə qənaətə gəlmək olar ki**,** Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri davamlı turizmin inkişafında hərəkətverici qüvvə kimi öz fəaliyyətini həyata keçirən böyük əhəmiyyətli müəssisələrdir.

Ədəbiyyat

1. Məmmədov, E.Q. Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri / E.Məmmədov. – Bakı: Gənclik Nəşriyyatı, – 2013. – 172 s.
2. ATAY, Lütfi ve DİLEK, S. Emre (2013). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: İbiş Otel Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadive İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, S.1, C.18, s.203-219.
3. Tutar, F.K. (2015). Yeşil Ekonomi, Yeşil Turizm: Türkiyede Turizm Sektöründe Yeni Trend Yeşillenen Oteller Projesi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 3, Sayı: 13, Haziran, s. 328-352.
4. Can, E. (2013). Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi. Istanbul Sosyal Bilimler Dergisi. Yıl: 2013, Yaz Sayısı: 4
5. BECK, D (2019) Financing Constraints of SMEs in Developing Countries: Evidence, Determinants and Solutions, Worldbank, - 878 pp.
6. Sarıgül, H. (2012). Basel Düzenlemelerinin Kobilerin Muhasebe ve Finansal Raporlama Uygulamalarına Etkileri. KONYA: Eğitim Yayınevi.
7. Kaya, N. (2013). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde Stratejik Yönetim. Ankara: Detay Yayıncılık.
8. https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/
9. "Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair" Strateji Yol Xəritəsi, 2016.

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 08.10.2024
Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 14.10.2024
Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 28.10.2024

DOI: doi.org/10.61226/12.2.2023/20243.5
Fuad CABBAROV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru
fuadjabbarov@gmail.com
https://orcid.org/0009-0006-7907-7976

Rüfət RƏHİMOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
ragimovrufat@gmail.com
https://orcid.org/0009-0009-3602-442X

İDMAN TƏŞKİLATLARI DAXİLİNDƏ FƏALİYYƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ SƏMƏRƏLİLİYİN ARTIRILMASI

Xülasə: İdman menecmenti idman biznesinin bütün aspektlərini əhatə edən mürəkkəb bir sahədir. İdarəetmə prosesi situasiyaların diaqnostikası, planlaşdırılması, təşkili, resursların əlaqələndirilməsi və nəticələrin qiymətləndirilməsini əhatə edən universaldır. İdman təşkilatlarında menecerlər fərdlərin və ümumi təşkilatın ehtiyaclarını və məqsədlərini nəzərə alaraq səmərəliliyi artırmaq üçün çalışırlar. Bu idarəetmə idman nəticələrinə nail olmaq üçün strategiyalar, statistika, texnologiya, mühasibat uçotu və kommunikasiya ilə bağlı müxtəlif bacarıqlar tələb edir. İdmanda uğur, məqsəd və məmnuniyyəti təmin edən ayrı-ayrı idmançılardan tutmuş idarəçilərə və dövlət orqanlarına qədər bütün səviyyələrdə arzu edilir. İdman təşkilatlarını təkmilləşdirmək səylərinə kommunikasiyaların idarə edilməsi, ictimaiyyətlə əlaqələr, insan resursları və qiymətləndirmə daxildir. Bu tədqiqat idman təşkilatlarının idarə edilməsini təkmilləşdirmək üçün effektiv metodları müəyyən etmək və idarəetmə təhlili modelini hazırlamaq məqsədi daşıyırdı.

Açar sözlər: optimallaşdırma, idarəetmə, idman təşkilatları.

Fuad JABBAROV, Rufat RAHIMOV

IMPROVING THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF ACTIVITY IN SPORTS ORGANIZATIONS

Abstract: Sports management is a complex area that covers all aspects of sports business. It is universal, including diagnosis of

management process situations, planning, construction, achievement of results and assessment of results. Managers in their organizations are working to use it to improve the needs and services of individuals and organizations as a whole. This management requires various skills related to strategy, statistics, technology, accounting and communication to achieve sports results. Success in sports is desirable at all levels: from individual means of achieving goals and achievements to managers and government bodies. Include the management of communications, acquisitions, human resources and computer technologies in efforts to improve sports companies. This study is based on the creation of effective methods of improving the management of sports organizations and the development of a management analysis model.

Keywords: optimization, management, sports organizations

Фуад ДЖАББАРОВ, Руфат РАГИМОВ
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Абстракт: Спортивный менеджмент — сложная область, охватывающая все аспекты спортивного бизнеса. Он универсален, включая диагностику ситуаций процесса управления, планирование, построение, достижение результатов и оценку результатов. Менеджеры в своих организациях работают над тем, чтобы использовать его для улучшения потребностей и обслуживания отдельных лиц и организаций в целом. Это управление требует различных навыков, связанных со стратегией, статистикой, технологией, бухгалтерским учетом и коммуникацией для достижения спортивных результатов. Успех в спорте желателен на всех уровнях: от индивидуальных средств достижения целей и достижений до менеджеров и государственных органов. Включите управление коммуникациями, приобретениями, человеческими ресурсами и компьютерными технологиями в усилия по улучшению спортивных компаний. Данное исследование основано на создании эффективных методов совершенствования управления спортивными организациями и разработке модели анализа управления.

Ключевые слова: оптимизация, менеджмент, спортивные организации

Giriş

Artan qloballaşma və bazar iqtisadiyyatına keçid peşəkar idman

təşkilatlarında innovasiyaların vacibliyini vurğuladı. Bununla belə, liqa strukturları, mədəni normalar və təşkilati iyerarxiya kimi amillər bu təşkilatlar daxilində yaradıcılığı dəstəkləyə və ya əngəlləyə bilər. İdman üçün məqsədlərinə çatmaq və muxtariyyəti qorumaq üçün ardıcıl qlobal strategiya vacibdir, idarəetmə prosesləri həm daxili, həm də xarici mühitlərdə əsasdır. Menecerlər fərdlərin ehtiyac və istəklərini və təşkilatın ümumi məqsədlərini nəzərə alaraq icra işlərini səmərəli təşkil etməlidirlər. İdman idarəçiliyində strateji planlaşdırma, statistika, informasiya texnologiyaları və kommunikasiya kimi müxtəlif bacarıq və strategiyalar lazımdır. İdman təşkilatları üçün maliyyə səmərəliliyini, insan resurslarını və idman yarışlarında ümumi performansı yaxşılaşdırmaq üçün idarəetmənin mürəkkəbliklərini araşdırmaq və anlamaq çox vacibdir. [8, s. 165]

İdarəçilik konsepsiyalarının idmana inteqrasiyası sosial təkamülə görə zəruri hesab edilmiş, təşkilati fəaliyyətə sistemli və vahid yanaşmaya səbəb olmuşdur. Bu yanaşmaya 1990-cı ilə qədər idarəetmə məsələlərini həll edən formal institusional çərçivənin olmaması təsir etdi. İdmanda idarəetmə effektiv məqsədlərə nail olmaq üçün idman strukturu daxilində resursların, proseslərin və əlaqələrin koordinasiyası kimi müəyyən edilir. İdman menecmenti idman fəaliyyətlərində iştirak edən sistemlər və vəziyyətlər üzərində effektivliyi və nəzarəti təmin edir.

İdmanda idarəetmə idman strukturları və fəaliyyətləri üçün katalizator rolunu oynayır, idman üçün xüsusi bacarıqları olan şəxslərin aşkar edilməsində və tərbiyəsində səmərəliliyə səbəb olur. Seçim prosesləri və müsbət psixo-sosial mühitin yaradılması idman idarəçiliyinin mühüm aspektləridir. Bacarıqlı kadrların seçilməsi və irəli çəkilməsi idman təşkilatlarında məhsuldar fəaliyyət üçün optimal şəraitin yaradılmasına kömək edir. İşə qəbul və işdən çıxarılma ilk növbədə ümumi fəaliyyətə və daha az dərəcədə nisbi fəaliyyətə əsaslanır.

İdman sənayesinin inkişafına təkan vermək üçün bu sahədə irəliləyiş üçün strategiyaları uyğunlaşdırmaq və tətbiq etmək üçün ixtisaslı mütəxəssislərin davamlı axını vacibdir. Hazırkı idman menecerləri öz fəaliyyətlərini indiki yerli reallıqda lövbərləməklə gələcək mütəxəssislərin hazırlanmasında mühüm rol oynayırlar. Onların təlim kurslarının qurulması, qiymətləndirilməsi və özünü qiymətləndirməsi ilə bağlı təcrübələri və qərarları müəssisələrinin uğuruna və idmançıların performansına kömək edəcəkdir. İdman menecerlərinin məsuliyyəti idman təşkilatlarının tərəqqisini və uğurunu təmin etməkdən ibarətdir.

İdman menecerlərinin səriştəsi və fədakarlığı öz qurumlarının və idmançılarının xeyrinə seçmək və hərəkət etmək üçün strategiyaların strukturlaşdırılması və qiymətləndirilməsində çox vacibdir. Onların

hərəkətləri və qərarları idman təşkilatlarının uğurlarına və yüksək göstəricilərinə zəmin yaradacaq. İdman idarəçiliyi üzrə gələcək mütəxəssislərin davamlı inkişafı və yetişdirilməsi idman sənayesinin yüksəlişini və çiçəklənməsini təmin edəcəkdir. İdman menecerləri idman idarəçiliyinin gələcəyinin formalaşdırılmasında və idman təşkilatlarının uğurlarına töhfə verməkdə mühüm rol oynayırlar.

Effektiv idarəetmə hər hansı bir idman təşkilatında, xüsusən də keçid dövrlərində uğur qazanmaq üçün vacibdir. Liderlik, işçilərin motivasiyasını daim dərk edərək və gücləndirməklə inkişafı təşviq etməkdə mühüm rol oynayır. Deyildiyi kimi, "at suya apara bilərsən, amma susuz qalmadıqca onu içdirə bilməzsən" iş yeri motivasiyasına aiddir; işçilər yalnız bunu etmək istədikləri və ya ilham aldıqları zaman çıxış edəcəklər. İşçilərin motivasiyası, xüsusən də keçid mərhələlərində güclü təşkilati performansa nail olmaq üçün əsasdır. Müasir qloballaşan mühitdə liderlər effektiv liderliyin əsas aspekti olan işçilərin motivasiyasını başa düşməyi və inkişaf etdirməyi üstün tutmalıdırlar. Motivasiya məqsədyönlü hərəkətlərə səbəb olan şəxsi güclü tərəflər vasitəsilə davranışları təşviq etməyi əhatə edir. [2, s.181]

Transformasiya liderliyinə uyğun olaraq, menecerlər işçilərin qərarların qəbul edilməsi prosesinə cəlb edilməsi, sertifikatların verilməsi, iş növbəsinin həyata keçirilməsi və ünsiyyət üsullarının uyğunlaşdırılması kimi müxtəlif motivasiya strategiyalarından istifadə edə bilərlər. İş motivasiyası işçilərin məşğul olmaq istəyinə təsir edən həm daxili amillər (şəxsi ehtiyaclar, dəyərlər və tapşırıqların qavranılması) və həm də xarici amillər (əmək haqqı, tapşırıqların bölüşdürülməsi, nəzarət sistemləri və qrup dinamikası kimi) tərəfindən idarə olunur.

Ünsiyyət bacarıqları idman menecerləri üçün həyati əhəmiyyət kəsb edir ki, bu da onlara təşkilati məqsədlərə nail olmaq üçün effektiv qarşılıqlı əlaqə yaratmağa imkan verir. Bacarıqlı ünsiyyət vasitəsilə menecerlər yaxşı məlumatlı qərarlar qəbul edə, məqsədlərin başa düşülməsini asanlaşdıra və təşkilatın xarici imicini təşviq edə bilərlər. Effektiv ünsiyyət mesajların başa düşülməsini və niyyətlərin aydın olmasını təmin etmək üçün əks əlaqədən asılıdır. Qrup əməkdaşlığı üçün ünsiyyət qavrayışları, münasibətləri və davranışları formalaşdırmalıdır. Menecerlər ünsiyyətə təşkilat, təlim, nəzarət və qiymətləndirmə üçün vacib idarəetmə vasitəsi kimi baxır, eyni zamanda zehniyyət dəyişikliklərini dəstəkləyir. [1, s. 276]

Məqsədlərə səmərəli şəkildə nail olmaq üçün aydın prioritetlərin müəyyən edilməsi vacibdir. Menecerlər təşkilatın strateji məqsədlərinə uyğun gələn prioritetləri müəyyən etməli və müəyyən etməlidirlər ki, bu da işçilərə öz enerji və resurslarını səmərəli şəkildə cəmləşdirməyə imkan verir. Prioritetlər dörd meyar əsasında təsnif edilir: vaciblik, aktuallıq,

qısamüddətli diqqət və uzunmüddətli diqqət. Məqsədlərə nail olmaq üçün bütün komanda üzvlərinin menecerləri tərəfindən müəyyən edilmiş prioritetləri başa düşməsi və onlarla razılaşması çox vacibdir.

