

TİKİNTİ MƏHSULLARI BAZARININ MARKETİNG TƏDQIQATI ÜÇÜN İNFOMASIYA MƏNBƏLƏRİ

Ağayeva Könül Asaf- ü.f.d., dosent, İqtisadi nəzəriyyə və marketing kafedrası, AzMİU,
konul.aghayeva@gmail.com

Xülasə. Sosialyönümlü bazar iqtisadiyyatının qurulması məqsədlərinə çatmaq üçün tikinti məhsulları bazarı da bütün digər məhsulların bazarı kimi konyuktura tədqiqatları ilə müşayiət olunmalıdır, yəni alıcıların arzu etmədiyi məhsulların bazara çıxarılması imkanları marketing tədqiqatları vasitəsilə dayandırılmalıdır. Bunun üçün marketing informasiya mənbələrinin düzgün seçilməsi və səmərəli istifadə olunması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Tikinti təşkilatlarının marketing tədqiqi firma və müəssisələrin marketing fəaliyyətini xarakterizə edən göstəriciləri aşkar etmək üçün zəruri informasiyaların toplanması, təhlili və nəticələri haqqında hesabatdır. Məqalədə marketing informasiya sistemi ilə marketing tədqiqatları sistemi arasındakı fərqlər aydınlaşdırılmış, onların ayrı-ayrı elementləri və xüsusiyyətləri təhlil edilmişdir. Məqalədə həmçinin qeyd edilmişdir ki, tikinti məhsullarının xarakterik xüsusiyyətləri, podratçı firmaların tikinti məhsulları bazarındakı spesifik vəziyyəti və bir sıra digər amillər tikinti məhsullarının marketing tədqiqatlarının bütün istiqamətlərini daha konkret formada təhlil etməyə imkan vermir. Bunu nəzərə alaraq məqalədə həmin istiqamətlərin daha konkret şəkildə təhlilinə üstünlük verilmişdir:

Açar sözlər: Marketing tədqiqat sistemi, marketing informasiya sistemi, marketing tədqiqatları, məhsulun tədqiqi, bazarın tədqiqi, informasiya tələbatı, ilkin informasiya mənbəyi, təkrar informasiya mənbəyi, marketing informasiya axını, marketing informasiya modeli.

SOURCES OF INFORMATION FOR MARKETING RESEARCH OF THE CONSTRUCTION PRODUCTS MARKET

Aghayeva Konul Asaf- PhD in economics, ass.prof., department of Economic theory and marketing, AzUAC, konul.aghayeva@gmail.com

Abstract. To achieve the goals of building a social market economy, the market for construction products must be accompanied by market research, like the market for all other products, and according marketing research, opportunities for selling products that are not needed by customers must be stopped. For this, the correct selection and effective use of sources of marketing information is important. Marketing research of construction organizations is a report on the collection, analysis and results of the necessary information to identify indicators characterizing the marketing activities of firms and enterprises. The article clarifies the differences between a marketing information system and a marketing research system, and analyzes their individual elements and characteristics. It has been established that the characteristic features of construction products, the specific position of contracting firms in the construction products market and a number of other factors do not allow us to analyze all areas of marketing research of construction products in a more specific form. Taking this into account, the article gives preference to a more specific analysis of these areas.

Keywords: marketing research system, marketing information system, marketing research, product research, market research, information demand, primary source of information, secondary source of information, flow of marketing information, marketing information model

Giriş. Hazırda tikinti kompleksində fəaliyyət göstərən təşkilatlar biznesin idarə edilməsi təcrübəsində müasir informasiya texnologiyalarından geniş istifadə edirlər. Tikinti marketinginə münasibətdə informasiya texnologiyaları marketingin idarə edilməsi- məlumatların toplanması, saxlanması və emalı məqsədilə istifadə olunan əsas və tətbiqi proqram təminatının, telekommunikasiya vasitələrinin, məlumat bazalarının və məlumat banklarının elementlərinin

kompleksi kimi başa düşülür. Marketing tədqiqatlarında informasiya texnologiyaları xarici mənbələrdən əldə edilən məlumatların, o cümlədən müştərilərin sorğuları, demografik, sosial-iqtisadi tədqiqatların məlumatlarının toplanması, saxlanması və statistik emalı proseslərini sistemləşdirməyə imkan verir, tikinti məhsulları istehsalçıların və istehlakçıların iqtisadi xüsusiyyətləri arasında əlaqəni, satış, bazar və rəqiblər haqqında məlumatı və s. müəyyənləşdirir. Marketing problemlərini həll edərkən tikinti təşkilatının mütəxəssislərinin və şöbələrinin məlumat ehtiyaclarını ödəmək üçün marketing informasiya sistemindən geniş istifadə olunur.

Marketing informasiya sistemi (MİS) mütəmadi olaraq məlumatların toplanması, emalı, saxlanması və manipulyasiyası, müasir təhlilin təmin edilməsi, müasir informasiya texnologiyalarından istifadə etməklə marketing sahəsində idarəetmə qərarlarının qəbulu prosesini dəstəkləyən sistemdir [2]. Marketing informasiya sisteminə daxili və xarici marketing məlumatlarının verilənlər bazası, marketing metodları və modelləri bankı, proqram təminatı, habelə idarəetmə qərarlarının qəbulu üçün meyarlar və mümkün variantlar daxildir.

Marketing informasiya sistemi ilə marketing tədqiqatı sistemi arasındakı fərq ondan ibarətdir ki, marketing informasiya sistemi firma fəaliyyətinin, rəqiblərin davranışının və xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərin daimi monitorinqi üçün nəzərdə tutulmuşdur, marketing tədqiqatı isə daimi tədqiqatlar üçün deyil, dərin tədqiqatlar üçün istifadə olunur. Marketing üzrə məşhur mütəxəssis F. Kotler marketing tədqiqatlarını müxtəlif araşdırmaların sisteməlik olaraq hazırlanması, aparılması, əldə edilməsi, məlumatların təhlili və nəticələrin müəssisənin qarşısında duran konkret marketing vəzifələrinə uyğun surətdə təqdim edilməsi kimi müəyyən edir. [2]. Tikinti məhsulları bazarının marketing tədqiqatları üçün informasiya mənbələrini ilkin və təkrar istifadə olunan mənbələrə ayırmaq olar. İlkin informasiyaya konkret marketing probleminin həlli üçün ilk dəfə toplanmış məlumatlar, təkrar istifadə olunan informasiyaya isə artıq mövcud olub digər məqsədlər üçün əldə olunmuş məlumatlar aiddir. İlkin informasiya daha qiymətli, çünki o qabaqcadan müəyyən edilmiş məqsədlə yığılmış və emalı edilmişdir, təkrar informasiya əvvəlcədən hazırlanan qiymətləndirmələr üçün istifadə oluna və daha predmetli tədqiqatlar üçün proqramlar hazırlarkən əsas rolunu oynaya bilər. İlkin informasiyanın məlumatların toplanması və emalı daha çox əməltutumlu olan prosesdir, o müəyyən xərclərlə müşayiət olunur. Təkrar istifadə olunan informasiyanın sadəliyi, əlçatan olması və ucuzluğu heç də həmişə onun dürüstlüyü və obyektiv olması ilə şərtlənmir. Marketing informasiya sistemi marketing mühitinin monitorinqini aparmalıdır ki, qərar verənlər onlara vacib olan məlumatlarla təmin olunsunlar.

Tədqiqat metodları. Bəzən şirkət lazımi informasiyanı təmin edə bilmir. Bu ya məlumatın olmaması, ya da marketing informasiya sisteminin məhdudiyyətləri ilə bağlı olur. Məsələn, üçün brend meneceri çox vaxt rəqib şirkətin reklam büdcəsinin necə dəyişəcəyini və bunun bazar payına təsirini bilmək istəyir. Adətən, rəqib şirkətin büdcə proqnozları ilə bağlı məlumatları bilmək olmur. Bu mümkün olsa belə, şirkətin marketing informasiya sistemi lazımi qədər inkişaf etmiş olmaya bilər və nəticədə bazar paylarının dəyişməsi ilə proqnozların işlənilməsi qeyri-mümkün olacaqdır. Nəticə etibarilə informasiyanın əldə edilməsi, təhlili, saxlanması və çatdırılması ilə bağlı xərclər sürətlə arta bilər. Şirkət əlavə məlumata malik olmağın faydalarının onun təmin olunmasına sərf edilən xərclərdən çox olmasına əmin olmalıdır. Amma həm faydaların, həm də xərclərin qiymətləndirilməsi çox vaxt çətin olur. O da məlumdur ki, özlüyündə informasiyanın bir qiyməti yoxdur. Informasiya ancaq istifadə edildiyi vaxt qiymətli olur. Bu baxımdan bəzi hallarda əlavə məlumat menecerlərin qərarlarının dəyişdirilməsinə və yaxşılaşdırılmasına zəif təsir göstərə bilər. Digər tərəfdən də elə ola bilər ki, informasiyanın əldə edilməsinə çəkilən xərclər qəbul edilmiş daha yaxşı qərarın nəticəsində əldə olunan gəliri ötürüb keçir. Ona görə marketoloqlar əlavə məlumatların hər zaman daha qazancılı olacağını düşünməlidir. Məhz bu səbəbdən onlar informasiyanın əldə edilməsinin xərclərini və ondan irəli gələn gəlirini yaxşı ölçməlidirlər.

Marketing məlumatlarını toplamaq üçün tikinti təşkilatının müvafiq resursları olmalıdır. Əvvəla, bunlar məlumatların toplanması, işlənməsi və təhlili sahəsində ixtisaslı mütəxəssislərdir. İkincisi, məlumatla işləmək üçün metodoloji dəstəkdir, çünki məlumatın toplanması və emalı üsulları onun keyfiyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Üçüncüsü, bu

avadanlıqdır. Siyahıya təkcə ənənəvi ofis avadanlığı (kompüterlər, telefonlar və digər ofis avadanlığı) və proqram təminatı deyil, həm də tədqiqat zamanı məlumatı qeyd etməyə imkan verən xüsusi avadanlıq və qurğular daxildir. Əlbəttə ki, Marketing İnformasiya Sistemi üçün resurs tələbləri sistemin tapşırıqlarında nəzərə alınan problemlərin əhatə dairəsinin genişliyindən asılıdır.

Sistemin istismarı zamanı müəyyən edilmiş tələblərə cavab verən məhsul alınarsa, məqsəd əldə edilmiş hesab edilə bilər. Marketing informasiya sisteminin fəaliyyətinin məhsulu-məlumat bazaları və ya marketing tədqiqatları hesabatları şəklində təqdim edilə bilən şirkətin daxili mühitinin, şirkətin mikro və makro mühitinin vəziyyəti haqqında məlumat toplusudur.