Məqsədlərin müəyyən edilməsi. Əməliyyat məqsədləri müəyyən edilərkən, təşkilatın bütün şöbələri, eləcə də icraçı heyətin əməkdaşlıq etməsi vacibdir ki, məqsəd qəbulu ilə bağlı heç bir fikir ayrılığı olmasın. Davamlı olmayan işçi münasibətlərini formalaşdırmaq üçün ilkin liderlik səyləri boşa çıxa bilər. [6, s. 4] Menecerin məsuliyyəti əməliyyat məqsədlərini təşkilati məqsədlərlə əlaqələndirmək və onların əlçatmaz görünmədən tabeçiliyi motivasiya etməsini təmin etməkdir. (Cədvəl 1.)

Cədvəl 1. Effektiv Məqsəd Təyinatı üçün Təlimatlar

Məqsədlərin Təyinatı Təlimatları	Təsvir
Dəqiqlik və ölçülə bilənlik	Məqsədlər konkret və ölçülə bilən olmalıdır.
Son tarixə yönəldilmiş	Hər bir hədəfin tamamlanması üçün aydın bir son tarix olmalıdır.
Aydınlıq və Birmənalılıq	Məqsədlər sadə və qeyri-müəyyənlik olmadan olmalıdır.
Prioritetlərə əsaslanan Çeşidləmə	Məqsədləri prioritet səviyyəsinə görə təşkil edilməlidir.
Çətin, lakin əldə edilə bilən	Məqsədlər həvəsləndirici, problem təqdim edən, lakin həyata keçirilə bilən olmalıdır.
Siyasətlərin Uyğunlaşdırılması	Məqsədlər təşkilatın siyasət və standartlarına uyğun olmalıdır.
Nəticəyə fokuslanmış	Məqsədlər nəzərəçarpacaq nəticələr əldə etməyə yönəldilməlidir.

Mənbə: *Müəllif tərəfindən hazırlanıb.*

Vaxtın idarə edilməsi həm texniki, həm də iqtisadi tərəqqidə mühüm rol oynayan liderlik üçün mühüm resursdur. Zaman sonsuz olsa da, eyni zamanda qeyri-elastik, tez xarab olan və əvəzedilməzdir, hər hansı bir itki geri dönməzdir. Vaxtın səmərəli idarə edilməsi planlamağı, prioritetləri təyin etməyi və tapşırıqlara mütəşəkkil şəkildə cavab verməyi tələb edir, bu, prioritetlərin müəyyən edilməsi, tapşırıqların verilməsi, məqsədə nail olunması, təkmilləşdirilmiş ünsiyyət, təkmilləşdirilmiş yaradıcılıq və daha balanslaşdırılmış peşəkar və şəxsi həyat kimi konkret üstünlüklərə gətirib çıxarır.

Strateji planlaşdırma istehsal yönümlü bir proses kimi təfərrüatlı planın yaradılması ilə yekunlaşır. Bu plan məqsədyönlü məqsədlərə, müdaxilələrə və prioritetlərə nail olmaq üsullarını əks etdirir. O, müəyyən edilmiş ehtiyacların həlli üçün aydın ardıcıllığı təmin edərək, yerinə yetiriləcək hər bir məqsəd üçün tələb olunan sıra və vaxtı müəyyən edir. Menecerlər bəzən vaxtdan səmərəsiz istifadə etmək meyllərini nəzərdən qaçırırlar, planlaşdırılan prioritetlərdən əvvəl planlaşdırılmamış işlərlə

məşğul olurlar ki, bu da mühüm məqsədləri həll olunmamış qoya bilər.

Qiymətləndirmə, menecerlərə komandanın effektivliyini başa düşməyə kömək edən işçilərin performansına dair analitik anlayışlar təmin etmək üçün vacibdir. Qiymətləndirmə fərdin və ya qrupun təyin olunmuş tapşırıqları yerinə yetirmək, öhdəlikləri yerinə yetirmək və təşkilat daxilində rola aid problemlərin öhdəsindən gəlmək qabiliyyətini qiymətləndirir. Bu proses insan kapitalının təsirinin ölçülməsində və işçilərin fəaliyyətinin təşkilati məqsədlərlə uyğunlaşdırılmasında mühüm rol oynayır. [4, s. 51]

Qiymətləndirmənin effektiv olması üçün müəyyən əsas şərtlər mövcud olmalıdır:

- Qiymətləndirmənin məqsədi kadrlara nəzarət etmək olmamalıdır.
- Qiymətləndirmə işçilər arasında daha çox əməkdaşlığa və motivasiyaya təkan verməlidir.
- Qiymətləndirmənin məqsədi təşkilati məqsədlərə nail olunmasını dəstəkləmək olmalıdır.
- Qiymətləndirmə ehtiyac sahələrini vurğulamalı və effektiv idarəetmə üçün həllər təqdim etməlidir.

Menecerlər qiymətləndirmə prosesi zamanı müəyyən riskləri də nəzərə almalıdırlar:

- İşçilər qiymətləndirməyə sadəcə bürokratik formallıq deyil, faydalı proses kimi baxmalıdırlar.
- Qiymətləndirmələr şəxsi xüsusiyyətlərə deyil, performansa əsaslanmalıdır.
- Qiymətləndirmələr konstruktiv olmalı, peşəkar və təşkilati inkişafı vurğulamalıdır.

Tədqiqatda mövcud ədəbiyyatı hərtərəfli nəzərdən keçirməkdən başlayaraq müxtəlif üsullardan istifadə edilib. Daha sonra biz idman təşkilatlarının menecerləri üçün iki sorğu anketindən istifadə edilərək sosioloji sorğu keçirib. Bu araşdırmanın məqsədi tədqiq etdiyimiz davranışlar və sosial amillərlə əlaqəli müvafiq elementləri müəyyən etmək idi. Bu cavabları təhlil edilərək idman təşkilatları daxilindəki dinamika haqqında məlumat əldə edildi.

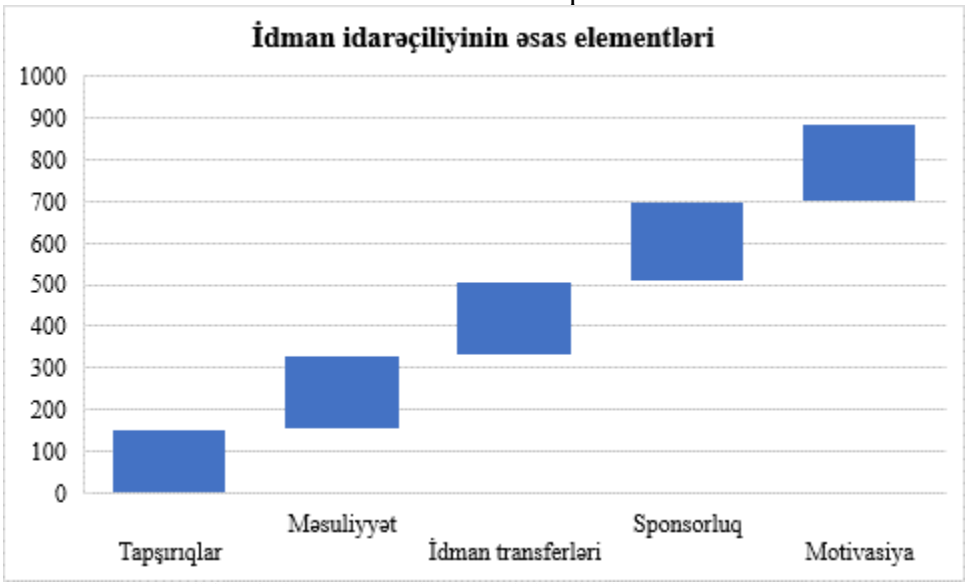
Multifaktorlu Liderlik Sorğusu (MLQ) liderliyin transformasiya, tranzaksiya və passiv/qaçma aspektlərini ölçmək üçün nəzərdə tutulmuş təfərrüatlı alətdir və fərdin performansı və liderlik potensialının hərtərəfli görünüşünü təklif edir. Həm sahə, həm də laboratoriya tədqiqatlarında geniş şəkildə istifadə edilən MLQ seçim, köçürmə, təşviq, inkişaf və fərdi, qrup və ya təşkilati səviyyələrdə məsləhət üçün dəyərli vasitə kimi xidmət edir tonakis. [1, s. 7]

MLQ tərəziləri müxtəlif liderlik üslublarının həmkarlara, komandalara

təsirini və təşkilatların ümumi effektivliyini qiymətləndirmək üçün nəzərdə tutulub. Bu, müxtəlif liderlik modellərinin biznes, sənaye, hərbi, təhsil, din, administrasiya, hökumət və idman da daxil olmaqla müxtəlif sektorlara necə təsir etdiyini, həmçinin onların tabeçiliyində olan və həmkarlarının məmnunluğuna, komandanın səmərəliliyinə və təşkilati uğura təsirinin kəmiyyətcə təhlilinə imkan verir. [7, s.48].

İlk beş miqyas transformasiya liderliyinə diqqət yetirir, altı və yeddi miqyas isə tranzaksiya liderliyini qiymətləndirir. Səkkiz və doqquzuncu şkala passiv liderliyi qiymətləndirir və son şkalalar - on, on bir və on iki - liderliyin nəticələrini ölçür. İdman menecmenti kontekstində idman mütəxəssislərinin fəaliyyətinə təsir edən əsas amillərə idmançıların motivasiyası, sponsorların cəlb edilməsi, istedadlı idmançıların transferi və effektiv tapşırıqlar daxildir (Diaqram 1).

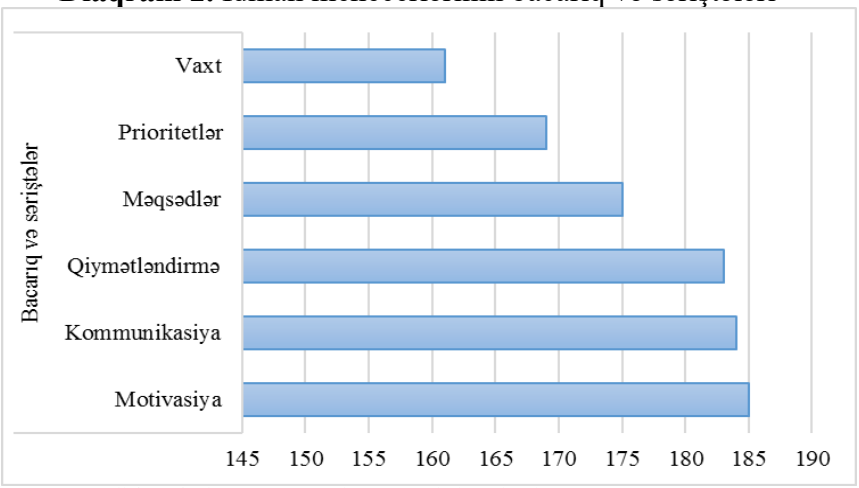
Diaqram 1. İdman təşkilatlarının idarə edilməsində bəzi fundamental elementlərin diaqramı



Mənbə: *Müəllif tərəfindən sorğu nəticələri əsasında hazırlanıb.*

Tədqiqatçıların öz bacarıq və səriştələrinin əhəmiyyəti ilə bağlı fikirlərində ilk yerləri idmançıların və işçilərin motivasiyası, daha sonra ünsiyyət bacarıqları və nəhayət, vaxtın idarə edilməsi gəlir (Diaqram 2.)

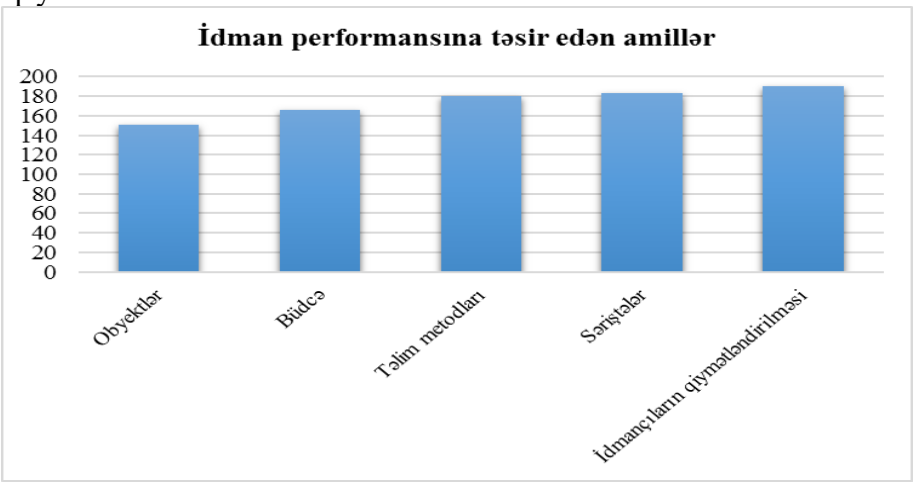
Diaqram 2. İdman menecerlərinin bacarıq və səriştələri



Mənbə: *Müəllif tərəfindən sorğu nəticələri əsasında hazırlanıb.*

Menecerlərin rəqabət nəticələrinə maddi amillər ən az əhəmiyyətli olub və ən az təsir edən amillərdəndir. Bunun əksinə olaraq, insan faktorları, məsələn, idmançıların kalibri və məşq proseslərinə nəzarət edənlərin (o cümlədən müəllimlər, məşqçilər və təlimçilər) təcrübəsi ən əhəmiyyətli hesab edilir (Diaqram 3).

Diaqram 3. İdmançının performansına təsir edən amillərin müqayisəsi.



Mənbə: *Müəllif tərəfindən sorğu nəticələri əsasında hazırlanıb.*

İdman təşkilatlarını əhatə edən unikal konsepsiyaları təhlili zamanı oldu ki, təşkilati məqsədlərə nail olmağa töhfə verən idman idarəçiliyinin strategiyaları, siyasətləri və təcrübələri bu araşdırmaya daxil olan idman təşkilatları üçün xüsusi olaraq idarəetmə təhlili modelinin yaradılmasına

səbəb ola bilər.

Bundan əlavə, tədqiqatda pərəstişkarların məmnuniyyətini artırmaq üçün effektiv yanaşmaları müəyyən edildi ki, bu da yaxşı hazırlanmış strategiyalar və siyasətlər vasitəsilə performansı yaxşılaşdıra bilər. Həmçinin rəqabət üstünlüyünün yaradılmasına yönəlmiş fəaliyyətlərin, siyasətlərin və strategiyaların layihələndirilməsi, istismara verilməsi və təşkilinin cari vəziyyəti də qeyd edildi. Bundan əlavə, tədqiqat təşkilat, koordinasiya, planlaşdırma, motivasiya və nəzarət kimi idarəetmə hərəkətləri və strategiyalarının effektivliyinə təsir edən əsas xüsusiyyətləri və dəyişənləri təyin etməklə yanaşı, idman təşkilatlarında bütün şöbələr üzrə işçilərin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və mükafatlandırılması üçün bir model təklif etmişdir. Bu nəticələr vurğulanan məsələlərin hərtərəfli təhlili üçün zəmin yaradır.

Nəticə

Son onilliklər ərzində idmanın təkamülü onu həm sosial, həm də iqtisadi sahələrə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərən insan, maliyyə və maddi resursları səmərəli şəkildə səfərbər edən mürəkkəb sənayeyə çevirdi. Bütün idman təşkilatlarının müvəffəqiyyət əldə etmək üçün vacib olan nəzəriyyələri, texnikaları, üslubları və metodları özündə birləşdirən hərtərəfli idarəetmə strategiyaları hazırlamasına təcili ehtiyac var. Bundan əlavə, insan resurslarının əhəmiyyətinin dərk edilməsi idman menecerləri üçün prioritet olmalıdır, çünki bu, məhsuldarlığa və performansa birbaşa təsir göstərir.

Tədqiqat idman təşkilatları daxilində müəyyən edilmiş məqsədlərlə bağlı işçilərin fəaliyyətinin sistematik və davamlı qiymətləndirilməsinin zəruriliyini vurğuladı. Dəyərli idmançıların transferinə diqqətin artması diqqətəlayiq tendensiyadır ki, bu da idman qurumlarının davamlılığının və həyat qabiliyyətinin təmin edilməsində maliyyə resurslarının oynadığı mühüm rolu vurğulayır. Həmçinin məlum olub ki, bu təşkilatların gəlirlərinin əhəmiyyətli bir hissəsi minimal gəlir gətirən kütləvi idman fəaliyyətlərindən deyil, sponsorluq və ianələrdən əldə edilir. İdmançılara sponsorları və dəstəyi effektiv şəkildə cəlb etmək üçün media orqanları ilə əməkdaşlıq vacibdir.

Əlavə olaraq, əldə olunan nəticələr göstərdi ki, yüksək səviyyəli menecerlər idmançıları həvəsləndirmək üçün müvafiq mükafatın vacibliyini vurğulayır, gənc menecerlər isə daha idealist yanaşmaya meyllidirlər. Tədqiqat həm də peşəkar təcrübə və təhsilin idarəetmə üslublarına müsbət təsir etdiyini ortaya qoydu. Qeyd edək ki, tədqiqatda iştirak edən menecerlər avtoritar nəzarətdən uzaqlaşaraq komandanın inkişafına diqqət yetirən transformasiya liderlik üslublarına üstünlük verdilər. MLQ-45 sorğusunun

nəticələri göstərdi ki, liderlik tərzi digər üslublarla mənfi korrelyasiyaya malikdir və bunun əks məhsuldar olduğunu sübut edir. Effektiv ünsiyyət, ehtiras və fədakarlıq idman strukturları daxilində vacib komponentlər kimi müəyyən edilmişdir. Nəhayət, müasir idman mənzərəsi daxilində çətinliklərin öhdəsindən gəlmək üçün menecerlər böhranların idarə edilməsi üsulları da daxil olmaqla, idarəçilik bacarıqlarını davamlı təkmilləşdirməyə öhdəlik götürməlidirlər.

Ədəbiyyat

1. Antonakis, J., Avolio, B. J., & Sivasubramaniam, N. (2003). Context and leadership: An examination of the nine-factor full-range leadership theory using the Multifactor Leadership Questionnaire. The Leadership Quarterly, 14(3), 261-295. https://doi.org/10.1016/S1048-9843(03)00030-4
2. Asrar-ul-Haq, M., & Anwar, S. (2018). The many faces of leadership: Proposing research agenda through a review of literature. Future Business Journal, 4(2), 179-188. https://doi.org/10.1016/j.fbj.2018.06.002
3. Colibaba-Evuleț, D., & Bota, I. (1998). Jocuri sportive: Teorie și metodică [Sports games: Theory and methodology]. București: Aldin.
4. Endres, G. J., & Kleiner, B. H. (1990). How to measure management training and development effectiveness. Journal of European Industrial Training, 14(9). https://doi.org/10.1108/03090599010137102
5. Gavrilă, T., & Lefter, V. (2002). Managementul general al firmei [Overall management of the company]. București: Editura Economică.
6. Henricks, M. D., Young, M., & Kehoe, E. J. (2020). Attitudes toward change and transformational leadership: A longitudinal study. Journal of Change Management, 20(3). https://doi.org/10.1080/14697017.2020.1758529
7. Iliescu, D., Mocanu, R., & Beldean, F. (2008). MLQ (Chestionarul Multifactorial de Leadership). Date preliminare pentru România [MLQ (Multifactorial Leadership Questionnaire). Preliminary data for Romania]. Psihologia Resurselor Umane, 6(1), 47 63. https://doi.org/10.24837/pru.v6i1.346
8. Ion, I. (2011). Measuring human capital – A scientific utopia? International Journal of Pluralism and Economics Education, 2(2), 162-169. https://doi.org/10.1504/IJPEE.2011.041696
9. Lussier, R. N., & Kimball, D. C. (2009). Applied sport management skills. Champaign, IL: Human Kinetics.

10. Mihăilescu, N. (2006). Management. Marketing. Legislație în sport [Management. Marketing. Legislation in sport]. Pitești: Editura Universității din Pitești.
11. Salaga, S., & Juravich, M. (2020). National Football League head coach race, performance, retention, and dismissal. Sport Management Review. https://doi.org/10.1016/j.smr.2019.12.005
12. Smith, N. L., & Green, B. C. (2020). Examining the factors influencing organizational creativity in professional sport organizations. Sport Management Review. https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.003
13. Strategic planning. (2014). Scandinavian Journal of Public Health. https://doi.org/10.1177%2F1403494813515117
14. Zhang, J. J., Kim, E., Mastromartino, B., Qian, T., Y., & Nauright, J. (2018). The sport industry in growing economies: Critical issues and challenges. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 19(2), 110-126. https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2018-0023

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 07.10.2024
Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 11.10.2024
Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 18.10.2024

DOI: doi.org/10.61226/12.2.2023/20243.6
UOT:005
Vasif ƏLİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, doktorant
vasif.zireddinoglu@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-8119-5756

AZƏRBAYCAN MƏDƏNİYYƏT MEYARLARININ AZƏRBAYCANLI MENECERLƏRİN MƏDƏNİYYƏT MEYARLARI İLƏ MÜQAYİSƏSİ

Xülasə: Bu tədqiqat, Azərbaycanlı menecerlərin mədəniyyət meyarlarını Hofstede-nin dəyərlər modeli vasitəsilə araşdırır və Azərbaycan dilinə uyğunlaşdırılmış bir sorğu istifadə edir. Araşdırma altı əsas mədəniyyət indeksi müəyyən edir:

- Güc Məsafəsi İndeksi (PDI): 59.55, təşkilat daxilində iyerarxik strukturların mülayim qəbulunu göstərir.
- İndividuallıq və Kollektivizm İndeksi (IDV): -6.35, sosial və iş mühitlərində kollektivizmin individuallığa nisbətən üstünlüyünü ifadə edir.
- Kişisayağılıq və Qadınsayağılıq İndeksi (MAS): 41.6, ənənəvi kişisayağı və qadınsayağı dəyərlər arasında balanslı bir perspektivi əks etdirir.
- Qeyri-müəyyənlikdən Qaçış İndeksi (UAI): 60.5, biznes praktikasında qeyri-müəyyənlik və qeyri-müəyyənliyə qarşı ehtiyatlı bir yanaşmanı nümayiş etdirir.
- Qısa Müddətli Meyillilik (LTO): 40.65, uzunmüddətli planlamadan daha çox qısa müddətli hədəflərə yönəldiyini göstərir.
- Həyata qarşı tolerantlıq və məhdudiyyət İndeksi (IVR): 24.9, Həyata qarşı məhdudiyyətli bir yanaşma olduğunu və arzuların üzərində nəzarət etməyə üstünlük verildiyini göstərir.

Bu nəticələr, Azərbaycanlı menecerlərin ənənəvi dəyərlər və qlobal təsirlər arasında bir balans qurduqlarını, kollektiv yanaşma və ehtiyatlı idarəetmə tərzini nümayiş etdirdiklərini göstərir ki, bu da menecment funsyalarına təsir edir.

Açar sözlər: Menecment, mədəniyyətlərarası menecment , mədəniyyət meyarları

Vasif ALIYEV

COMPARISON OF AZERBAIJANI CULTURAL DIMENTIONS WITH THE CULTURAL DIMENTIONS OF AZERBAIJANI MANAGERS

Abstract: This study examines the cultural dimensions of Azerbaijani managers through Hofstede's value model, utilizing a survey adapted into Azerbaijani. The research identifies six key cultural indices:
- Power Distance Index (PDI): 59.55, indicating a moderate acceptance of hierarchical structures within organizations.
- Individualism vs. Collectivism Index (IDV): -6.35, suggesting a strong preference for collectivism over individualism in social and work contexts.
- Masculinity vs. Femininity Index (MAS): 41.6, reflecting a balanced perspective between traditionally masculine and feminine values.
- Uncertainty Avoidance Index (UAI): 60.5, demonstrating a cautious approach towards uncertainty and ambiguity in business practices.
- Long-term Orientation (LTO): 40.65, indicating a tendency towards short-term goals rather than long-term planning.
- Indulgence vs. Restraint Index (IVR): 24.9, showing a restrained attitude towards indulgence and a preference for control over desires.

These findings reveal that Azerbaijani managers navigate a blend of traditional values and global influences, characterized by a collectivist approach and a cautious management style, which may affect organizational practices and leadership strategies.