Marketing tədqiqatlarının aparılması praktikasında məlumatların toplanması prosesi ilə bağlı olan bir sıra çətinliklər ortaya çıxa bilər. Başlıca çətinlik respondentlərin lazımi informasiyanı verməməsindən və ya verə bilməməsindən ibarətdir. Çox zaman respondent lazımi informasiyanı ona görə verə bilmir ki, tikintinin idarə edilməsi təşkilat çərçivəsində həyata keçirilir və qərarları bir adam qəbul etmir. Eyni vəziyyət məhsulun və xidmətin işlənilib hazırlanması, istehsal və satışla əlaqədar da ortaya çıxa bilər. Buna görə də, bir nəfər, hətta, mütəxəssis olsa belə müxtəlif mövqeli suallara çətin cavab verə bilsin, anketləşdirmə çərçivəsində müxtəlif şöbələrədən adamlarla sorğu aparmaq isə mümkün olmur. Lakin tikinti təşkilatının nə istehsal etdiyi və ya hansı xidmətləri göstərə bildiyi haqqında ümumi informasiya şübhəsiz, hər bir əməkdaş üçün mümkündür. Bu vəziyyəti optimallaşdırmaq üçün ekspert müsahibəsinin nəticələrinə əsaslanan çoxvariantlı seçim anketləri işlənilib hazırlanır. Beləliklə, cavabın mümkün optimal variantlarını təklif etməklə bu problemin öhdəsindən gəlmək olar. Lakin bundan heç də əhəmiyyət daşımayan problem respondentlərin informasiya vermək istəmədiyi hallardır. Birbaşa marketing metodlarının hər yerdə tətbiqi (telefonla satış) ona gətirib çıxarmışdır ki, respondentlər bütün daxil olan ünvansız zəngləri onlara nəyinsə satılması cəhdi kimi qəbul edirlər. Respondentlərin digər hissəsi isə suallara cavab verərkən konfidensiallığın (sirr saxlama prinsipinin) pozulmasından ehtiyatlanırlar. Bu halda müsahibə aparmanın sualların savadlı tərtib edilmiş çıxışı köməyə gələ bilər. Belə məlumatı tərtib etmək tədqiqatçı kampaniya üçün yaradıcılıq və peşəkarlıq məsələsidir, lakin bu halda tövsiyə olunur ki, sorğunun çox vaxt aparmayacağı, sualların satış və ya kommersiya sirri haqqında heç bir məlumatı əhatə etməyəcəyi haqqında şərt daxil edilsin. Ekspertlərin axtarışı və tədqiqatda onların iştirak etməyə dəvət edilməsi zamanı digər yanaşmalardan da istifadə etmək olar:

-Əvvəlcədən xəbərdarlıq. Bu potensial respondentlərə (ekspertlərə) zəng etməkdən ibarətdir, əgər onlar razılaşırlarsa elektron poçtla müsahibə sualları onlara göndərilir və müsahibənin özünün vaxtı dəqiqləşdirilir. Bu cür alqoritm informasiya toplanmasının səmərəliliyini artırır, çünki respondentlərdə gözlənilməzlik hissini azaldır, habelə əməkdaşlıq atmosferi yaradır;

- Tədqiqatda iştirakına görə ekspertin mükafatlandırılması. Bu xərcləri tədqiqatın smetasına daxil etmək tövsiyə olunur. Bu məbləğdə mükafat və ya işgüzar hədiyyə, bir qayda olaraq, müsahibənin suallarına cavab verənlərin faizini artırır.

-Mövcud məqamda məşğul olduqlarını bəhanə edən insanlara kontraktları xatırlatmaq və ya dövrü surətdə bərpa etmək;

Hər bir kampaniyanın, tikinti təşkilatının özünəməxsus standart bölmələrdən və onların tərtib edilməsinin qaydalarından ibarət olan hesabat formatları mövcud olur. Sifarişçi kampaniyanın marağını artırmaq üçün yararlı ola biləcək əsas praktiki tövsiyələr aşağıdakılardan ibarətdir:

Hesabat hazırlanarkən bir sıra formal tələblərə uyğun olmalıdır: mətni məzmununa görə qısa abzaslara bölərək onun məntiqi cəhətdən quruluşlandırılması, cədvəllərin, qrafiklərin, şəkillərin və digər vizual vasitələrin köməyi ilə həlledici informasiyanın qeyd edilməsi. Hesabatın özündən başqa rəhbərlik üçün onun qısa xülasə versiyasının hazırlanması da faydalıdır. Ona görə də, xülasə qısaldılmış şəkildə hesabatın bütün əsas hissələrini (problem, tədqiqatın quruluşu, əsas nəticələr və tövsiyələr) əhatə etməlidir.

Sifarişçiyə imkan vermək lazımdır ki, təqdimatın quruluşunu özü seçsin (əsas nəticələri və tövsiyələri əhatə etməklə ətraflı məruzə; qısa informasiyanın qrafik şəkildə təsviri ilə slaydlar vasitəsilə təqdim edilməsi; "sual-cavab" rejimində interaktiv təqdimat və s).

Nəticə. Qeyd edilənləri yekunlaşdıraraq aşağıdakı nəticələri çıxarmaq olar:

- Tikinti və istehlak bazarlarının tədqiqatı ümumi metodologiyaya və məntiqə söykənməklə eyni sxem üzrə aparılır;
- Bu zaman tikinti bazasının tədqiqinin özünəməxsus xüsusiyyətləri və mürəkkəblikləri olur ki, onları aşağıdakı mərhələlər üzrə lokallaşdırmaq lazımdır:
- Problemin müəyyən edilməsi və məsələnin qoyulduğu mərhələsində tədqiqatçıların əvvəllər qarşılaşmadığı bazarlar üzrə xüsusi informasiya tələb olunur. Bu halda sahə ekspertləri ilə müsahibələr və təkrar istifadə olunan məlumatlar daha mühüm əhəmiyyət kəsb edir;
- Məlumatların toplanması formasının hazırlanması mərhələsində peşəkar terminologiyaya xüsusi diqqət yetirmək lazımdır, çünki çoxvariantlı seçim məsələlərində peşəkar terminlərin istifadə olunması onları respondent üçün anlaşıqlı edir, onun vaxtına qənaət edir və məlumatların emalını və təhlilini asanlaşdırır.
- Seçim quruluşunun müəyyənləşdirmək üçün rəsmi mənbələrdən əldə edilmiş məlumatlardan istifadə olunması ilə əlaqədar olaraq yarana biləcək səhvlərdən qaçmaq vacibdir. Yaxşı olar ki, təşkilatların öz məhsullarını təklif edərkən verdikləri daha səhih informasiyaya malik olan məlumat bazalarından və kommersiya sorğu kitabçalarından istifadə olunsun.
- Məlumatların toplanması mərhələsində bazar ekspertlərini tədqiqatda iştirak etməyə inandırmaq kifayət qədər mürəkkəb məsələ olur. Cavabların çoxalması faizinin artırılmasının pullu və pulsuz metodlarından (ekspertin mükafatlandırılması, əvvəlcədən xəbərdarlıq, yada salma) istifadə etmək məqsədəuyğundur.

Ədəbiyyat

1. Kotler F. 2016. Marketingin əsasları. Bakı, 43s
2. Xeyirxəbərov İ.M., 2015. Marketing tədqiqatları Bakı, s.47
3. Olivier Blanşard. Makroiqtisadiyyat. Qlobal nəşr. VII nəşr. s.487
4. O.N.Aras., E.Süleymanov. 2016. Azərbaycan iqtisadiyyatı. s.412 Bakı
5. Ağayeva K.A., Qənbərov Ə.Ş. 2020. İnşaatda marketing. s.267. Bakı
6. Ансофф И. 2019. Стратегическое управление. Москва. Экономика
7. Aghayeva, Konul, Sivitska, Svitlana. 2023. Building Information Modeling-As a Way of Increasing Competitiveness of Construction Companies in Azerbaijan. Lecture Notes in Civil Engineering. Volume 299, Pages 623–629. 4th International Conference on Building Innovations, ICBI

References

1. Kotler F. 2016. Fundamentals of Marketing. Baku, 43 p
2. Kheyirxhabarəov İ.M., 2015. Marketing studies Baku, p. 47
3. Olivier Blanchard. Macroeconomics. Global edition. VII edition. p. 487
4. O.N. Aras., E. Suleymanov. 2016. Economy of Azerbaijan. p.412 Baku
5. Aghayeva K.A., Ganbarov A.S. 2020. Marketing in construction. p. 267. Baku
6. Ansoff I. 2019. Strategic management. Moscow. Economics
7. Aghayeva, Konul, Sivitska, Svitlana. 2023. Building Information Modeling-As a Way of Increasing Competitiveness of Construction Companies in Azerbaijan. Lecture Notes in Civil Engineering. Volume 299, Pages 623–629. 4th International Conference on Building Innovations, ICBI

Məqaləyə istinad: Ağayeva K.A Tikinti məhsulları bazasının marketing tədqiqatı üçün informasiya mənbələri. Elmi əsərlər/ Scientific works, AzMİU, s.185-188, N2, 2024

For citation: Aghayeva K.A. Sources of information for marketing research of the construction products market. Scientific works/ Elmi eserler. AzUAC, p.185-188, N2, 2024

Redaksiyaya daxil olma/Received 18.1.2024

Çapa qəbul olunma/Accepted for publication 18.3.2024

SOME FEATURES OF CONSTRUCTION MATERIALS AND STRUCTURES APPLIED IN BAKU

Akbarova Samira Misirkhan- PhD in tech.sc., ass.prof., department Construction of engineering systems and facilities, AzUAC, samira.akbarova@azmiu.edu.az

Abstract. Modern construction materials make it possible to solve the most complex construction problems, simplify the installation process and speed up the construction time of buildings and facilities. In the humid climate of Baku, it is necessary to carefully select building materials and structures. Insufficient consideration of the physical and thermal properties of building materials for the specific climatic conditions of the construction area leads to the creation of uncomfortable living, working and resting conditions for people in buildings. The author examined the main factors influencing the choice of enclosing structures during the construction of multi-storey buildings in Baku, taking into account the characteristics of the local climate,

Keywords: building, construction materials, physical properties, building envelope, outer wall structure

BAKIDA TƏTBİQ EDİLƏN İNŞAAT MATERIALLARININ VƏ KONSTRUKSTURLARININ BƏZİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Əkbərova Samirə Misirxan qızı- t.e.n., dosent, Mühəndislik sistemlərinin və qurğularının tikintisi kafedrası, AzMİU, samira.akbarova@azmiu.edu.az

Xülasə. Müasir tikinti materialları ən mürəkkəb tikinti problemlərini həll etməyə, quraşdırma prosesini sadələşdirməyə və bina və qurğuların tikinti müddətini sürətləndirməyə imkan verir. Bakının rütubətli iqlimində tikinti materiallarını və konstruksiyalarını diqqətlə seçmək lazımdır. Tikinti sahəsinin spesifik iqlim şəraiti üçün tikinti materiallarının fiziki və istilik xüsusiyyətlərinin kifayət qədər nəzərə alınmaması binalarda insanlar üçün narahat yaşayış, iş və istirahət şəraitinin yaradılmasına səbəb olur. Müəllif Bakıda çoxmərtəbəli binaların tikintisi zamanı qapalı konstruksiyaların seçilməsinə təsir edən əsas amilləri yerli iqlimin xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq,

Açar sözlər: bina, tikinti materialları, fiziki xassələri, bina zərfi, xarici divar quruluşu

Introduction. Baku is known for its hot climate- up to +42°C in the shade, and strong winds- up to 40 m/se). An important role in discomfort sensations is played by high relative air humidity, which is 70-80%, the norm is 50-60%, and at elevated temperatures - 30-40%. Daily, in Baku in summer 8- 9°C, in winter 4-5°C and annual 21,5-22,9°C amplitude of air temperature fluctuations is of great importance for enclosing structures of buildings and constructions. It is also necessary to take into account the area where the construction object is located, as due to macro- and micro-scale climate-forming factors: radiation conditions, wind regime, meso- and micro-relief form, vegetation, soil, close proximity to the Caspian Sea, surrounding buildings, etc. and their combined effect in different areas of the city the difference in temperature and humidity can be significant [1,2].