Keywords: Management, intercultural management , cultural dimentions

Васиф АЛИЕВ

СРАВНЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕРЕНИЙ АЗЕРБАЙДЖАНА С КУЛЬТУРНЫМИ ИЗМЕРЕНИЯМИ АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ МЕНЕДЖЕРОВ

Абстракт: Это исследование изучает культурные измерения азербайджанских менеджеров через модель ценностей Хофстеде, используя адаптированное на азербайджанский язык анкетирование. Исследование определяет шесть ключевых культурных индексов:

- Индекс расстояния власти (PDI): 59,55, что указывает на умеренное принятие иерархических структур внутри организаций.

- Индекс индивидуализма иCollectivism (IDV): -6,35, что свидетельствует о преобладании коллективизма над индивидуализмом

в социальных и рабочих контекстах.

- Индекс маскулинности и фемининности (MAS): 41,6, отражающий сбалансированную перспективу между традиционными маскулинными и феминнными ценностями.
- Индекс избегания неопределенности (UAI): 60,5, демонстрирующий осторожный подход к неопределенности и неоднозначности в бизнес-практиках.
- Индекс краткосрочной ориентации (LTO): 40,65, указывающий на тенденцию к краткосрочным целям, а не к долгосрочному планированию.
- Индекс толерантности и ограничения в жизни (IVR): 24,9, показывающий ограниченный подход к жизни и предпочтение контроля над желаниями.

Эти результаты показывают, что азербайджанские менеджеры создают баланс между традиционными ценностями и глобальными влияниями, демонстрируя коллективный подход и осторожный стиль управления, что влияет на функции менеджмента.

Ключевые слова: Менеджмент, Межкультурный менеджмент, Культурные измерения.

Menecment

Menecerlər maliyyə və elmi mənbələrdən istifadə edərək hədəflərə çatmaq üçün çalışırlar [1]. İqtisadi, teknoloji inkişaf ilə birlikdə, siyasi, sosial, hüquqi dəyişiklikləri və hətta ətrafdakı müəssisələrin inkişaflarını da nəzərə alaraq, müəssisənin hədəflərinə çatmaq üçün təhsil almış şəxslərə menecer deyilir [6]. Menecer müəssisədəki bütün səlahiyyətlərə və vəzifələrə sahib olan şəxsdir və bu menecerlər menecment işini elmi metod və texnikalar ilə yerinə yetirirlər [7].

Mədəniyyət

Bu mərhələdə Hofstede komputerlə insan arasında bir anologiya quraraq insan şüurundakı bu duyğuları "zehni proqramlara" bənzətmişdir. Amma bunun insanın zehninin bir kompüter kimi proqramlaşdırıla biləcəyi mənasına gəlməməsini və fərdlərə məxsus olan bu düşüncə, hiss və davranış qəliblərinin fərdin davranışını proqnozlaşdırmaqda məhdud bir rola sahib olduğunu vurğulamışdır. Hofstedenin kompüterlə insan zehni arasında qurduğu anologiya ilə düşündüyümüz zaman bir fərdin zehni proqramlarının kökü fərdin böyüdüyü və həyat təcrübəsi qazandığı sosial mühitə qədər uzanır. Fərdin zehni proqramlaşdırılması ailədən başlayır, qonşuluq münasibətləri ilə güclənir, məktəbdə, dost çevrəsində, iş yerlərində və cəmiyyətdə davam edir. Hofstede bu "zehni proqramları" mədəniyyət adlandırır [4].

Mədəniyyətlərarası menecment

XX əsrin əvvəllərindən etibarən önəm qazanmağa başlayan təşkilat və menecment sahəsi ilə əlaqəli olaraq müxtəlif nəzəriyyələr və modellər hazırlanmışdır. Bununla da, müəyyən mənada təşkilati idarəetmə davranışının universal prinsipləri və meyarları müəyyənləşdirilməyə çalışılmışdır. Ancaq 1970-ci illərdən bəri təşkilati idarəetmə elmlərində hazırlanmış ənənəvi qurumlar haqqında sıx müzakirələr başlanmışdır. Bu müzakirələrdə mədəniyyət anlayışı fərqli bucaqlardan təhlil edilən və diqqəti cəlb edən anlayışlardan birinə çevrildi. Bununla birlikdə, mədəniyyətlər / ölkələr arasındakı müqayisəli tədqiqatlar ilə əldə edilən nəticələr mədəniyyət anlayışına marağın artmasına səbəb oldu. Hər cəmiyyətin özünəxas mədəniyyəti olduğundan, təşkilat və menecment ilə əlaqəli anlayışları, prosesləri və tətbiqləri mədəni bir kontekstdə təcrid etmək mümkün deyildir. Bu vəziyyətdə, təşkilat və bəzi əlaqəli universal həqiqətlərdən başqa, hər bir mədəniyyətə xas olan bəzi yerli fərqliliklər ola bilər. Bu mənada menecer əsaslı iş üslubunu cəmiyyətin mədəniyyətinə uyğunlaşdırmaq lazımdır [3].

Mədəniyyətlərarası menecment milli və regional mədəniyyətlər arasındakı təşkilati və idarəetmə səviyyələrində oxşar və fərqli cəhətlərin öyrənilməsidir. Mədəniyyətlərarası menecment anlayışı üçün ilk yanaşma Farmer və Richman (1965) ilə Negandhi və Prasad (1971) tərəfindən hazırlanmış modellərdir. Farmer və Richman mədəniyyəti, həm təşkilati, həm də idarəetmə səmərəliliyinin müəyyənləşdirilməsində əsas dəyişən kimi ifadə etdikləri halda, Negandhi və Prasad modellərində menecment fəlsəfəsini əsas müstəqil amil hesab etmişdilər [2].

Tədqiqatın metodu

Tədqiqat çərçivəsində məlumat toplamaq məqsədilə kəmiyyət tədqiqat üsullarından biri olan sorğu texnikası istifadə edilmişdir. Tədqiqatda istifadə olunan sorğu forması, Hofstede tərəfindən hazırlanmış dəyərlər sorğusunun (VSM 2013) Azərbaycan dilinə uyğunlaşdırılmış versiyasıdır. Sorğu formasında mədəniyyət meyarlarını müəyyən edilməsi məqsədilə 24(iyirmi dörd) ifadədən yararlanılmışdır. Mədəniyyət meyarlarını müəyyən edən suallar üçün 5-li Likert şkalası istifadə olunmuş, Orijinal sorğunun elmi tədqiqatlar üçün istifadəsi üçün lazım olan icazə Geert Hofstede-nin rəsmi saytı vasitəsindən əldə edulən e-mail ilə əlaqə saxlanılaraq alınmışdır (geerthofstede.com). Tədqiqat çərçivəsində meyar müəyyən etmək üçün istifadə olunan ifadələr aşağıdakı kimi sıralanmışdır: Araşdırmada "Kəmiyyət dəyişənləri" olaraq şəxsi ifadələr tədqiq edilmişdir. Tədqiqatda Geert Hofstede və Michael Minkov (2013) tərəfindən hazırlanmış anket tətbiq edilmişdir. Verilən dəyişənlərin etibarlılığı Cronbach alfa testi ilə yoxlanılmışdır. Suallara uyğun olaraq hər bir sualın ortalaması alınmışdır.

Azərbaycanlı menecerlərin Güc məsafəsi meyyarı

PDI - 35(m07 – m02) + 25(m20 – m23) + C (pd)
PDI - 35(4.23-4.40) + 25(3.48-2.86) + 50= 59.55
Azərbaycanlı menecerlərin İndividuallıq qarşı kollektivizim meyyarının indeksi
IDV-35(m04 – m01) + 35(m09 – m06) + C(ic)
IDV- 35(3.70– 4.25) + 35(3.07 – 4.13) + 50 = -6. 35
Azərbaycanlı menecerlərin Qadınsayağılığa qarşı kişisayağılıq meyyarının indeksi
MAS - 35(m05 – m03) + 35(m08 – m10) + C(mf)
MAS - 35(4.16- 4,24) + 35(4,35- 4,51) + 50 = 41.6
Azərbaycanlı menecerlərin qeyri-müəyyənlikdən qaçış meyyarının indeksi
UAI - 40(m18 - m15) + 25(m21 – m24) + C(ua)
UAI - 40(3.77 - 3)+25(2.68 - 3.51) + 50= 60. 5
Azərbaycanlı menecerlərin Qısa müddətli meyillillik meyyarınının indeksi
LTO - 40(m13 – m14) + 25(m19 – m22) + C(ls)
LTO - 40(3.78-3.92)+25(3.64-3.79)+50 = 40.65
Azərbaycanlı menecerlərin Həyata qarşı Tolerantlıq və ya Məhdudiyyət meyyarı indeksi
IVR - 35(m12 – m11) + 40(m17 – m16) + C(ir)
IVR - 35(3.86- 3.88) + 40(2,75- 3.36) + 50 = 24.9
Azərbaycanlı menecerlərin mədədniyyət meyyarları İndeksinin Etibarlılıq Təhlili
Güvənilirlik təhlilində **Cronbach Alpha əmsalı**, 0 ilə 1 arasında dəyərlər alaraq ifadələr arasındakı əlaqəni ölçür və sorğunun bütöv bir ölçü olub-olmadığını müəyyən edir. Təhlil nəticəsində əldə edilən **Cronbach Alpha** dəyərləri bu şəkildə şərh olunur (Kalaycı, 2017: 405):
- **$0.00 \leq \alpha < 0.40$**: Ölçək etibarlı deyil.
- **$0.40 \leq \alpha < 0.60$**: Ölçəyin etibarlılığı aşağıdır.
- **$0.60 \leq \alpha < 0.80$**: Ölçək kifayət qədər etibarlıdır.
- **$0.80 \leq \alpha < 1.00$**: Ölçək yüksək dərəcədə etibarlıdır.

Bu əmsal vasitəsilə sorğunun fərqli ifadələri arasındakı tutarlılıq və sabitlik yoxlanılır, yəni sorğunun ümumilikdə etibarlı olub-olmaması qiymətləndirilir.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.811	.823	24

Etibarlılıq Analizi

** Cədvələ baxıldığında, əldə edilən Cronbach Alpha dəyərinin 0,783 olduğu görünür.** Bu, **Cronbach Alpha** dəyərinin **$0.60 \leq \alpha < 0.80$** aralığında olmasından dolayı meyarın kifayət qədər etibarlı olduğunu göstərir (Kalaycı, 2017: 405).

Tədqiqat çərçivəsində istifadə ediləcək mədəniyyət meyarlarına dair aparılan etibarlılıq təhlili nəticəsində aşağıdakı dəyərlər əldə edilmişdir:

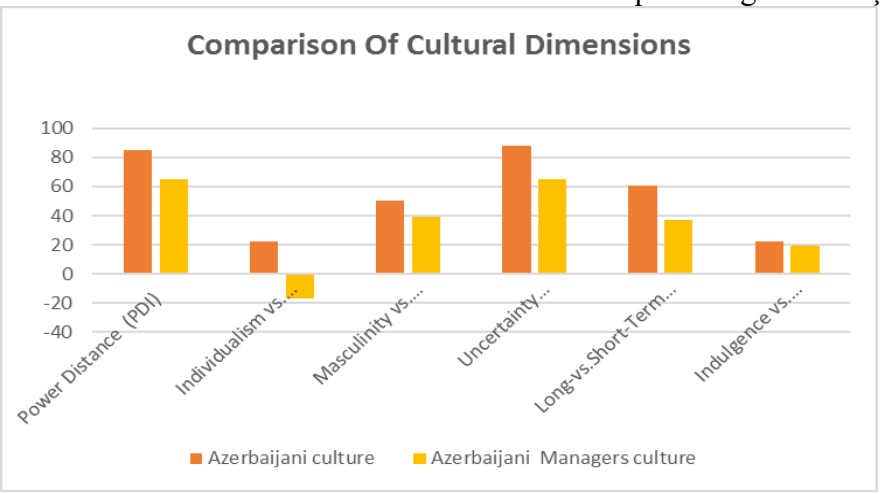
- **Kollektivizm-Fərdilik** meyarları: 0,682
- **Güc Məsafəsi (PDI)** meyarları: 0,712
- **Erillik-Dişilik** meyarları: 0,637
- **Qeyri-müəyyənlikdən Qaçma** meyarları: 0,641
- **Uzunmüddətli Oryentasiya** meyarları: 0,733
- **Həzzalma-Kısıtlılıq** meyarları: 0,609

Bu nəticələr, fərqli meyar səviyyələrində də ölçünün etibarlı olduğunu göstərir.

Azərbaycan və Azərbaycanlı Menecerlərin Mədəniyyət Meyarları İndekslərinin Müqayisəsi

Menecerlərin mədəniyyət səviyyələrini ortaya çıxaran əsas göstərici ölkə mədəniyyəti hesab olunur və bu, bütün mədəniyyət və menecment nəzəriyyələrinin ortaq fikridir. Bu fikrin doğru olub-olmamasını müəyyən etmək üçün Azərbaycan mədəniyyət indeksi ilə Azərbaycanlı menecerlərin mədəniyyət indeksini müqayisə etdim.