According to the conducted field studies, relief modeling scheme, as well as the scheme of insolation and aeration of the Baku amphitheater, zoning scheme by the main types of buildings, According to this scheme, the territories with the highest temperature indices are located in the middle part of the city, as well as on the territory of Binagadi [3,4]. The territories with the lowest temperature are located at high points of the city, as well as on windward shady slopes - these are the south-eastern and eastern slopes of Patamdar, Zikh ridges, Yasamal valley, northern edge of Baku amphitheater [5,6]. As can be seen from the scheme, the western slopes of the amphitheater protect the central zone of the city from overheating by shading it from the scorching rays of the sun. The north wind plays a certain role in cooling summer temperatures, as well as the city's amphitheater location, which allows

the north wind to flow almost unimpeded down the city's slopes.

Humidity on the territory of Baku has a zonal character and is pronounced in the coastal part of the city, on leeward shady slopes, as well as near the lakes of Beyuk-Shor, Haji-Gasan, Zykh and Byul-Byul. On the windward slopes of the city - western slopes of Yasamal valley, Patamdar upland, Zykh ridges- the lowest humidity is observed. The given scheme of zoning by humidity conditions is modeled on the basis of the schemes of relief modeling, wind conditions, as well as the scheme of thermal conditions of Baku and the scheme of landscaping of the territory of Baku.

Methods. Studies of changes in air temperature and humidity, as well as wind conditions are the initial information for the calculation of physical parameters used in the conditions of Baku enclosing materials and structures without their deformation and destruction in the course of the operation. The comfort level of the occupants of these buildings must be taken into account. One of the factors determining the physical parameters of enclosing materials (Fig.1) and structures (Fig.2) is their thermal conductivity. It is known that the denser the material, the more heat conductive it is, which is unacceptable for exterior building envelopes in hot or cold climates. In turn, a thick wall, even of dense material, can slow down the heat transfer process [7,8]. Therefore, to reduce the transfer of high temperatures from one side of the wall to the other, the heat transfer coefficient must be reduced in one of two ways: by increasing the wall thickness or by using materials with lower thermal conductivity and higher resistance. The first method was used in ancient times by almost all peoples of hot regions [9,10]. They built massive walls of mud or raw brick. In modern urban planning, the second method is more commonly used - walls are made up of several materials to provide desirable thermal and aesthetic characteristics. Insulation with low-density material or an air cavity reduces thermal conductivity.

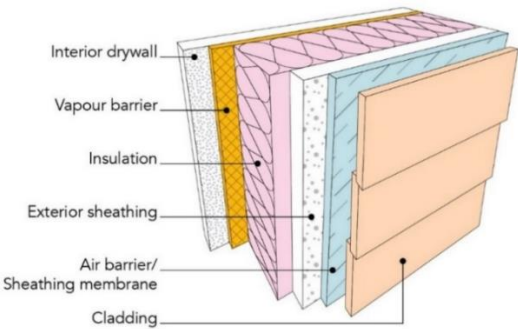


Figure 1. Scheme of outer wall structure of building [9]

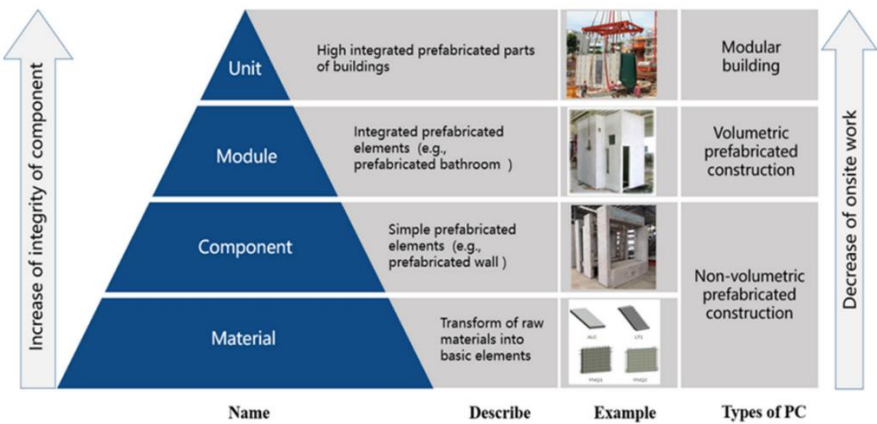


Figure 2. Prefabrication structures [9]

Results and discussion. Scientific research has established that in hot regions, the heat transfer coefficient for an external wall should be approximately 1.27W/ m² °C in order to achieve an adequate

thermal resistance. Experiments have proven that it is the brick wall that is the most acceptable material to achieve thermal comfort and also the most common. It has a thermal resistance 13 times higher than the thermal equilibrium of a ready-mixed concrete wall [11].

The invention of reinforced concrete opened up a new era in which traditional architectural forms and methods as well as building materials were very soon forgotten. However, along with the ease and speed of construction work, concrete brought many problems in terms of creating comfortable microclimatic conditions. Prefabricated concrete structures in their pure form are unacceptable in both hot and cold climates because they have little thermal resistance [12].

For an external concrete wall to have a heat transfer coefficient of $1.27 \text{ W/m}^2 \text{ }^\circ\text{C}$, it must be at least 1.0 m thick. In the construction of low-rise buildings, this is possible, although economically unprofitable. When erecting multi-storey buildings, such masses of buildings will carry additional load on the ground, which is unacceptable in seismically active areas, and uneconomical. It follows from this that in the hot climate of Baku reinforced concrete without insulating cladding or layer is not suitable for construction of residential buildings and structures as external enclosing structures of multi-storey buildings.

However, today in Baku mainly multi-storey buildings (external walls) are constructed of concrete without insulation. When preparing concrete mixture for construction purposes, technological processes are also very often violated, which leads to a decrease in concrete strength, deterioration of pore structure, reduction of durability and flaking of the outer layers of the concrete structure (Fig.3).

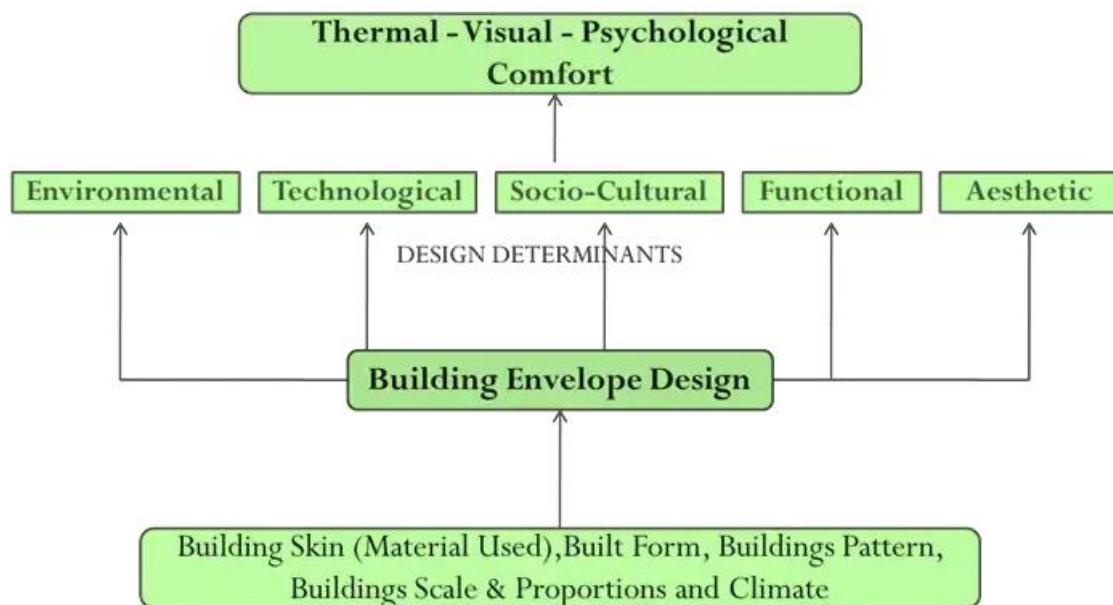


Figure 3. Design determinants for building envelope [11]

In low-rise construction in Baku, the main local building material is limestone-cubic limestone. However, 40-cm walls are not able to effectively resist both summer overheating and winter cold. That is why the width of external walls in old buildings of the central zone of Baku reached 0.8-1 m. Today, to reduce the thermal conductivity of external walls it is necessary to put an insulator (foam, air layer, etc.) between two layers of masonry. In the construction of residential and public buildings, new technologies and building materials are increasingly used. At the same time, the necessary research is not conducted to identify the impact of this know-how on the environment and people's well-being. Nor are new materials tested for endurance in given climatic conditions. For example, in Baku, the envelope structures function in a rather rigid mode, experiencing the influence of significant temperature fluctuations. Therefore, in order to avoid deformations and destruction (as a result of geometric dimensions drift caused by temperature fluctuations) it is very important that materials

combined in a common construction have close coefficients of thermal expansion.

With intensive construction of residential areas of Baku with multi-storey buildings, heat, moisture and vapor barrier materials for external walls are practically not used here, which leads to high energy consumption of the building and formation of unhealthy microclimate in the room. In this case, it is advisable to use composite materials with insulation in layers or apply insulation on the inside of the wall. This will increase the construction costs, but they will pay off very soon during operation [12].

In regions with hot, humid climates, a lot of money is spent every year to eliminate various problems caused by the negative effects of moisture. Moisture in the air inside the building penetrates into the wall structure and condenses as it cools to a temperature below the dew point. The amount of moisture formed is greater the higher the difference between the outdoor and indoor air temperature is, so in winter time moisture accumulates in the material of building envelopes quite intensively and is the cause of fungi growth and spreading, mold formation, rotting of wooden structures, reduction of thermal resistance of building envelopes.

Proper design and construction of exterior walls of residential buildings (Table 1) in Baku reduces the risk and makes them more resistant to moisture, especially in areas with the highest humidity - these are primarily the coastal part of the city, as well as areas near lakes. In this case, condensation control strategies include limiting air leakage, using adequate types of thermal insulation, reducing cold spots, and minimizing the spread of water vapor.

Table 1. Features of transparent components of buildings [11]

Opaque components (<i>Walls, roofs, slabs, basements walls and opaque doors</i>)	Transparent Components (<i>Fenestration system : windows, ventilators, doors, glass wall, glazing etc</i>)
Orientation of building, its form and size of external obstacles	Orientation of fenestration components, and external obstacles
Position of building relative to other building.	Dimensions of the transparent component.
Soil cover and nature of ground	Heat transmission coefficient of the glazing.
Thickness, density, specific heat and conduction coefficients of materials.	Absorption, reflection and transmission coefficient of the glazing for solar radiation.
Light absorption and reflection coefficients of the surfaces	Transmission coefficient of the glazing for diffuse sunlight.
Porosity and roughness of the surface.	Transmission coefficient of the glazing for direct sunlight.
Sound transmission and absorption coefficient of the surface.	Transmission coefficient of the glazing for sound.
Depth of the cavity between the layers.	Type of frame used for the transparent component.
Thickness and sound absorption of the insulating material used inside the cavity.	Maintenance factor of the glazing.
Kind of connection between layers of different materials, and their number.	Thermal properties of spacer and cavity in glazing system.

The color of the enclosed surface is of great importance when protecting against high temperature. The method of covering external enclosing structures (walls, roofs) with light-colored paint to protect against summer overheating has been known in the East since ancient times. Such a construction, reflecting a significant part of solar energy back into the outer space, prevented

overheating of rooms, improving the microclimate inside the house. However, reflecting heat back to the urban space (streets, yards, etc.), such a covering is the cause of increase in air temperature (law of conservation of energy) of the environment. At present, the central zone of Baku is intensively and densely built up with multi-storey buildings and the heat reflected from the buildings, getting into narrow yards, creates a feeling of stuffiness in windless summer days. The situation is aggravated by the lack of green spaces.

To prevent this situation, it is necessary to use layered (with an insulating layer) panels and materials in external structures, to actively use landscaping both in the decoration of buildings (balconies, roofs and terraces) and in the layout of courtyards and urban areas. The use of fountains, artificial reservoirs in the urban structure also contributes to the cooling of adjacent areas.

In recent decades, mankind has been struggling to improve the efficiency of window (Fig. 4) and facade glazing. It is a well-known fact that these enclosing structures are probably the "weakest" point of any residential building. It is through windows and showcases that the maximum heat leakage- up to 60% of the total heat loss, and penetration of noise and harmful components of the sunlight spectrum occurs. Modern architecture uses a wide range of double-glazed windows with sound and heat insulation, etc. and sun protection systems. To increase thermal insulation properties of double-glazed windows are pumped with inert gases. Most often argon is used for these purposes. The use of combined double-glazed units with simultaneous use of both "thermal mirror" and selective glasses allows to achieve a thermal conductivity coefficient of $0.5 \text{ m}^2 \text{ C/W}$.

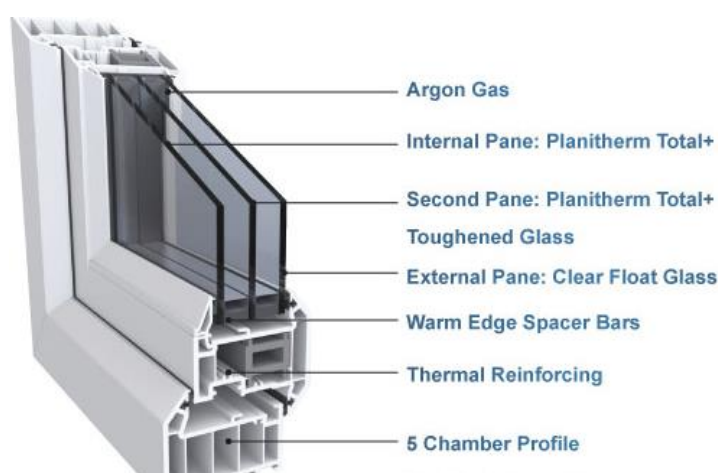


Figure 4. Cut-away diagram of triple-glazing

Several types of membranes designed for different climatic conditions make it possible to choose a "mirror" that filters exactly those parts of the solar spectrum that are undesirable for the microclimate of premises in each particular area. It is now possible to choose double-glazed windows for facades of different exposures. For example, membranes that maximally reflect thermal and ultraviolet components of the solar spectrum are more acceptable for windows of southern orientation. London specialists have gone even further in this area, having developed a new type of glass with the thinnest coating of vanadium dioxide with additives, in particular, tungsten. This coating exhibits dual properties - it behaves like a metal (well reflects infrared radiation), then behaves like a semiconductor (transmits thermal radiation). At the same time, while the surroundings are cold, the glass remains ordinary, but when the temperature rises, it reduces the heating of the room by 50%.

Today, glass forms the basis for a radical renewal of architectural form, regardless of climatic barriers. The use of glazed surfaces as an external building envelope is associated with the spread of energy-saving approaches. Creation of a "living" building envelope that reacts to changes in the degree of its illumination is increasingly used in public and residential buildings. The use of a second, glass building envelope as a structural element with an energy-saving function is becoming no less effective.

Conclusion. In the hot, humid climatic conditions of Baku it is necessary to be extremely attentive to the choice of construction materials and structures. Modern construction materials make it possible to solve the most complex structural problems, simplify the installation process and accelerate the time of construction of objects. Insufficient consideration of their physical properties in specific climatic conditions leads to the creation of uncomfortable living conditions for the people in such buildings. The author has considered the main factors influencing the choice of enclosing structures in the construction of multi-storey buildings in Baku, and experience of using modern structures to improve energy efficiency and viability of buildings and structures.

References

1. Mammadov N.Y., Akbarova S.M. (2022). Analysis of thermal stability of wall enclosing structure of building for climatic conditions. International Journal on "Technical and Physical Problems of Engineering" (IJTPE), Issue 50, Vol. 14, No. 1, pp.136-141.
2. Kahramanova Sh. (2006). Geo-ecological situation of Baku in conditions of intensive construction of residential areas. El-Alliance Publishing Co. Baku, p. 133.
3. Mammadov N.Y., Akbarova S.M. (2018). Multi-disciplinary energy auditing of educational buildings in Azerbaijan: case study at a university campus", IFAC, International federation of automatic control. International Conference, 51(30), pp. 311–315.
4. Kahramanova Sh. (2008). Climatized residential structures in conditions of Baku, El-Alliance Publishing Co., Baku, p. 207.
5. Mammadov N.Y., Akbarova S.M. (2018). Building energy auditing is a tool to improve their energy efficiency", Brandenburg Technical University Press, Germany, pp. 210-219.
6. Brodach M. M. (1990). Izoperimetricheskaja optimizacija solnechnoj jenergoaktivnosti zdanij. - Geliotekhnika 2, Tashkent.
7. Mammadov N.M., Akbarova S.M. (2017). New methodology of multi- disciplinary energy auditing of buildings in Azerbaijan", International Symposium On Innovative Technologies In Engineering And Science. Sakarya University, Turkey, Academic Platform, pp. 210-219.
8. Akbarova S.M. (2021). Experimental study of air cavity thermal performance of opaque ventilated facades under extreme wind conditions: case study Baku, Information on Construction, Vol.:73, Issue: 561, pp. 11-21.
9. Tabunschikov Y.A. and Shilkin N.V. (2004). Aerodynamics of tower buildings, Journal of AVOK 8, 12-24.
10. Mammadov N.Y., Akbarova S.M. (2022). Analysis of the possibilities of applying modern information technologies in energy efficient urban development", Journal "Reliability: Theory and Applications", special issue, 4 (70), vol. 17, pp.361-366.
11. Alinov M.Sh. (2015). Fundamentals of Energy Conservation and Efficiency.
12. <https://constrofacilitator.com/a-review-on-design-factors-of-building-envelope>

Məqaləyə istinad: Əkbərova S.M. Bakıda tətbiq olunan tikinti materiallarının və konstruksiyaalarının bəzi xüsusiyyətləri. Elmi Əsərlər/Scientific works, AzMİU, s. 189-194, N2, 2024

For citation: Akbarova S.M. Some features of construction materials and structures applied in Baku. Elmi Əsərlər/Scientific works, AzUAC. p.189-194, N2, 2024

Redaksiyaya daxil olma/Received 10.1.2024

Çapa qəbul olunma/Accepted for publication 10.03.2024

TİKİNTİ SAHƏSİNDƏ YENİ İQTİSADİ MÜNASİBƏTLƏRİN YARANMASI TİKİNTİNİN İNKİŞAFINA TƏSİRİ

Binnətov Yusif Cavad oğlu-baş müəllim, İqtisadi nəzəriyyə və marketinq kafedrası, AzMİU,
yusif020678@mail.ru

Xülasə: Tikinti sahəsi ölkənin xalq təsərrüfatının yerinə yetirdiyi funksiyanın xarakterinə uyğun olaraq maddi istehsal sahələrindən biridir. Bu sahə, həm də müxtəlif alt sahələrdən ibarətdir və ölkənin infrastrukturunun formalaşmasına təsir edir. Əsaslı tikinti, layihə axtarışından, tikinti quraşdırmaya, elmi tədqiqatdan tikinti materiallarının istehsalına qədər bir sıra fəaliyyətləri özündə birləşdirir. Bu, tikinti sahəsində maddi istehsalın əsasını təşkil edir və ölkənin əsas fondlarının yaradılmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Əsaslı tikinti sahəsi, tikinti prosesləri zamanı istifadə olunan nəqliyyat sistemləri daxil olmaqla, tikinti materiallarının istehsalından tikinti proseslərinin icrasına qədər olan bütün tərəfləri əhatə edir. Bu sahə, ölkənin sürətli və effektiv inkişafını təmin etmək üçün vacibdir və məhsuldarlıq və keyfiyyət standartlarının artırılmasına kömək edir.

Açar sözlər: İnvestor, tikinti layihələri, mənzil, iqtisadi sabitlik, inflyasiya, əmlak bazarı

THE INFLUENCE OF THE ESTABLISHMENT OF NEW ECONOMIC RELATIONS IN THE CONSTRUCTION FIELD ON THE DEVELOPMENT OF CONSTRUCTION

Binnatov Yusif Javad - senior lecturer, department of Economic theory and marketing,
AzUAC, yusif020678@mail.ru

Abstract: The construction sector is one of the material production sectors according to the nature of the function performed by the country's national economy. This field also consists of various sub-fields and affects the formation of the country's infrastructure. Basic construction includes a number of activities from project search, construction installation, scientific research to the production of building materials. It forms the basis of material production in the field of construction and plays an important role in the creation of the main funds of the country. The field of capital construction covers all aspects from the production of construction materials to the execution of construction processes, including the transportation systems used during construction processes. This sector is important to ensure rapid and effective development of the country and helps to increase productivity and quality standards.