Grafik. Əldə edilən indekslərin ümumi orta hesabla qrafikdə göstərilmişdir.



Azərbaycan və Azərbaycanlı menecerlərin Mədəniyyət meyarları https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=azerbaijan

Hofstede-nin rəsmi saytına əsasən, Azərbaycan vətəndaşlarının mədəniyyət meyarları ilə Azərbaycanlı menecerlərin mədəniyyət meyarları arasında fərqli indeks dəyərləri mövcuddur:

1. Yüksək və ya Aşağı Güc Məsafəsi (PDI) (Power Distance Index, PDI):
   - Azərbaycan vətəndaşları: 85

- Azərbaycanlı menecerlər: 59.55

Bu fərq, menecerlərin daha az hierarxik güc qəbul etdiklərini göstərir.

2. Kollektivizm və ya İndividuallıq (IDV) (Individualism vs Collectivism)**:
   - Azərbaycan vətəndaşları: 22 (kollektivist mədəniyyət)
   - Azərbaycanlı menecerlər: -6.35

Burada fərq daha da açıq şəkildə görünür, çünki menecerlər kollektivliyin dəyərini daha aşağı görürlər.

3. Qadınsayağı və ya Kişisayağı (MAS) (Masculinity vs Femininity)**:
   - Azərbaycan vətəndaşları: 41.6
   - Azərbaycanlı menecerlər: 50

Menecerlər daha çox kişisayağı (rəqabətçi) xüsusiyyətləri təmsil edirlər.

4. Yüksək və ya aşağı Qeyri-müəyyənlikdən qaçış (UAI) (Uncertainty Avoidance Index):
   - Azərbaycan vətəndaşları: 88
   - Azərbaycanlı menecerlər: 60.5

Menecerlər qeyri-müəyyənliklərə daha çox açıqlıq göstərirlər.

5. Qısa və ya uzun müddətli oriyentasiya (LTO) (Short-term vs Long-term Orientation):
   - Azərbaycan vətəndaşları:59 Uzun müddətli oriyentasiya
   - Azərbaycanlı menecerlər: 40.65 (qısa müddətli oriyentasiya)

6. Həyata qarşı Tolerantlıq və ya Məhdudiyyət (IVR) (Indulgence vs Restraint)
   - Azərbaycan vətəndaşları: 22
   - Azərbaycanlı menecerlər: 24.9

Bu müqayisədə fərqlər xüsusilə **individuallıq və kollektivlik**, həmçinin **qısa və uzun müddətli orientasiyada** nəzərə çarpır. Digər meyyarlarda isə fərqlər kiçik yəni menecerlər və vətəndaşlar kifayət qədər oxşar dəyərlər paylaşırlar.

Nəticədə, Azərbaycan mədəniyyəti ilə Azərbaycanlı menecerlərin mədəniyyəti arasında bəzi fərqlər olsa da, əsas meyarlar bənzərdir.

Nəticə

Bu tədqiqatın nəticələri göstərir ki, Azərbaycanlı menecerlərdə kollektivizm, güc məsafəsi və qeyri-müəyyənlikdən qaçış kimi meyarlar daha yüksək dəyərləndirilir, bu isə onların risklərə qarşı ehtiyatlı və kollektiv iş mühitinə üstünlük verən liderlər olduğunu göstərir. Həmçinin, qadınsayağı və kişisayağı dəyərlər arasında balansın olması, menecerlərin müxtəlif qərar qəbuletmə tərzlərini qəbul etdiyini bildirir. Qısa müddətli meyilliliyin ön planda olması onların daha yaxın zamanlı hədəflərə yönəldiyini, həyat tərzində isə daha çox nəzarət və məhdudiyyətlərə meyl

etdiklərini göstərir. Ümumilikdə, bu xüsusiyyətlər Azərbaycanlı menecerlərin yerli mədəniyyət və dəyərlərdən təsirləndiyini və iş yerlərində həm yerli, həm də qlobal standartlara uyğun yanaşma sərgilədiklərini vurğulayır.

Ədəbiyyat

1. Akdemir, A., "İşletmeciliğin Temel Bilgileri", Bursa: Ekin Yayınevi, - 2012, - 26 s.
2. Burggraff W, Intercultural management on cultures and multicultural organization working paper, June 1998, P.3
3. Erdoğan, ilhan işletmelerde davranış işletme fakultesi yayın N272, düşünce yayın ve basın hizmetler, 1997, 113 s.
4. Hofstede, G., Cultures and Organizations Software of the Mind: Intercultural Cooperation and its Importance for Survival. London: Harper Collins Publishing, - 1994, 5 s.
5. Hofstede, G., Hofstede, G.J., Minkov, M. (2010), "Cultures and Organizations: Software of the mind", Revised and Expanded 3rd Edition, Mc. Graw Hill.
6. Koçel, T., "İşletme Yöneticiliği", İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım, - 2005, 22 s.
7. Tutar, H., İşletme Yönetimi, Ankara: Seçkin Yayınları, - 2010, 52 s.

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 08.10.2024
Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 14.10.2024
Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 25.10.2024

DOI: doi.org/10.61226/12.2.2023/20243.7
UOT: 026
Hacı QASIMLI
Bakı Dövlət Universiteti, doktorant
https://orcid.org/0000-0001-8246-1959
Hacı_qasimli@list.ru

İNFORMASİYA KOMMUNİKASİYA TEXNOLOGİYALARININ TURİZM SEKTORUNDA EFFEKTİVLİYİ

Xülasə: İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyaları (İKT) anlayışı, məlumatların toplanması, işlənməsi, saxlanması, ötürülməsi və paylaşılması üçün istifadə olunan texnologiyaları əhatə edir. İKT, müasir cəmiyyətin əsas bir hissəsi halına gəlib. Bu texnologiyalar, informasiya mübadiləsini sürətləndirir, insanların bir-biri ilə əlaqəsini asanlaşdırır və biznes proseslərini optimallaşdırır. İKT-nin inkişafı, həmçinin, sosial, iqtisadi və mədəni sahələrdə də dəyişikliklərə səbəb olur. Bildiyimiz kimi müasir dövr yeni texnologiyaların inkişaf dövrü kimi xarakterizə olunur. Bütün sahələrdə olduğu kimi turizm sektorunda da İnformasiya Kommunikasya Texnologiyalarının (İKT) tətbiqi özünü uğurla biruzə verməkdədir. Məqalədə turizm sektorunda tətbiq olunan yeni texnologiyalar və bu texnologiyaların turizm sahəsində rolu qeyd edilmişdir. Həmçinin, məqalədə turizm müəssisələri və səyahətçilər üçün mobil tətbiqlərin əlyetərliliyi göstərilmişdir.

Açar sözlər: Turizm, effektivlik, informasiya, kommunikasiya, yeni texnologiya.

Haji GASIMLI

EFFECTIVENESS OF INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE TOURISM SECTOR

Abstract: The concept of Information Communication Technologies (ICT) encompasses technologies used to collect, process, store, transmit and share information. ICT has become an essential part of modern society. These technologies accelerate information exchange, facilitate people's communication with each other and optimize business processes. The development of ICT also leads to changes in social, economic and cultural spheres. As we know, the modern era is characterized as a period of development of new technologies. As in all fields, the

application of Information Communication Technologies (ICT) is successfully manifesting itself in the tourism sector. The article notes the new technologies applied in the tourism sector and the role of these technologies in the tourism sector. The article also shows the availability of mobile applications for tourism enterprises and travelers.

Keywords: Tourism, efficiency, information, communication, new technology.

Гаджи ГАСЫМЛЫ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕКТОРЕ ТУРИЗМА

Абстракт: Понятие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) включает в себя технологии, используемые для сбора, обработки, хранения, передачи и совместного использования информации. ИКТ стали неотъемлемой частью современного общества. Эти технологии ускоряют обмен информацией, облегчают общение между людьми и оптимизируют бизнес-процессы. Развитие ИКТ также вызывает изменения в социальной, экономической и культурной сферах. Как мы знаем, современная эпоха характеризуется как эпоха развития новых технологий. Как и во всех сферах, применение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в туристической сфере успешно показывает себя. В статье упоминаются новые технологии, применяемые в сфере туризма, и роль этих технологий в сфере туризма. Также в статье показана доступность мобильных приложений для туристических предприятий и путешественников.

Ключевые слова. Туризм, эффективность, информация, коммуникация, новые технологии.

Giriş. İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyaları (İKT) müasir dövrdə cəmiyyətin inkişafında mühüm rol oynayır. Bu texnologiyalar, məlumatların toplanması, emalı və yayılması proseslərini asanlaşdırır, müxtəlif sektorlarda innovasiyaların həyata keçirilməsinə imkan tanıyır. İKT-nin əsas komponentləri arasında kompüterlər, proqram təminatı, şəbəkələr və telekommunikasiya sistemləri mövcuddur. Kompüterlər məlumatların emalını təmin edərkən, proqram təminatı istifadəçilərə müxtəlif vəzifələri yerinə yetirməyə kömək edir. Şəbəkələr, məlumatların sürətli və effektiv şəkildə ötürülməsini təmin edərək, insanların bir-biri ilə əlaqə qurmasına imkan tanıyır. Bu texnologiyalar təhsildən, səhiyyədən, iqtisadiyyata, dövlət idarəçiliyindən, gündəlik həyatımıza qədər hər sahədə tətbiq olunur. Məsələn, onlayn təhsil platformaları, tibb sahəsində telemedisin, biznesdə isə elektron ticarət sistemləri İKT-nin yaradıb inkişaf

etdirdiyi yeni imkanlardandır. İKT-nin inkişafı həm də sosial dəyişikliklərə yol açır. İnsanlar arasında ünsiyyətin asanlaşması, biliklərin qlobal miqyasda paylaşılması və iş mühitinin daha çevik olması bu texnologiyaların gətirdiyi əsas üstünlüklərdəndir.

Əsas hissə. Müasir dövrdə inkişaf etməkdə olan sahələrdən biri də turizm sahəsidir. Bu sahədə yeni texnologiyalarının tətbiq edilməsi sənayenin sürətlə dəyişən və rəqabətli mühitində mühüm yer tutur. Turizm sahəsindəki yeni texnologiyalar müştəri təcrübəsini artırmaq, əməliyyatları effektivləşdirmək və sektorda innovasiyaları təşviq etmək məqsədini güdür. Müasir texnologiyalar turizm təcrübələrini daha rahat, mükəmməl və fərdiləşdirilmiş məqəsdi daşıyır. Aşağıda turizm sahəsinə dair bəzi texnologiyaların tətbiqi barədə məlumatı qeyd edək [1]:

-Süni intellekt.

Süni intellekt turistlərin davranışlarını təhlil edərək fərdiləşdirilmiş formada təkliflər təqdim etməyə ömək edir. Həmçinin, Sİ chat-botları və virtual köməkçilər, müştəri dəstəyi və turizmə dair suallara tez cavab verir. Nümunə olaraq qeyd edə bilərik ki:

Fərdi təkliflər: turistlərin maraqlarına və keçmiş təcrübələrinə istinad olunaraq otellər, restoranlar barədə təkliflər irəli sürülür.

Səyahət planlayıcıları: Süni intellekt turizm şəbəkələrində fərdi planlar yaratmaq və qiymət proqnozları vermək üçün istifadə olunur.

-Virtual reallıq: Bu tətbiq turizm təcrübələrini zənginləşdirir. Bu texnologiyalar turizm obyektlərinin və xidmətlərinin əvvəlcədən təcrübə edilməsini təmin edir. Buraya aşağıdakıları aid edə bilərik:

Virtual turlar: Turistlər birbaşa olaraq yaşadığı ünvanlarından çıxmadan elektron informasiya texnologiyaları vasitəsilə turistik yerləri ziyarət edə bilərlər.

Bələdçi xidmətləri: Bu xidmət vasitəsilə turistlərin muzeyə gedişi zamanı bələdçi xidmətləri ilə obyektlər haqqında əlavə məlumat əldə edirlər.

-Big data və analitika. Turizm sektoru turistlərin davranışlarını və seçimlərini təhlil etmək üçün geniş miqyaslı məlumatlardan istifadə edir. Bu texnologiyalar aşağıdakı sahələrdə tətbiq olunur:

Təkliflər və endirimlər: Turistlərə səyahət seçimləri ilə bağlı müxtəlif təkliflər olunur.