Keywords: Investor, construction projects, housing, economic stability, inflation, property market

Giriş. Tikinti sahəsinin əsas rolu, bütün ölkə iqtisadiyyatının mütərəqqi inkişafı üçün şərait yaratmaqdır. Bu ifadə, inşaat sektorunun özəl rolunu və önəmini vurğulayır. İnşaat sahəsi, ölkə iqtisadiyyatının müstəqil bir hissəsidir və bir neçə əsas təbəqədə özünü göstərir: infrastruktur inşası, mənzil tikintisi, ticarət və sənaye obyektləri, energetika layihələri kimi sahələrdə. Tikintinin müxtəlif və fərqli xüsusiyyətləri, bu sahədə tətbiq olunan metodlardan, obyektlərin ölçüsündən və təyin edilmiş məqsədə uyğunluğundan yaranır. Tikinti sahəsi çox saylı məhsul növlərinin istehsalını əhatə edir. Bina və mənzil tikintisi, yol və körpülərin inşası, energetika infrastrukturunun tikintisi kimi müxtəlif obyektlər müəyyənləşir. Tikinti obyektləri ölçü, tip və strukturları ilə fərqlənir. Bir şəhər parkının tikintisi, bir ofis binasının tikintisindən fərqli olaraq, obyektin məqsədi və funksional tələblərinə uyğunluğa görə dəyişir. Ticarət mərkəzlərinin tikintisi, bir neçə mərtəbəli yaşayış evindən fərqli olaraq, obyektin əhəmiyyətini və məqsədini nüanslandırır. Bu fərqli xüsusiyyətlər, tikintinin çox yönlü və kompleks bir sahə olduğunu və müxtəlif inşaat obyektlərinin təyin olunan məqsədlər və tələblərə uyğun şəkildə inşa edilməsinin vacib olduğunu göstərir.

Tikinti layihələri müxtəlifdir və hər bir layihə müxtəlif məqsəd və tələblərə cavab verir. Məsələn, yaşayış binasının, ticarət mərkəzinin və infrastrukturun inkişafı müxtəlif məlumat, məqsəd və tələbləri ehtiva edir. Bu, hər bir layihədə iştirak edən tikinti şirkətləri, qurumlar və işçilər üçün müxtəlif iqtisadi əlaqələrin yaradılması ilə nəticələnir.

Tədqiqat metodları. Tikinti sahəsi müəyyən bir torpaq sahəsində yaradılır, tikinti müddəti ərzində və istismar dövründə inşa edildiyi yerdə qalır. Onun yaranmasında istifadə olunan əmək alətləri və inşa qüvvəsi daima hərəkətdə olur. Tikinti məhsulunun texniki iqtisadi göstəricilərinə vaxt amili böyük təsir göstərir. Hər hansı bir obyektin inşa müddəti yalnız aylarla deyil, bir çox hallarda, özündə iri obyekt tikilirsə illərlə davam edir. Bu da kapitalın dövrüyyədən uzun müddətə çıxarılmasına səbəb olur. Tikinti obyektlərinin böyük kapital həcmi nəzərə alsaq kapitalın dövrüyyədən uzun müddətə çıxarılması və onun tikintiyə qoyulması olduqca riskli bir qərardır. Tikinti quraşdırma işlərinə vəsait qoyuluşu haqqında qərar ciddi texniki iqtisadi hesablamalarla əsaslandırılmalıdır.

Tikinti sahəsində çalışan fəhlələrin əmək haqları havanın temperaturundan və həmin ərazinin iqlim şəraitindən asılıdır ki, bura əsas tikinti quraşdırma və təmir-tikinti işlərinə düzəliş əmsalları əlavə edilir. Buda imkan verir ki, əməyin normativ şərtlərindən kənarlaşma nəzərə alınsın;

Təbii iqlim şəraiti müxtəlif olan rayonlarda hər hansı bir tikinti işlərinin aparılması əlavə istehsal resurslarının cəlb olunması ilə nəticələnir.

Tikinti obyektinin xarakterindən asılı olaraq tikinti prosesi fərqlənir. Bura hazırlıq işləri, tikinti-quraşdırma işlərinin təşkili xüsusiyyətləri və s. bunlar yeni münasibətləri tələb edir.

Əgər yaşayış-mülki və sosial-məişət obyektlərinin tikintisinə yönəldilən tikinti sektoruna baxsaq, onda onun xüsusiyyətlərinə kompleks tikilinin ardıcılığına və növbəliyinə ciddi riayət edilməsini aid etmək olar. Bununla əlaqədar yaşayış massivləri ilə yanaşı yollar, su təhçizatı sistemi, enerji təhçizatı, istilik şəbəkəsi, məktəblər, uşaq bağçaları və bağlar, ticarət obyektləri və s. tikilməlidir.

Müzakirələr. Tikinti sahəsinin inkişafına təsir edən əsas amillər aşağıdakılar ola bilər:

İqtisadi Sabitlik: Ölkənin iqtisadi sabitliyi tikinti sahəsinin inkişafı üçün əsas amildir. İqtisadi sabitlik investorların və təchizatçıların layihələrə sərmayə qoymağa inamını artırır. Bundan əlavə, aşağı faiz dərəcələri və sərfəli kredit imkanları da tikinti sənayesini stimullaşdırır. İqtisadi sabitlik müxtəlif amillərdən ibarətdir ki, bunlara maliyyə siyasəti, inflyasiya səviyyəsi, xarici ticarət və fond bazarı kimi müxtəlif sahələrdə sabitlik daxildir. Ölkədə iqtisadi sabitliyin qorunması ona investisiya və mülkiyyəti stimullaşdırmağa, ölkənin ümumi iqtisadi potensialını artırmağa imkan verir. İqtisadi sabitlik, investorlara və böyük layihə sahibkarlarına ölkədə sərmayə qoymağa inam aşılayır. Onlar üçün daha az risk və daha böyük qazanc imkanları deməkdir. Aşağı faiz dərəcələri təmin edildikdə, ümumiyyətlə ölkənin investorları və ya xarici investorlar daha çox investisiya layihələrini maliyyələşdirməyə meyillidir. Bu da tikinti sahəsində layihələrin maliyyələşməsinə daha sərfəli edir. Sərfəli kredit imkanları bankların və maliyyə institutlarının sərfəli kredit şərtləri təklif etməsinə imkan verir. Bu da tikinti sahəsində layihələrin maliyyələşdirilməsinin daha asan olmasına kömək edir.

Mərkəzi Bankın aylıq statistik bülleteni göstərir ki, doğrudan da bu ilin ilk beş ayının nəticələrinə görə, ölkədə fiziki şəxslər üçün orta kredit faizi 16.1 faizdir. Ancaq, nəzərə almaq lazımdır ki, ölkədə fiziki şəxslərə verilən kreditlər sadəcə kiçik və orta məbləğli istehlak kreditlərindən ibarət deyil. Məsələn, hazırda fiziki şəxslər 150 min manatadək olan ipoteka kreditlərindən də yararlanırlar ki, onların faiz dərəcəsi güzəştli şərtlərlə 4 faiz, adi şərtlərlə 8 faizdir[1].

Tikinti layihələri və görülən işlər bir çox insanlar üçün yeni iş yeri yaradır. Buraya mühəndislər, işçilər, memarlar, sənaye sahələri, işçi qüvvəsi və s. 2022-ci ildə 4901.1 min nəfər ölkə üzrə məşğul əhali var ki, bunlardan 1075,7 mini dövlət bolməsinə, 3825,4 mini özəl bölmədə çalışır. Məşğul əhəlinin iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə bölgüsünə nəzər salsaq görürük ki, tikinti sahəsində çalışan əhəlinin sayı 377,384 nəfərdir. Bu da məşğul əhəlinin 7.7%-ni təşkil edir ki bu da kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq, ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri ilə məşğul olan əhalidən sonra 3-cü yeri tutur.

Tikinti işlərinin həyata keçirilməsində təxminən 50% sənaye məhsulu, metal materiallar 18%, taxta materialları 40%, 10% maşınqayırma sənayesi məhsulları istifadə olunur. Buna əsasən qeyd etmək olar ki, tikinti sənayeni bütövlükdə əhatə edir. Ölkənin iqtisadi vəziyyəti, əhalinin yaşayış səviyyəsi və mənzilə olan tələbatı məhz inşaatçılardan asılıdır.

Əvvəlcədən qeyd etdiyimiz statistik məlumatlar, tikinti sahəsinin iqtisadiyyatda çox böyük bir rol oynadığını göstərir. Bu sahə, sənaye məhsullarının böyük bir hissəsini, metal və taxta materiallarını, maşınqayırma sənayesi məhsullarını istifadə edir. Bu məhsulların əsasında tikinti layihələri həyata keçirilir və bu, inkişaf edən bir ölkədə infrastrukturun və əmlak bazarının dinamik inkişafına zəmin yaradır.

Əgər bir ölkənin tikinti sahəsi aktiv şəkildə fəaliyyət göstərir və sənaye məhsullarına olan tələbat artırsa, bu ölkənin iqtisadi vəziyyəti genişlənir. İnkişaf etmiş tikinti sahəsi, yeni iş yerləri yaratmağı və peşə sahiblərinə iş imkanları təmin etməyi də dəstəkləyir. Bu, əhalinin əlavə gəliri və yaşayış səviyyəsində artım deməkdir.

Mənzilə olan tələbatın tikinti sahəsinin inkişafına bağlı olduğunu qeyd etmək də vacibdir. Əmlak bazarı, tikinti layihələrinin təhlükəsiz və sürətli həyata keçirilməsində əhəmiyyətli bir rol oynayır. İnşa olunmuş binaların və evlərin keyfiyyəti, yaşayış səviyyəsi və əmlak bazarının dinamikliyi, bir ölkədə əmlakın və mənzillərin qiymətini təyin edir.

Tikinti sahəsinin sürətli inkişafı, ölkənin iqtisadiyyatının dərinləşdirilməsi və yaşayış səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün əhəmiyyətli bir fədakarlıq olaraq qiymətləndirilir.

-İnvestisiyaların cəlb edilməsi: Azərbaycan Respublikası zəngin neft və qaz ehtiyatları ilə tanınan ölkədir. Bu təbii sərvətlər ölkəni regionda mühüm iqtisadi tərəfdaşa çevirir. Azərbaycanda həm yerli, həm də xarici investorların cəlb edilməsi məqsədi ilə investisiya fəaliyyəti sahəsində müxtəlif tədbirlər həyata keçirilir. Azərbaycanda investisiya məhdudiyyətlərinin azaldılması və ölkəyə investisiyaların cəlb edilməsi üçün qəbul edilmiş investisiya qanunu və stimullar paketi təqdim edilir. Bu stimullar vergi və gömrük güzəştləri, uzunmüddətli torpaq icarəsi kompensasiyası və digər imkanlar kimi maddi və qeyri-maddi dəstəkləri təmin edir. Azərbaycan enerji sektorundan turizmə, nəqliyyatdan sivilizasiyaya kimi müxtəlif sahələrdə investisiya imkanları təklif edir. Xüsusilə, son illərdə qeyri-neft sektorlarına diqqət artıb ki, bu da tikinti kompleksi, texnologiya, turizm, əmanət, tibb və s. sahələrə investisiya cəlb edir. Azərbaycanın beynəlxalq ticarət mərkəzləri və investisiya fondları ölkəyə daxil olan xarici investisiyaların idarə edilməsində və təşviqində mühüm rol oynayır. Ölkənin infrastrukturunu, kənd təsərrüfatı, enerji, nəqliyyat və kommunikasiya sahələrində dərinləşdirilmiş investisiyalar tələb edir. Daha yaxşı nəqliyyat və kommunikasiya marşrutlarına, nəqliyyat infrastrukturuna və regionlarda enerjinin inkişafına investisiyalar ölkənin inkişafına kömək edir. Ölkəyə xarici investisiyaların cəlb edilməsi beynəlxalq layihələr, xarici şirkətlərlə birgə müəssisələr və müxtəlif ölkələrin şirkətləri ilə müqavilələr vasitəsilə həyata keçirilir.

İnvestisiyalar nəzərdə tutulan müddətdə gəlir əldə etdikdə sərfəli olur, lakin bu gəlir bazar faiz dərəcəsindən aşağı olmamalıdır, ən azı borcun faiz dərəcəsinə bərabər olmalıdır. Bazar rəqabəti şəraitində ən optimal investisiya layihələrini seçmək lazımdır. Faiz dərəcələri investisiya qoyuluşundan əldə ediləcək gəlir səviyyəsinin müəyyən edilməsində həlledici rol oynayır.

İnvestisiya layihələrinin effektivliyini qiymətləndirmək üçün əldə ediləcək gəlir səviyyəsi faiz dərəcələri ilə müqayisə edilir. Bu əsas üsullardan biridir. İnvestisiya layihələrini həyata keçirərkən (daşınmaz əmlak sahəsində, yeni zavodların tikintisi, dəmir yollarının tikintisi və s.) cari xərcləri gələcək gəlirlə müqayisə etmək lazımdır. İndiki vəziyyətdə banka pul yatıraraq faiz qazanmaq daha sərfəli ola bilər. Başqa bir şəxs öz kapitalını yüksək gəlirli qiymətli kağızlara yatıraraq gəlir əldə edə bilər və s. İnvestisiya edərkən zaman amili də nəzərə alınmalıdır.

İnvestisiya mühiti müəyyən dərəcədə şəhərdə, ölkədə və ya regionda investisiya prosesinin gedişatını, potensialını, qanunvericilik tədbirlərini, iqtisadi səviyyəsini, infrastrukturunu və digər mühüm amilləri müəyyən edir. İnvestisiya mühiti investisiyaların cəlb edilməsi və investisiya layihələrinin uğurlu təşkili üçün zəmin yaradılması üçün mühüm amildir.

İnvestisiya mühiti müxtəlif maddi və qeyri-maddi mənbələrdən ibarət ola bilər. Maddi mənbələrdən infrastrukturun keyfiyyəti, maliyyə mühitinin sabitliyi, vergi siyasəti, əmək

qanunvericiliyi və s. var. Qeyri-maddi resurslara təhsil səviyyəsi, işçilərin layiqli həyat təminatı, sosial sabitlik və s.

İnvestisiya mühiti investisiya sahiblərinə və investisiya təşkilatçılarına potensial gəlirlər və uzunmüddətli rifah təmin edir. Bununla belə, uyğun mühitin yaradılması üçün institutlararası əməkdaşlıq, səmərəli idarəetmə və müvafiq qanunvericilik tədbirləri də vacibdir.

Beləliklə qeyd edə bilərik ki investisiya mühitinə aşağıda sadalanan amillər təsir edə bilər[3].

1. **İnvestorlar üçün hüquqi bazanın yaradılması:** İnvestorlar üçün hüquqi bazanın yaradılması investisiya mühitinin qorunması və investorların hüquqlarının təmin edilməsi istiqamətində mühüm addımdır. Bu, investorların dəvət edilməsində və investisiya layihələrinin həyata keçirilməsində böyük rol oynayır. İnvestorların hüquqlarını qorumaq və maliyyə risklərini azaltmaq üçün dövlət tərəfindən təmin edilmiş hüquqi və normativ baza lazımdır. İnvestorlar üçün hüquqi bazanın yaradılması vahid və aydın olmalıdır. Bu, investisiya prosesinin daha ətraflı və başa düşülməsini təmin edir və investisiya mühitini şəffaf və etibarlı edir. İnvestisiyaların qanuni əsaslarla qəbulu, investisiya layihələrinin lisenziyalasdırılması, maliyyə dəstəyi qeydləri və vergi güzəştləri kimi məsələlər də həll edilməlidir. Hüquqi bazanın yaradılması prosesi dövlət orqanları, qanunvericilik orqanları, iqtisadi nazirlik orqanları, beynəlxalq təşkilatlar və digər maraqlı tərəflər arasında əməkdaşlığın vacib olduğu prosesdir. İnvestorlar üçün uyğun hüquqi mühitin yaradılması üçün risklərdən qorunmaq və maliyyə mühitinin inkişaf etdirilməsi üzrə kompleks strategiya müəyyən edilməlidir. İnvestisiyaların cəlb edilməsi və iqtisadi inkişafı dəstəkləmək üçün hüquqi bazanın yaradılması mühüm addımdır və bu, sürətlə inkişaf edən ölkə üçün zəruridir.

2. **Vergilərin tənzimlənməsi:** Vergilərin tənzimlənməsi investisiya mühitinə təsir edən ən mühüm elementlərdən biridir. İnvestisiyaların cəlb edilməsi, investisiya layihələrinin uğurla həyata keçirilməsinin təmin edilməsi və iqtisadi inkişafın dəstəklənməsi üçün vergi siyasəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İnvestisiya mühiti üçün optimal vergi siyasəti investorları həvəsləndirir və investisiyaların məhsuldarlığını artırır. İnvestisiya layihələrinin cəlb edilməsi və həyata keçirilməsi üçün aşağı vergi dərəcələri, vergi güzəştləri tətbiq edilə bilər. Bununla belə, vergilərin hazırlanması prosesi də diqqətlə aparılmalıdır. Çünki hər bir vergi dəyişikliyi maliyyə mühitinə və biznes sahələrinə təsir edə bilər. Əsas məqsəd cəmiyyətə minimal təsir yaratmaqla dövlətin maliyyələşməsinə dəstək vermək və iqtisadi inkişafı təmin etməkdir.

3. **Fondların tənzimlənməsinə yönəldilən amortizasiya vəsaiti;**

4. **İnvestisiya riskinin sığortası;**

5. **Pul bazarının sabitliyi;**

6. **Əmtəə və xidmətlər bazarının cəlb ediciliyi;**

7. **Keyfiyyətli və ucuz işçi qüvvəsinin mövcudluğu;**

8. **Valyuta riski;**

9. **Siyasi şərait;**

10. **Kapitalın qayıtması ;**

Əlverişli biznes mühiti və yeni layihələr ölkəyə yerli və xarici investorları cəlb edir. Bu, iqtisadiyyatın inkişafını təmin edir. Azərbaycan Respublikasında biznes mühitinin əlverişliliyinin artırılması və beynəlxalq reytinglərdə ölkəmizin mövqeyinin daha da yaxşılaşdırılması ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 13 iyul 2016-cı il tarixli sərəncamı vardır. Bu sərəncamın əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, göstərilən hədəfə nail olmaq üçün dövlət tərəfindən ardıcıl olaraq dövlət-sahibkar münasibətlərinin inkişaf etdirilməsi, biznes və investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması, dövlət tənzimləməsinin, o cümlədən inzibati qayda və prosedurların təkmilləşdirilməsi, sahibkarlıq fəaliyyətinə qanunsuz müdaxilələrin və süni maneələrin aradan qaldırılması, sahibkarlara dövlət dəstəyi və təşviq mexanizmlərinin formalaşdırılması, rəqabətqabiliyyətliliyin və ixrac imkanlarının genişləndirilməsi, ən yüksək beynəlxalq standartlara uyğun olaraq elektron dövlət xidmətləri göstərilməsi sahələrini əhatə edən kompleks tədbirlər həyata keçirilmişdir.

Ölkədə sahibkarlığın inkişafı onun rəqabət qabiliyyətinin artırılması istiqamətində dövlət tənzimləməsinin təkmilləşdirilməsini, biznes və investisiya mühitinin əlverişliliyinin daha da artırılmasını, ən qabaqcıl beynəlxalq təcrübəyə uyğun daha da cəlb edici biznes və investisiya

mühitinin formalaşdırılmasını, mütərəqqi tənzimləmə və hüquqtətbiqetmə praktikasına nail olunmasını zəruri edir [6]. Tikinti sahəsində əlverişli biznes mühitinin olması bu sahənin inkişafına bir başa təsir göstərməkdədir. Bu sahədə yeni iqtisadi münasibətlərin yaranması beynəlxalq təşkilatlar tərəfindəndə qiymətləndirilir. Dünya bankının hesabatında qeyd olunur ki, Azərbaycan Respublikası tikintiyə icazələrin alınmasına görə dünya ölkələri arasında 190 ölkə arasından 61-ci yeri tutur.

Tikinti sahəsinin inkişaf etdirilməsində özəl investisiyaların cəlb olunması məqsədi ilə Azərbaycan Respublikasında tikinti məcəlləsində müəyyən sadələşdirmələr aparılmışdır. Tikinti obyektlərinin tikintisi və istismara verilməsi üzrə əvvəlki mərhələdə icazə alınacaq bölmələrin sayı 18, icazə günlərin sayı 116, icazələrin alınmasına çəkilən xərclər 6566 manat olmuşdursa, sadələşmələr gətirdiyi dövrdən sonrakı prosesdə icazə alınacaq bölmələrin sayı 7, icazə günlərin sayı 38, icazələrin alınmasına çəkilən xərclər 1595 manat olmuşdur. Burada əsas məqsədlərdən biri də azad rəqabətin inkişaf etdirilməsində dövlətlə biznes münasibətlərində insan amilinin rolunun azaldılması ilə şəffaflığın təmin olunmasıdır. Bu qeyd olunanlar da inşaat sahəsinin inkişafına təsir edən amillərdəndir.

2023-cü ilə dair Dövlət Statistika Komitəsinin verələrinə görə 2023-cü ildə əsas kapitalla 20 milyard 297 milyon manat məbləğində vəsait yönəldilib. Bu, 2022-ci ilə nisbətdə 9,8 faiz artım deməkdir. Investisiyaların sektorlar üzrə bölgüsünə baxsaq neft-qaz sektoruna yatırılan investisiyaların həcmi 10,9 faiz artaraq artmışdır. Qeyri neft-qaz sektoruna yönəldilən vəsaitin həcmi isə 9,3 faiz artmışdır.