Əlverişli vaxtın təhlili: Məsələn, müəyyən dövr üçün gündəmdə olan istirahət məkanlarının analizi və turizm axının idarə edilməsi həyata keçirilir.

-Rəqəmsal ödənişlər. Bu sistemlər turizm sahəsindəki təhlükəsiz və sürətli əməliyyatların həyata keçirilməsini təmin edir ki, bu tip texnologiyalara kriptovalyuta qəbul edən müəssisələr, kontaktless ödənişlər aiddir. Kriptovalyutalarla ödəniş qəbul edən turizm xidmətləri, xüsusilə beynəlxalq səviyyədə fəaliyyət göstərən şirkətlər üçün maraqlı olur. Kontaktless ödənişlər isə turistlər, həmçinin otellərdə və digər turizm xidmətlərində bu tip ödənişlə rahatlıqla alış-veriş edə bilərlər.

İnternetə qoşulmuş cihazlar otellərdə, hava limanlarında və turizm obyektlərində daha rahat və səmərəli xidmətlər təqdim edir. Məsələn otaq temperaturunun, işıqlandırmanın və digər parametrlərin "Ağıllı otaq" lar vasitəsilə tənzimlənməsi, "Əşyaların izlənməsi" ilə bağlı baqajların izlənməsi və digər şəxsi əşyaların təhlükəsizliyinin təmin edilməsi.

Müasir dövrdə turizm sahəsində mövcud olan texnologiyalardan biri də "Blokçeyn" texnologiyasıdır. Bu texnologiya turizm sənayesində müqavilələrin və ödənişlərin daha təhlükəsiz və şəffaf formada həyata keçirilməsini təşkil edir. Həmçinin bu üsul vasitəsilə turistlər bilet və xidmətlərin saxtalaşdırılmasının qarşısını alırlar. Bu sahədə şəffaflıq bu texnologiya vasitəsilə daha yüksək səviyyədə təmin olunur ki, bu da turistlərin etibarını daha da artırır.

Robotlar və avtomatlaşdırılmış xidmətlər turizm sahəsində xidmət keyfiyyətinin artırılmasına və xərclərin azaldılmasına səbəb olur. Misal üçün qeyd edə bilərik ki, otellərdə robot sistemləri müştəri xidmətlərini avtomatlaşdıraraq, çeklərin verilməsini və bu kimi məlumatların təmin edilməsi funksiyasını həyata keçirir. Avtomatlaşdırılmış bilet yoxlama prosesləri səyahətçilərə daha sürətli xidmət göstərir [4].

Müasir dövrdə turizm sektorunda sosial medianın rolu əvəzolunmazdır. Yeni texnoloji üsullarla sosial şəbəkələrdə geniş auditoriyaya sahib olmaq və müxtəlif turizm xidmətlərini tanıtmaq mümkündür. Məlumat analitikası və sosial media izləmə alətləri ilə turistlərin maraqlandığı yerlər və təcrübələr haqqında məlumat toplanır.

Pandemiyadan sonra turizm sektoru sağlamlıq və təhlükəsizlik məsələlərinə xüsusi diqqət yetirir. Yeni texnologiyalar səyahətçilərin sağlamlığını qorumağa və riskləri azaltmağa kömək edir. Misal olaraq qeyd edə bilərik ki, rəqəmsal sağlamlıq sertifikatları kimi tətbiq olunan sistemlər və bəzi otellərdə, turistik yerlərdə ağıllı termometrlər və digər tibbi cihazlar istifadə edilir.

Turistlər üçün mobil tətbiqlər onlara lazımi məlumatları operativ şəkildə əldə etməyə kömək edir. Misal olaraq deyə bilərik ki, real-time məlumatları- hava limanı vəziyyəti, otel rezervasiyaları, səyahət istiqamətləri və xəritələr haqqında canlı məlumatları, xidmətlərin inteqrasiyası-bir sıra turizm xidmətlərini bir araya gətirərək istifadəçilərə mükəmməl bir səyahət təcrübəsi təqdim edir [1].

Bu sahə üzrə apardığımız xarici ədəbiyyatların təhlili zamanı aşağıdakıların elektron turizm sektoru üçün daha önəmli olduğu qənaətinə gəldik [3].

1. "Tourism Management" (Peter Mason)

Bu kitab, turizm idarəçiliyinin müxtəlif aspektlərini araşdırır, o cümlədən müasir texnologiyaların rolu. Mason, müştəri məmnuniyyətinin artırılması və xidmətlərin effektivliyinin yüksəldilməsi üçün İKT-nin necə istifadə olunacağını izah edir.

2. "The Business of Tourism" (J. R. Brent Ritchie)

Ritchie'nin bu əsəri, turizm biznesinin iqtisadi, sosial və texnoloji yönlərini ələ alır. Kitabda, yeni texnologiyaların turizm sektorundakı təsiri və e-ticarət imkanları geniş müzakirə olunur.

3. "Information and Communication Technology in Tourism" (J. M. Carballo)

Bu kitab, İKT-nin turizm sənayesindəki tətbiqlərini dərinləşdirir. Carballo, virtual gerçəklik, artırılmış gerçəklik və big data-nın turizmə necə təsir etdiyini izah edir.

4. "Digital Tourism: Businesses and Experiences" (Marianna Sigala)

Sigala'nın əsəri, rəqəmsal texnologiyaların turizm xidmətlərinə inteqrasiyasını və müştəri təcrübələrini necə dəyişdirdiyini araşdırır. Eyni zamanda, rəqəmsal marketinq strategiyaları və sosial media istifadəsi də ətraflı müzakirə olunur.

5. "Emerging Technologies in Tourism" (G. H. W. Kwan)

Bu kitabda, turizm sahəsindəki yeni texnologiyaların, xüsusilə süni intellekt və virtual gerçəklik kimi innovasiyaların, müştəri təcrübəsinə və əməliyyatların səmərəliliyinə necə təsir etdiyi müzakirə olunur.

Qeyd edək ki, turizmdə İKT-dən istifadənin mümkün olduğu bəzi nümunələr aşağıda verilmişdir:

- Təyinat resurslarının idarə edilməsi;
- Turizm resurslarının inventarlaşdırılması;
- Saytların və attraksionların idarə edilməsi;
- Turistlər üçün uyğun yerlərin müəyyən edilməsi;
- Turist statistikasının idarə edilməsi.

Turizm sahəsində İKT-nin rolu yalnız rezervasiya sistemləri və müştəri təcrübəsi ilə məhdudlaşmır. Bu texnologiyalar, həmçinin sektorda innovativ yanaşmaların tətbiqinə imkan tanıyır. Məsələn, süni intellekt (Sİ) və böyük məlumat analitikası, müştəri ehtiyaclarını proqnozlaşdırmağa və fərdiləşdirilmiş xidmətlər təqdim etməyə kömək edir [5].

Eyni zamanda, İKT-nin müştəri məmnuniyyətini artırmaqda da əhəmiyyətli rolu var. Müştərilər, onlayn platformalar vasitəsilə təcrübələrini paylaşaraq turizm müəssisələrinin xidmətlərini qiymətləndirməyə imkan yaradır. Bu rəylər, digər potensial müştərilərə düzgün seçim etməyə kömək edir. Bundan əlavə, İKT səyahətçilərə məlumat əldə etməkdə asanlıq təmin edir. Mobil tətbiqlər, xəritələr, tərcümə proqramları və hava durumu xidmətləri səyahət zamanı müştərilərin həyatını asanlaşdırır. Turizm şirkətləri üçün isə bu texnologiyalar müştəri bazasının genişləndirilməsi, xidmət keyfiyyətinin artırılması və əməliyyatların səmərəliliyinin yüksəldilməsi baxımından strateji əhəmiyyət kəsb edir. Xüsusilə qeyd etməliyik ki, İKT turizm sahəsindəki transformasiyanın əsasını təşkil edir. Bu sahədə davamlı inkişafa və müştəri məmnuniyyətinin artırılmasına yönəlmiş yenilikçi həllərin tətbiqi, müasir turizm müəssisələrinin uğuru üçün vacibdir [1].

Turizm sənayesində informasiya texnologiyalarının istifadəsi həm turizm tələbinin ölçüsünün və mürəkkəbliyinin inkişafı, həm də mini-bazar seqmentlərinə müraciət edən yeni turizm məhsullarının sürətli genişlənməsi və təkmilləşməsi ilə şərtlənir. Belə ki, yeni, təcrübəli, inkişaf etmiş, tələbkar səyahətçilər xüsusi ehtiyaclarını və istəklərini təmin edən daha ekzotik istiqamətlər və orijinal təcrübələr haqqında məlumat axtarır, həmçinin tədarükçülərlə qarşılıqlı əlaqə qurmağı tələb edirlər. Turizm tələbatını ödəmək və uzunmüddətli perspektivdə sağ qalmaq üçün texnologiyanı birləşdirmək və bazarla interaktivliyi artırmaq gərəklidir. İnformasiya texnologiyaları səyahətçilərə etibarlı və dəqiq məlumat əldə etməyə, həmçinin ənənəvi üsullarla tələb olunan vaxt, xərc və narahatlığa görə rezervasiyaları daha rahat üsullarla həyata keçirməyə imkan verir. Müştəri məmnuniyyəti təyinatların əlçatanlığı, imkanları, attraksionları və fəaliyyətləri haqqında xüsusi məlumatların dəqiqliyi və əhatəliliyindən çox asılıdır [2].

Xüsusilə onu qeyd etməliyik ki, işğaldan azad edilmiş ərazilərdə elektron turizmin yaradılması, bu bölgələrin inkişafı və turizm potensialının artırılması üçün əhəmiyyətli bir addımdır. Elektron turizm, müasir texnologiyalardan istifadə edərək turistlərə daha rahat və effektli xidmətlər təqdim etməyə imkan tanıyır. Aşağıdakı istiqamətlərdə inkişaf planları hazırlamaq olar [3]:

1. **Veb platformaların yaradılması**: Azad edilmiş ərazilərin turizm imkanlarını təqdim edən interaktiv veb saytlar yaradılmalıdır. Bu platformalarda ərazi haqqında məlumatlar, turist marşrutları, mədəniyyət, tarix və yerlər haqqında ətraflı məlumat verilməlidir.
2. **Mobil tətbiqlərin hazırlanması**: Turistlər üçün xüsusi mobil tətbiqlər hazırlamaq, onlara səyahət planlaması, otel rezervasiyası, bələdçilərlə əlaqə, və ərazidəki görməli yerlər barədə məlumat əldə etmək imkanı verəcək.
3. **Virtual turizm**: Turistlərin azad edilmiş əraziləri virtual olaraq ziyarət etmələri üçün 3D turizm turları və video təqdimatlar hazırlanmalıdır. Bu, potensial turistlərin marağını artıracaq.
4. **Rəqəmsal marketinq**: Sosial media platformalarında və turizm saytlarında hədəf kütləsinə yönəlik reklam kampaniyaları həyata keçirilməlidir. Bu, ərazinin tanıdılması və turist axınının artırılması üçün vacibdir.
5. **Məlumat mərkəzləri**: Elektron məlumat mərkəzləri yaradılaraq turistlərə yerli mədəniyyət, dil və adət-ənənələr barədə məlumat vermək, eyni zamanda ehtiyac olduqda kömək etmək mümkün olar.
6. **Sosial iştirak**: Yerli icmaların və bizneslərin elektron turizm layihələrinə cəlb edilməsi, onların təcrübəsindən istifadə edərək, daha autentik və cəlbedici təcrübələr təqdim etməyə kömək edəcək.

Bu tədbirlər, azad edilmiş ərazilərin turizm potensialını reallaşdırmaqla yanaşı, yerli iqtisadiyyatı da canlandırmağa kömək edəcək [4].

Nəticə. Bildiyimiz kimi turizm sektoru ən dinamik sektorlarından biridir. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) istifadəsi turistlərin səfərdən əvvəl, səfər zamanı və səfərdən sonra təyinat məntəqəsi ilə qarşılıqlı əlaqəsini asanlaşdırır və turistə məhsul və ya xidmətlərin istehlakı ilə bağlı tez qərar qəbul etməyə imkan verir. İnternet kompüter istifadəsində dövrümüzün ən böyük yeniliklərindən biridir. İnternetlə birlikdə elektron ticarət (e-biznes) vasitəsilə turizmin təşkilinin yeni yolları ortaya çıxdı. Turistlər informasiya texnologiyalarından istifadə etməklə biletlər almaq, xüsusi yerlər üçün paketlər və marşrutlar haqqında məlumat əldə etməklə yanaşı, yaşayış, yemək, nəqliyyat və turlar üzrə rezervasiyalar edirlər. Turizm sahəsində yeni texnologiyaların tətbiqi xidmət keyfiyyətini artırmaqla rəqabət üstünlüyü qazanır və müştəri məmnuniyyətini yüksəldir. Bu texnologiyalar həm səyahətçilərin, həm də turizm müəssisələrinin təcrübələrini təkmilləşdirir və gələcəyin müasir tələbələrinə cavab verən turizm sahəsini formalaşdırır.