İstifadə olunmuş vəsaitin sektorlara bölünməsi: Məhsul istehsalı sahələrinə 61,5 faiz, xidmət sahələrinə 33,7 faiz, yaşayış evlərinin tikintisinə isə 4,8 faiz sərf olunmuşdur.

Əsas kapitalla yönəldilmiş vəsaitlərin mənbələri: Daxili vəsaitlər 80,9 faizi təşkil edir.

Bilavasitə tikinti-quraşdırma işləri üçün isə 71,7 faiz vəsait sərf olunmuşdur.

Müəssisə və təşkilatların öz vəsaitləri 48,5 faiz, büdcə vəsaitləri 36,6 faizi təşkil edir.

Əhali şəxsi vəsaitləri 5,9 faiz, bank kreditləri 3 faiz., digər vəsaitlər isə 6 faiz olmuşdur.

Bu məlumat kapital mənbələrinin bölüşdürülməsi və onun mənbələrinin sənaye, infrastruktur və digər sahələrə yönəldilməsinin müfəssəl təsviridir.

İnvestisiya-tikinti layihəsinin sahibkarı o şəxsdir ki, onun maraqlarına uyğun layihə həyata keçirilir. Sahibkar investisiya-tikinti layihəsinin məqsədlərinin formalaşmasına investisiya qabağı mərhələdə cavabdehdir, həmçinin obyekt üzrə tələblərin formalaşması və obyektin istismar xarakteristikasının müəyyən edilməsinə. O həm də layihənin prioritetliyini müəyyən edir. Adətən, investisiya-tikinti layihəsinin sahibkarı onun sifarişçisi olur. Investisiyaları və planlaşdırmanı əsaslandırmaq üçün layihə qabağı mərhələdə ayrılan, maliyyə resursları, bütün layihənin dəyərindən bir neçə faiz artıq olur, ancaq bu mərhələdə işlərin nəticəsi obyektin gələcək dəyərinin göstəricilərinə çox böyük təsir göstərir.

İnvestisiya-tikinti layihəsinin həyata keçirilməsi onun bütün həyat tsiklində daimidir, ancaq iştirakçıların tərkibi, onların rolu, məsuliyyətliyi və vəzifələrin bölüşdürülməsi dəyişilə bilər. İnvestisiya-tikinti layihəsinin həyata keçirilməsi üzrə dəyişilməyən funksiyalara aşağıdakıları göstərmək olar

Əhalinin sayı və Demografiya: Bir ərazidə əhalinin sayı və demoqrafik amillər tikinti tələbinə təsir göstərir. Əhalinin artması mənzil ehtiyacını artırır. Bundan əlavə, demoqrafik göstəricilər kommersiya və sənaye binalarına olan tələbatı təsir göstərə bilər.

Statistik məlumata əsasən 2023-cü ildə əhalinin sayına nəzər salsaq görürük ki, 10127,1 min nəfər təşkil edib. İl ərzində orta hesabla artım 63,8 min nəfər, yəni 0.6 % artım müşahidə olunur. Həmin ildə əhalinin şəhər yerlərində payı 5527,2 min nəfər, 54,6% təşkil edir. Kənd yerlərində isə əhalinin sayı 4599,9 min nəfərdir. Şəhər yerlərində əhalinin artması burada mənzil tələbatını da artırır.

2040-cı ildə Bakıda əlavə 142,82 milyona olan tələbatın əsas səbəbi əhalinin sayının artması və şəhərdə müəssisələrin genişlənməsidir. Bu, şəhərin Baş Planında qiymətləndirilib və planlaşdırılıb.

Baş plana əsasən, tələbatı ödəmək üçün tikiləcək bina və evlər üçün ümumilikdə 9 min hektar torpaq sahəsi nəzərə alınıb. Bu torpaqda təxminən 200 min bir sıra mümkün olacaq. Buna görə də

evlərin sayının 2027-ci ilə qədər 49,97 min, 2040-cı ilə qədər isə 92,85 min məsafə üçün kifayət edəcək dərəcədə bağlanması planlaşdırılır.

Bu planın Bakı şəhərinin sürətli inkişafına dəstək vermək və çeşid tələbatını ödəmək üçün səmərəli üsul olduğu müşahidə edilir[7].

Nəticə: Tikinti sektoru, hər bir ölkənin əsas infrastrukturunu inkişaf etdirmək üçün əhəmiyyətli bir rola sahibdir. İqtisadiyyatın sürətli və səmərəli inkişafına nail olmaq üçün yollar, körpülər, dəmir yolları, su təchizatı kimi infrastruktur obyektləri vacibdir. Tikinti yeni ticarət və sənaye binaları, ofis kompleksləri və ticarət yerləri yaratmaqla iqtisadi genişlənməyə səbəb olur. Bu, yeni iş yerlərinin açılmasına, əmək bazarının artmasına və milli daxili məhsulun artmasına səbəb olur. Əmlak bazarı daşınmaz əmlak bazarını canlandırmaq yolu ilə daşınmaz əmlak bazarı onun satışı ilə məşğul olur. Bu, daşınmaz əmlak bazarının inkişaf etməsinə kömək edir. Məşğulluq idarələri işsizlik layihələrini həyata keçirməklə yeni iş yerlərinin yaradılmasına kömək edir və bu, işsizlik səviyyəsinin azaldılmasına təsir edir. Tikinti sahəsi bacarıqlı və təcrübəli kadrlara ehtiyacı olan əmək bazarının daha dinamik olmasına səbəb olur. Tikinti sahəsi, infrastruktur layihələrin, binaların və qurğuların tikintisi ilə bağlı təhlükəsiz və rəqabətli bir iqtisadi mühit yaratmağa kömək edir. Tikinti sektoru, bir ölkənin müstəqil və davamlı iqtisadi inkişafını təmin etmək üçün əhəmiyyətli bir rol oynayır.

Ədəbiyyat

1. Məmmədov A.T. 2014. Marketing Bakı, 667-46 s
2. Kotler F. 2016. Marketingin əsasları. Bakı, 43s
3. Qasımlı V. 2014. İqtisadi modernizasiya, Bakı, s.310
4. R.Krugman., M.Obstfeld., M.C.Melitz. 2017. Beynəlxalq iqtisadiyyat. Nəzəriyyə və siyasət. XI nəşr. s.805
5. Olivier Blanşard. Makroiqtisadiyyat. Qlobal nəşr. VII nəşr. s.487
6. O.N.Aras., E.Süleymanov. 2016. Azərbaycan iqtisadiyyatı. s.412 Bakı
7. Aghayeva, Konul, Sivitska, Svitlana. 2023. Building Information Modeling-As a Way of Increasing Competitiveness of Construction Companies in Azerbaijan. Lecture Notes in Civil Engineering. Volume 299, Pages 623–629. 4th International Conference on Building Innovations, ICBI

References

1. Mammadov A.T. 2014. Marketing Baku, pp. 667-46
2. Kotler F. 2016. Fundamentals of Marketing. Baku, 43 p
3. Gasimli V. 2014. Economic modernization, Baku, p. 310
4. R. Krugman., M. Obstfeld., M. C. Melitz. 2017. International economy. Theory and policy. XI edition. p. 805
5. Olivier Blanchard. Macroeconomics. Global edition. VII edition. p. 487
6. O.N. Aras., E. Suleymanov. 2016. Economy of Azerbaijan. p.412 Baku
7. Aghayeva, Konul, Sivitska, Svitlana. 2023. Building Information Modeling-As a Way of Increasing Competitiveness of Construction Companies in Azerbaijan. Lecture Notes in Civil Engineering. Volume 299, Pages 623–629. 4th International Conference on Building Innovations, ICBI

Məqaləyə istinad: Binnətov Y.C. Tikinti sahəsində yeni iqtisadi münasibətlərin yaranması tikintinin inkişafına təsiri. Elmi əsərlər/ Scientific works, AzMİU, s.195-200, N2, 2024

For citation: Binnatov Y.J. The influence of the establishment of new economic relations in the construction field on the development of construction. Scientific works/ Elmi eserler. AzUAC, p.195-200, N1, 2024

Redaksiyaya daxil olma/Received 8.1.2024

Çapa qəbul olunma/Accepted for publication 8.3.2024

AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINDA TİKİNTİ SEKTORUNUN YERİ

Cəfərova Rumella Telman qızı- i.ü.f.d., dosent əvəzi, İqtisadi nəzəriyyə və marketing kafedrası, AzMİU, rumella17_22@mail.ru

Xülasə. Azərbaycanda tikinti sektorunun inkişafı digər amillərlə yanaşı bu sahəyə birbaşa və ya dolayısı ilə təsir edən qanunvericilik aktlarının qəbulu ilə sıx bağlıdır. Belə ki, totalitar sovet planlı iqtisadiyyatında azad bazar iqtisadiyyatına keçid, digər sektorlarda olduğu kimi, tikinti sektorunda da geniş özəlləşmənin aparılmasını, xüsusi mülkiyyətə əsaslanan tikinti şirkətlərinin yaradılmasını, bu sektora birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsini və sair zəruri etdi. Tikinti sektorunun normal fəaliyyəti üçün zəruri olan rəqabət mühitinin formalaşması müvafiq qanunlarla təsbit edildi. Xarici investisiyaların qorunmasına zəmanət verən qanunların qəbulu ölkədə tikinti sektorunun inkişafı üçün müstəsna dərəcədə əhəmiyyətli oldu. 1994-cü ilin sentyabrında “Əsrin Müqaviləsinin” imzalanması ölkədə birbaşa neft sektorunun inkişafına yönəlsə də neft hasilatı və nəqli ilə bağlı böyük həcmdə tikinti-quraşdırma işlərinin həyata keçirilməsinə, həmçinin neftdən gələn gəlirlər hesabına “tikinti bumunun” yaranmasına səbəb oldu. Əhalinin gəlirlərinin artması mənzil tikintisini stimullaşdırdı. Ölkədə geniş infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsi biznes mühitinin yaxşılaşdırılmasında mühüm əhəmiyyət kəsb etdi. Bütün bunlar birbaşa və ya dolayısı ilə ölkə iqtisadiyyatına tikinti sektorunun töhvəsi idi.