Ədəbiyyat

1. Huseynov, T., Aliyeva, L. Yeni texnologiyaların turizm sektoru üzərindəki təsiri.- Rəqəmsal İqtisadiyyat və Turizm,-10(4),-2023.-s.115-130.
2. İsmayılov, X. İ. Kitabxana-informasiya texnologiyaları: Dərs vəsaiti. Bakı: Nurlar nəşriyyatı,-2009.-319 s.
3. Qasımlı, H.H. Turizm fəaliyyətinin kitabxana-informasiya təminatının proqnozlaşdırılması // – Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası, Gənc tədqiqatçı. Elmi-Praktiki jurnal, – 2023. №1, – s. 137-142
4. Mammadova, S. Rəqəmsal turizm: Yeni imkanlar və çağırışlar. Beynəlxalq Turizm İqtisadiyyatı Jurnalı,-8(2),-2022.-s.89-102.
5. Məmmədzadə, C. Turizm sənayesində informasiya-kommunikasiya sistemlərinin mənfi və müsbət tərəflər. Turizm və rekreasiya XXI əsrdə: problemlər və perspektivlər. 3-4 may. Bakı,-2019.-s.206- 210.
6. Gretzel, F. M. and Schmallegger, L. K. H. Tourism, Technology and Competitive Strategies.-2014.
7. Xiang, Z. M. L. R. and Gretzel, F. M. (eds.). Big Data in Tourism: Applications and Implications.-2020.

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 28.08.2024
Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 06.09.2024
Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 18.09.2024

DOI: doi.org/10.61226/12.2.2023/20243.8
UOT: 130.2

Firuzə RAŞOVA
Azərbaycan Turizm ve Menecment Universitesti,
sənətşünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru, baş müəllim
f.rashova@atmu.edu.az
https://orcid.org/0000-0003-0756-7774

MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI ÜNSİYYƏTİN ƏSASLARI

Xülasə: Mədəniyyətlərarası ünsiyyətin əsasları digər mədəniyyətlərin nümayəndələri ilə uğurlu qarşılıqlı əlaqənin əsas aspektidir. Məqalədə digər ölkələrin və mədəniyyətlərin nümayəndələri ilə ünsiyyət zamanı mədəni xüsusiyyətlərin, linqvistik fərqlərin və davranış nüanslarının dərk edilməsinin vacibliyi nəzərdən keçirilir. Məqalədə mədəni müxtəlifliyə hörmətlə yanaşmağın, öz davranışını digər mədəniyyətlərin norma və dəyərlərinə uyğunlaşdırmağın, eləcə də dil maneələrini və anlaşılmazlığı aradan qaldırmaq bacarığının vacibliyi üzə çıxarılır. Müəllif mədəniyyətlərarası ünsiyyətin əsas prinsiplərini, o cümlədən aktiv dinləmə, fərqliliklərə hörmət, həmsöhbətə uyğunlaşma bacarığı, qeyri-verbal ünsiyyətdən istifadəni ətraflı təsvir edir. Məqalənin sonunda müəllif ümumiləşdirir və oxucuları biznesdə, təhsildə və ümumilikdə ünsiyyətdə uğurlu nəticələr əldə etmək üçün mədəniyyətlərarası ünsiyyət bacarıqlarını inkişaf etdirməyə təşviq edir.

Açar sözlər: mədəniyyətlərarası kommunikasiya, mədəniyyət, mədəniyyətlərarası münaqişə, dialoq, tolerantlıq.

Фируза РАШОВА

ОСНОВЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Абстракт: Основы межкультурной коммуникации – это ключевой аспект успешного взаимодействия с представителями других культур. В статье рассматривается важность понимания культурных особенностей, языковых различий и нюансов поведения при общении с представителями других стран и культур. В статье раскрывается значение уважения культурного разнообразия, адаптации своего поведения к нормам и ценностям других культур, а также умения преодолевать языковые барьеры и непонимание. Автор подробно описывает основные принципы межкультурной коммуникации, включая активное слушание, уважение к различиям, умение

подстраиваться под собеседника, использование невербальной коммуникации. В заключение статьи автор подводит итоги и призывает читателей к развитию своих навыков межкультурного общения для достижения успешных результатов в бизнесе, образовании и общении в целом.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, культура, межкультурный конфликт, диалог, толерантность.

Firuza RASHOVA

INTERCULTURAL COMMUNICATION BASICS

Abstract: The basics of intercultural communication are a key aspect of successful interaction with representatives of other cultures. The article considers the importance of understanding cultural characteristics, linguistic differences and nuances of behavior when communicating with representatives of other countries and cultures. The article reveals the importance of respecting cultural diversity, adapting one's behavior to the norms and values of other cultures, as well as the ability to overcome language barriers and misunderstanding. The author describes in detail the basic principles of intercultural communication, including active listening, respect for differences, the ability to adapt to the interlocutor, the use of non-verbal communication. At the conclusion of the article, the author summarizes and encourages readers to develop their intercultural communication skills to achieve successful results in business, education and communication in general.

Keywords: intercultural communication, culture, intercultural conflict, dialogue, tolerance.

Введение

Межкультурная коммуникация играет все более важную роль в современном мире, где глобализация и миграция делают нас более связанными и взаимозависимыми, чем когда-либо прежде. Основы межкультурной коммуникации – это не просто набор правил и рекомендаций, а скорее ключевой компонент успешного взаимодействия между людьми различных культур, национальностей и языков. Важно понимать и уважать культурные различия, адаптировать свою коммуникацию под нужды и ожидания собеседника, и стремиться к взаимопониманию и уважению. В данной статье мы рассмотрим основные принципы и стратегии межкультурной коммуникации, которые помогут успешно взаимодействовать с представителями других культур и строить гармоничные отношения на

международном уровне.

Теория межкультурной коммуникации является научной дисциплиной, изучающей процессы коммуникации между представителями различных культур и их воздействие на взаимопонимание и взаимодействие между людьми. Основной задачей данной теории является анализ и объяснение того, как различные культурные факторы (язык, обычаи, ценности, нормы поведения) влияют на коммуникационные процессы и какие сложности могут возникнуть при взаимодействии между представителями различных культур. [3]

Теория межкультурной коммуникации исследует такие вопросы, как межкультурное восприятие, культурный шок, стереотипы и предвзятость, проблемы межкультурной адаптации и интеграции, а также различия в коммуникативных стратегиях и стилях в разных культурах. Она помогает расширить понимание и толерантность к различиям между людьми разных культур и способствует успешному взаимодействию и сотрудничеству в многонациональных и мультикультурных обществах.

Сущность межкультурной коммуникации заключается в обмене информацией, идеями, ценностями и опытом между представителями различных культур. Этот процесс позволяет людям из разных культур понимать друг друга и строить взаимоотношения на основе взаимного уважения и понимания.

Формы межкультурной коммуникации могут быть разнообразными и включать устные и письменные формы общения, использование жестов и мимики, обмен культурными традициями и обычаями, сотрудничество в рамках международных проектов и программ, участие в культурных мероприятиях и многое другое. Важно, чтобы взаимодействие между культурами было взаимовыгодным и основывалось на доверии и взаимном уважении. [3]

Стереотипы восприятия в межкультурной коммуникации могут возникать из-за предвзятых представлений о других культурах, недостатка знаний о них, а также из-за субъективного опыта взаимодействия с представителями других национальностей. Эти стереотипы могут привести к недопониманию, конфликтам и даже дискриминации.

Например, стереотип о том, что все итальянцы громко разговаривают и жестикулируют, может привести к неправильному толкованию их поведения в деловой среде. Стереотип о том, что все американцы исключительно дружелюбны и прямолинейны, может вызвать разочарование, если в реальности взаимодействие с ними

будет не таким гладким. [13]

Для успешной межкультурной коммуникации важно осознавать наличие стереотипов и стараться преодолеть их путем обучения, общения, изучения культур и языков. Также важно быть открытым к различиям и готовым к адаптации в различных культурных контекстах.

Межкультурные барьеры и конфликты могут возникать из-за различий в ценностях, обычаях, языке и коммуникации между представителями различных культур. Они могут быть вызваны недостаточным пониманием культурных особенностей друг друга, стереотипами, предвзятостью и даже отсутствием уважения к культурным различиям. [2]

Межкультурные барьеры могут препятствовать эффективному взаимодействию и сотрудничеству между людьми разных культур. Они могут привести к недопониманиям, конфликтам и даже насилию. Одним из способов преодоления межкультурных барьеров является обучение и осознание культурных различий, сотрудничество и диалог между представителями разных культур. [10]

Межкультурные конфликты могут возникать из-за конфликтующих интересов, целей и ценностей различных культур. Они могут возникать как на межличностном уровне, так и на уровне групп и организаций. Для разрешения межкультурных конфликтов важно проявлять открытость, толерантность, уважение и готовность к компромиссам. [11]

Эффективное управление межкультурными барьерами и конфликтами требует понимания и уважения культурных различий, готовности к обучению и развитию, а также способности к диалогу и сотрудничеству.

Существует несколько способов и методов урегулирования межкультурных конфликтов, которые могут быть использованы в различных ситуациях. Некоторые из них включают в себя:

1. Диалог и общение: важно создать открытую и доверительную атмосферу для обсуждения проблем и разрешения конфликтов. Обмен мнениями, выслушивание друг друга и поиск компромиссов могут помочь в нахождении взаимоприемлемого решения.
2. Медиация: Вовлечение нейтрального посредника может помочь в разрешении конфликта путем облегчения коммуникации и поиска взаимоприемлемого решения для всех сторон.
3. Обучение и просвещение: Предоставление информации и обучение о культурных различиях и особенностях может

помочь уменьшить негативные стереотипы и предвзятость, что в свою очередь способствует урегулированию конфликтов.

4. Культурная адаптация: при необходимости, стороны могут осуществить адаптацию своего поведения и подходов к ситуации в соответствии с культурными особенностями другой стороны.
5. Уважение и толерантность: Понимание и уважение культурных различий, а также толерантное отношение к ним являются ключевыми аспектами урегулирования межкультурных конфликтов.
6. Сотрудничество и совместная работа: Разработка совместных проектов и решение общих проблем может способствовать улучшению взаимопонимания и укреплению межкультурных отношений.

Межкультурная коммуникация имеет огромное значение в современном мире, где люди разных культур и национальностей все чаще встречаются и взаимодействуют друг с другом. Развитие этой области может привести к улучшению международных отношений, снижению конфликтов и увеличению взаимопонимания между различными культурами. [5]

Перспективы развития межкультурной коммуникации включают в себя:

1. Развитие технологий - использование современных средств коммуникации, таких как интернет и социальные сети, позволяет людям с разных концов мира общаться мгновенно и эффективно.
2. Образование - введение программ по межкультурной коммуникации в школах и университетах и повышение уровня образования в этой области способствует более эффективному взаимодействию между разными культурами.
3. Международные обмены и программы - участие в международных обменах и программах международного сотрудничества позволяет людям узнавать другие культуры изнутри и развивать навыки межкультурной коммуникации.
4. Развитие международного бизнеса - в условиях глобализации и развития мировой экономики, важно умение эффективно взаимодействовать с коллегами и клиентами из других культур.

Таким образом, перспективы развития межкультурной коммуникации обширны и включают в себя различные аспекты, начиная от использования новых технологий до развития образования и бизнеса. Развитие этой области поможет улучшить межкультурное взаимопонимание и сделать наш мир более открытым и гармоничным.

Вывод

В современном мире, где глобализация играет все более значимую роль, важно уметь эффективно взаимодействовать с представителями других культур. Основы межкультурной коммуникации становятся ключевым аспектом успешного общения как в деловой, так и в личной сфере.

Межкультурная коммуникация предполагает умение понимать и уважать различия в культурных ценностях, нормах поведения и традициях. Необходимо стремиться к тому, чтобы коммуникация была взаиморазумной и не вызывала недопонимания или конфликтов. Для этого важно быть открытым к другим культурам, уметь слушать и учитывать точку зрения собеседника.

Одним из ключевых навыков в межкультурной коммуникации является эмпатия – способность поставить себя на место другого человека и понять его чувства и мотивы. Также полезно изучать культурологию и основные аспекты культурной специфики различных стран и регионов.

Помимо этого, важно уметь управлять конфликтными ситуациями и находить компромиссы, основываясь на уважении и толерантности. Только при условии умения эффективно общаться и взаимодействовать с представителями других культур можно добиться успешных результатов как в профессиональной, так и в личной сфере. [8]

Таким образом, основы межкультурной коммуникации играют важную роль в современном мире и помогают людям быть успешными и уверенными в своих отношениях с представителями различных культур.

Литература

1. Быстрова А.Н. Мир культуры (Основы культурологии)/ А.Н. Быстрова. Учебное пособие. 2-е издание, исправленное и дополненное. - М.: Издательство Федора Конюхова; Новосибирск: ООО «Издательство ЮКЭА», 2012. - 712 с.
2. Ворожейкин И. Е. Конфликтология: учебник / И. Е. Ворожейкин, А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров. М.: Инфора-М., 2004. 240 с.
3. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов. Под ред. А.П. Садохина. М.: ЮНИТИДАНА, 2002. - 352с.
4. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М., 2003

5. Зусман В. Г. Межкультурная коммуникация. Основная часть: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Нижний Новгород, 2001.- 320 с.
6. Иконникова Н.К. Механизмы межкультурного восприятия // Социологические исследования. – 2010. – №8.
7. Ильяева И.А., Кожемякин Е.А. Межкультурные коммуникации в современном мире. Белгород, 2001
8. Кочетков В.В. Психология межкультурных различий. Москва, 2002
9. Радугин А.А. Культурология/ А.А. Радугин. - М.: Издательство «Центр», 2010. - 305 с.
10. Рашова Ф. К., “Мультикультурализм и диффузия культур” диссертация, Баку 2021, С.160
11. Hammer M. R. The Intercultural Conflict Style Inventory: Interpretive Guide / M. R. Hammer. Berlin, MD: Hammer Consulting, 2003. Vol. 1–2.
12. Lather A. S. Cross Cultural Conflict Resolution Styles: An Extensive Literature Review / A. S. Lather, Sh. Jain, A. D. Shukla // Asian Journal of Management Research. 2011. Is. 1. P. 130–146.
13. Weaver G. R. Culture, Communication, and Conflict: Readings in Intercultural Relations / G. R. Weaver. Boston, MA: Pearson Pub., 2000. 563 p.

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 12.08.2024
Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 22.08.2024
Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 09.09.2024

Məqalə yazma qaydaları

1. Jurnala təqdim edilən məqalələr Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının dövri elmi nəşrlərin qarşısında qoyduğu tələblərə və Azərbaycan Turizm Menecment Universitetinin qaydalarına cavab verməlidir;
2. Jurnalda çap olunan hər bir məqaləyə Rəqəmsal Obyekt İdentifikatoru (DOI – Digital Object Identifier) təyin olunur ;
3. Hər bir məqalədə UOT indekslər və ya PACS tipli kodlar göstərilməlidir;
4. Müəllif ORCİD kodunu qeyd etməlidir;
5. Məqalə müəllifinin adı, soyadı, iş yeri, e-mail adresi yuxarıda sağda yazılmalıdır;
6. Azərbayacan dilində olan məqalələrin xülasəsi azərbaycan, ingilis və rus dillərində, rus dilində olan məqalələrin xülasəsi rus, azərbaycan və ingilis dillərində verilməlidir, ingilis dilində olan məqalələrin xülasəsi azərbaycan, ingilis və rus dillərində verilməlidir (minimum 200 söz);
7. Xülasələrin yazıldığı dillərdə açar sözlər verilməlidir;
8. Hər bir xülasədə məqalənin adı, müəllif(lər)in tam adı göstərilməlidir;
9. Məqalə "Giriş", "Mətn" (yarımbaşlıqlara bölmək şərtilə), "Nəticə" və "İstifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı"ndan ibarət olmalıdır;
10. Məqalə "Times New Roman"-da, 12 şriftilə yazılmalı, mətn Microsoft Word proqramında (2003/2007) və A4 kağız formatına görə tərtib edilməlidir;
11. Yuxarıdakı şərtlər nəzərə alınmaqla məqalələr 7-12 səhifə həcmində olmalıdır;
12. Məqalənin yazılışı zamanı iddiaçı istifadə etdiyi materialların mənbələrinə və müəlliflərinə mütləq istinad etməlidir. Mətndəki istinaddan sonra kvadrat mötərizədə əsərin ədəbiyyat siyahısındakı nömrəsi, cild (çoxcildli əsərlər üçün) və müvafiq səhifə(lər) verilir. Məsələn, [54, s.162], [155, c.2, s.82-83], [54, s.162; s.23], və s. İstinad olunan mənbənin biblioqrafik təsviri verilərkən Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının "Dissertasiyaların tərtibi qaydaları" barədə qüvvədə olan təlimatının "İstifadə edilmiş ədəbiyyat" bölməsinin tələbləri əsas götürülməlidir. "İstifadə edilmiş ədəbiyyat" siyahısında qeyd edilənlər aşağıdakı nümunələrdə göstərilən qaydada verilməlidir:

Kitabın təsviri: Əliyev, H.Ə. Müstəqilliyimiz əbədidir: [46 cilddə] / H.Əliyev. – Bakı: Azərnəşr, – c. 45. – 2013. – 384 s.

Jurnal məqaləsi: Həbibbəyli, İ.Ə. Maarifçilik və realizm // – Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Xəbərləri,

Humanitar elmlər seriyası, – 2018. №1, – s. 3-10.

Konfrans, simpozium və digərləri: Gatys, L.A., Ecker, A.S., Bethge, M. Image style transfer using convolutional neural networks // IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition. Las Vegas, Nevada, USA, – 2016, – p. 2414-2423.

Dissertasiyalar və avtoreferatlar: Səfərov, E.S. Xəzər dənizinin səviyyə tərəddüdlərinin məsafədən zondlama üsulları ilə tədqiqi: / coğrafiya üzrə fəlsəfə doktoru dis. / – Bakı, 2018. – 151 s.

Arxiv mənbələri: Xarici İşlər naziri Məhəmməd Həsən Hacınskinin məruzəsi (Gəncə: 15 iyul 1918-ci il) // Azərbaycan Respublikası Dövlət Arxivi, Fond № 1061, siyahı №1, iş № 95, vərəq – 1.

Qəzet mənbələri: Abdullayev, F. Azərbaycanı Respublikası Konstitusiyasının qəbul edilməsindən 24 il keçir // Respublika. – 2019, 9 noyabr. – s. 2.

Müəlliflik şəhadətnamələri və patentlər: Səfərov, A.R., 1,4 – Butandiolun alınma üsulu, İxtira i2017 0005, Azərbaycan Respublikası / Əliyev A.M., Əliyev F.V., Mətiyev K.İ. [və b.].

İnternet mənbələri: Azərbaycan etnik musiqisi: [Elektron resurs] / tərt. ed. T.Məmmədov və b.; Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi. – Bakı, 2006. – DVD+; 13 sm.

Mənbə: https://aak.gov.az/single/492

13. Ədəbiyyatlara istinad edərkən son 10 ilin elmi məqalələrinə, monoqrafiyalarına və digər etibarlı mənbələrinə üstünlük verilməlidir. Mətndə istifadə edilməyən mənbələr "İstifadə edilmiş ədəbiyyat" hissəsində göstərilməməlidir;
14. Əvvəllər çap olunmuş əlyazmaların jurnala təqdim edilməsi yolverilməzdir;
15. Elmi dərəcəsi olan müəlliflər istisna olmaqla, hər məqalə üçün müvafiq elm sahəsi üzrə elmlər doktorunun rəyi təqdim edilməlidir;
16. Məqalələr redaksiyanın aşağıdakı elektron ünvanına (th.journal@atmu.edu.az) göndərilməlidir;
17. Jurnala məqalə il ərzində mütəmadi olaraq 4 dildə -Azərbaycan, Türk, İngilis və Rus dillərində qəbul edilir.
18. Jurnal ildə 4 dəfə olmaqla-**yanvar, aprel, iyul və oktyabr** aylarında çap olunur. Jurnalın elektron versiyasını(http://atmu.edu.az/az/arxiv) universitetin saytından əldə etmək olar.

Guidelines for articles

1 The articles submitted to the journal must meet the requirements set by the Higher Attestation Commission under the President of the Republic of Azerbaijan for periodical scientific publications and the rules of Azerbaijan Tourism Management University;
2 Digital Object Identifier (DOI - Digital Object Identifier) is assigned to each article published in the journal;
3 UOT indexes or PACS type codes must be indicated on each article;
4 The author must record the ORCID code;
5 The name, surname, workplace, e-mail address of the author of the article should be written on the upper right;
6 Abstracts of articles in Azerbaijani language should be given in Azerbaijani, English and Russian languages, abstracts of articles in Russian language should be given in Russian, Azerbaijani and English languages, abstracts of articles in English should be given in Azerbaijani, English and Russian languages (minimum 200 words);
7 Key words should be given in the languages in which summaries are written;
8 Each abstract must include the title of the article, the full name of the author(s);
9 The article should consist of "Introduction", "Text" (provided it is divided into sub-headings), "Conclusion" and "Reference list";
10 The article should be written in "Times New Roman", 12 font, the text should be compiled in Microsoft Word program (2003/2007) and A4 paper format;
11 Taking into account the above conditions, articles should be 7-12 pages long;
12 When writing the article, the claimant must refer to the sources and authors of the materials used. The reference in the text is followed by the number in the bibliography of the work, the volume (for multivolume works), and the corresponding page(s) in square brackets. For example, [54, p.162], [155, c.2, p.82-83], [54, p.162; p. 23], etc. When providing a bibliographic description of the cited source, the requirements of the "Referenced literature" section of the current instruction of the High Attestation Commission under the President of the Republic of Azerbaijan on the "Rules of Dissertations" should be taken as a basis. What is mentioned in the list of "used literature" should be given in the order shown in the following examples:

Book: Əliyev, H.Ə. Müstəqilliyimiz əbədidir: [46 cilddə] /

H.Əliyev. – Bakı: Azərnəşr, – c. 45. – 2013. – 384 s.

Journal: Həbibbəyli, İ.Ə. Maarifçilik və realizm // – Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Xəbərləri, Humanitar elmlər seriyası, – 2018. №1, – s. 3-10.

Conference, symposium and others: Gatys, L.A., Ecker, A.S., Bethge, M. Image style transfer using convolutional neural networks // IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition. Las Vegas, Nevada, USA, – 2016, – p. 2414-2423.

Dissertations and abstracts: Səfərov, E.S. Xəzər dənizinin səviyyə tərəddüdlərinin məsafədən zondlama üsulları ilə tədqiqi: / coğrafiya üzrə fəlsəfə doktoru dis. / – Bakı, 2018. – 151 s.

Archival sources: Xarici İşlər naziri Məhəmməd Həsən Hacınskinin məruzəsi (Gəncə: 15 iyul 1918-ci il) // Azərbaycan Respublikası Dövlət Arxivi, Fond № 1061, siyahı №1, iş № 95, vərəq – 1.

Newspaper sources: Abdullayev, F. Azərbaycanı Respublikası Konstitusiyasının qəbul edilməsindən 24 il keçir // Respublika. – 2019, 9 noyabr. – s. 2.

Copyright certificates and patents: Səfərov, A.R., 1,4 – Butandiolun alınma üsulu, İxtira i2017 0005, Azərbaycan Respublikası / Əliyev A.M., Əliyev F.V., Mətiyev K.İ. [və b.].

Internet sources: Azərbaycan etnik musiqisi: [Elektron resurs] / tərt. ed. T.Məmmədov və b.; Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi. – Bakı, 2006. – DVD+; 13 sm.

Source: https://aak.gov.az/single/492

13 When citing literature, scientific articles, monographs and other reliable sources of the last 10 years should be preferred. Sources not used in the text should not be indicated in the "Literature used" section;

14 Submission of previously published manuscripts to the journal is not allowed;

15 Except for authors with a scientific degree, the opinion of a doctor of science in the relevant field of science must be submitted for each article;

16 Articles should be sent to the following e-mail address of the editorial office (th.journal@atmu.edu.az);

17 Articles to the journal are regularly accepted throughout the year in 4 languages - Azerbaijani, Turkish, English and Russian.

18 The journal is published 4 times a year - in January, April, July and October. The electronic version of the journal (http://atmu.edu.az/az/arxiv) can be obtained from the university's website.

“BİROL GROUP” MMC
Çapa imzalanmışdır: 30.10.2024-cü il
Kağız formatı 70x100 1/16

Tiraj: 100.