Açar sözlər: Dickey-Fuller testi, “tikinti bumu”, tikinti sektoru, xarici investisiyalar, əsas fondlar

THE PLACE OF THE CONSTRUCTION SECTOR IN THE ECONOMY OF AZERBAIJAN

Jafarova Rumella Telman-PhD in economics, substitute ass.prof, department of Economic theory and marketing, AzUAC, rumella17_22@mail.ru

Abstract. The development of the construction sector in Azerbaijan is closely related to the adoption of legislative acts that directly or indirectly affect this field, among other factors. Thus, the transition to a free market economy in the totalitarian Soviet planned economy necessitated extensive privatization in the construction sector, as well as in other sectors, the creation of construction companies based on private ownership, the attraction of direct foreign investments in this sector, and so on. The formation of a competitive environment necessary for the normal operation of the construction sector was determined by the relevant laws. The adoption of laws guaranteeing the protection of foreign investments has been exceptionally important for the development of the construction sector in the country. Although the signing of the "Contract of the Century" in September 1994 was aimed directly at the development of the oil sector in the country, it led to the implementation of a large volume of construction and installation works related to oil production and transportation, as well as the creation of a "construction boom" due to oil revenues. The increase in the income of the population stimulated housing construction. The implementation of extensive infrastructure projects in the country was important in improving the business environment. All these were directly or indirectly the contribution of the construction sector to the country's economy.

Keywords: Dickey-Fuller test, "construction boom", construction sector, foreign investments, capital funds

Giriş. Azərbaycanda tədqiqatçılar tikinti iqtisadiyyatının müxtəlif aspektlərini geniş şəkildə araşdırıblar. Bu tədqiqatları müxtəlif sahələrə yönəldilmiş bir neçə kateqoriyaya bölmək mümkündür:

a) Tikinti materiallarının istehsalı, satışı və istehlakına yönəlməmiş tədqiqatlar: Bu kateqoriyada tikinti materiallarının istehsal prosesi, bazara təqdimatı, istehlak meylləri və bazar təhlili kimi mövzuları əhatə edən araşdırmalar var.

b) Tikinti Sektoruna İnvestisiyalar və Onların Səmərəliliyi: Bu kateqoriyada aparılan tədqiqatlar tikinti sektorunda investisiyaların həcmi, bölüşdürülməsini və səmərəliliyini araşdırır. O, həmçinin sektorun böyüməsi, məşğulluğun yaradılması potensialı və bu investisiyaların iqtisadi təsirləri kimi məsələləri həll edə bilər.

c) Tikinti Sektorunda Təşkilatların İdarəetmə Effektivliyi: Bu qrup çərçivəsində tikinti şirkətlərinin idarəetmə prosesləri, resursların idarə edilməsi, biznes prosesləri, texnologiyadan istifadə və davamlılıq kimi mövzuları əhatə edən araşdırmalar aparılır.

d) Tikinti Sənayesi Məhsul Bazarı: Bu kateqoriyaya tikinti sənayesində istehsal olunan və satılan məhsulların bazar dinamikasını, tələb və təklif meyllərini, qiymət strategiyalarını və rəqabət şərtlərini araşdıran tədqiqatlar daxildir.

Bu kateqoriyalar üzrə aparılan tədqiqatlar tikinti sənayesinin müxtəlif aspektlərini başa düşmək, sektordakı inkişafı izləmək və siyasətçiləri istiqamətləndirmək üçün vacibdir.

Tədqiqat metodları. Multiregressiya təhlili əmək sektorunda məşğulluğun dəyərinin, əlavə dəyər yaradılmasının, əmək müəssisəsi biznesinə investisiyaların, ilkin kapitalla yönəldilmiş investisiyaların və məşğulluğun həcmi bir-birinə təsirini araşdırır. işlər gedir.

Bu təhlildə təchizat sektorunda yaradılmış əlavə dəyərin həcmi əsasən təchizat biznesinin dəyəri ilə məhdudlaşdırıla bilər. Əmək-tikinti işlərinə qoyulan investisiyaların həcmi, əsas kapitalla və peşəyə yönəldilmiş investisiyalar əlavə gəlirin və ya əmək işlərinin dəyərinin artmasında əsas rol oynayan amillərdir. Çoxsaylı istinad təhlili bu amillər arasındakı mürəkkəb əlaqələri və hər bir amilin əlavə gəlir və əlilliyin həcmi necə təsir etdiyini qiymətləndirir.

Müxtəlif dəyişənlər və parametrlər arasında müşahidə edilən əlaqələri rəsmiləşdirərək, bu təhlil sənayedəki əməliyyatları və inkişafı daha yaxşı başa düşməyə və optimal strategiyaları müəyyən etməyə kömək edir.

Tikinti sənayesində müxtəlif amillərin təsirini qiymətləndirmək üçün çoxsaylı regressiya təhlilindən istifadə olunacaq. Bu amillərə aşağıdakılar daxildir:

- Tikinti işlərinin dəyəri;
- Tikinti sənayesində yaradılmış əlavə dəyərin həcmi;
- Tikinti-quraşdırma işlərinə investisiyalar;
- Tikinti sektoru üçün əsas kapital qoyuluşları;
- Tikinti sektorunda məşğulluq.

Bu amillər arasındakı əlaqəni anlamaq və bu amillərin bir-birinə təsirini müəyyən etmək üçün çoxlu regressiya təhlilindən istifadə olunacaq. Bu tip təhlil iqtisadi münasibətləri başa düşmək və strateji qərarlar qəbul etmək üçün geniş istifadə olunan üsuldur.

Zaman sıralarının stasionarlığının yoxlanılması üçün Dickey-Fuller testindən və ya Genişləndirilmiş Dickey-Fuller testindən istifadə etmək olar.

Müzakirələr. Müvafiq tədqiqatçılar və tədqiqatlar aşağıdakılardır.

Həsənov H. (2001): Həsənovun tədqiqatı tikinti materialları istehsalı sahəsində sahibkarlığın necə formalaşdığını və inkişaf etdiyini araşdırdı. Tədqiqatda sahibkarlığın aktivləşdirilməsi şərtləri, tikinti materialları istehsalı sahəsində sahibkarlığın təşviqi və tənzimlənməsi ilə bağlı təkliflər yer alıb.

Ramazanov V.(2017): Ramazanovun işi tikinti materiallarının istehsalına qoyulan investisiyaların bütün ölkə üzrə tikinti sənayesinin inkişafına necə töhfə verdiyini vurğulayır. Bundan əlavə, tikinti materialları sənayesinə investisiyaların səmərəliliyinin artırılması məqsədilə ipoteka kimi müxtəlif mexanizmlərdən istifadə edilməsi və rəqabət mühitinin yaradılması tövsiyə olunur.

Əliyev E. (2016), Əliyev R. (2011), Nağıyev Z. (2007), Vəliyev Z. (2010): Bu tədqiqatçılar ilk növbədə tikinti sektoruna qoyulan investisiyaların səmərəliliyi məsələsinə toxunmuşlar.

Xüsusilə, ipoteka sistemlərinin tikinti sənayesinin inkişafına təsirini araşdıran araşdırmalar var.

Bu tədqiqatlar tikinti materialları sənayesinə qoyulan investisiyaların səmərəliliyini və sektorun ümumi inkişafına verdiyi töhfəni qiymətləndirir. Bundan əlavə, bu tədqiqatlar siyasətçiləri istiqamətləndirmək və tikinti sənayesində rəqabət mühitinin yaradılmasına kömək etmək üçün tövsiyələr verir.

Əliyev R. (2011) tərəfindən aparılan tədqiqatda tikinti sektorunun inkişafı üçün səmərəli maliyyə sisteminin yaradılması, mövcud maliyyə və vergi sistemlərinin qiymətləndirilməsi və onların səmərəliliyinin artırılması üçün elmi əsaslandırılmış tövsiyələrin hazırlanması qarşıya məqsəd qoyulmuşdur. Bu təkliflərdən biri də tikinti şirkətlərinə müəyyən vergi güzəştlərinin verilməsidir. Bundan əlavə, tikinti sektoruna xas qanunvericiliyin hazırlanması nəzərdə tutulur. Məsələn, belə hesab olunur ki, rəqəbatlı bazar yaratmaq üçün müvafiq qanunlar qəbul edilməlidir.

Nağıyev Z. (2007) tərəfindən aparılan tədqiqatda Azərbaycanda tikinti sektorunda xarici investisiyaların rolu araşdırılmışdır. Bu cür investisiyaların tikinti sektoruna və bununla bağlı iqtisadi fəaliyyət sahələrinə stimula verdiyi vurğulanır. O, hesab edir ki, bu investisiyalar ölkəmizə yeni texnologiyaların, tikinti materiallarının dünya standartlarına uyğunlaşdırılması ilə işsizlik probleminin həllinə töhfə verə bilər. Bu qarşılıqlı münasibətlərin milli maraqlar baxımından tənzimlənməsinin vacib olduğunu bildirir.

Vəliyev Z. (2010) tərəfindən aparılan tədqiqatda Azərbaycanda dövlət-özəl sektor əməkdaşlığının inkişaf perspektivləri araşdırılmışdır. Burada bildirilir ki, dövlət satınalmalarının ən mühüm aspekti, yəni dövlət tenderləri araşdırılır. Tikinti proseslərinin ümumilikdə mürəkkəb və müxtəlif işlərdən ibarət olduğunu nəzərə alsaq, təkliflərin qiymətləndirilməsi və müqayisəsi üçün çox meyarlı qiymətləndirmə sisteminin daha uyğun olduğu düşünülür.

Vəliyeva S.(2006), Yusifov E.(2008), Yusifov E.(2008), Babayev N. (2009), Bəşirov F. (2016), Eyniyev M.(2009), Məmmədova K. (2016),

Novruzova A.(2007), Nəzərov V.(2008), Rəhimova G.(2005), Şirinov B.(2016) tərəfindən aparılan tədqiqatlarda isə tikinti sektorunda müəssisələrin idarəedilməsinin səmərəliliyi məsələləri tədqiq edilmişdir.

Azərbaycanda iqtisadi ədəbiyyatda tikinti sektorunun məhsul bazarı, tələb və təklif problemləri, tikinti materialları və son məhsul bazarları (mənzil, kommersiya daşınmaz əmlakı və s.), qiymətlər və digər məsələlər. (1999), Hüseynov T. (2003), Abbasov Q. (2014) və başqaları mühüm yer tutur. Azərbaycanda tikinti sektorunun inkişafı, xüsusilə tikinti materialları bazarı, tikinti sektoruna investisiyaların səmərəliliyi və digər problemlərə yönəlmiş tədqiqatlar həm akademik, həm də praktiki baxımdan vacibdir.

Azərbaycanda iqtisadi ədəbiyyatda tikinti sektorunun məhsul bazarı, tələb və təklif problemləri, tikinti materialları və son məhsul bazarları ilə bağlı bir çox araşdırmalar və tədqiqatlar aparılmışdır. Bu tədqiqatlar arasında məhsul bazarının dinamikası, tələb və təklif dərəcəsi, qiymətlər, məhsulların keyfiyyəti, infrastrukturun rolu, sənaye və mənzil tikintisi kimi bir çox mövzu əhatə olunur. Bir neçə mühüm məsələlər və araşdırmalar aşağıdakı kimidir:

- **Tələb və Təklif Analizi.** Bu analiz, məhsul bazarının tələb və təklif dərəcəsini qiymətləndirir. Ölkədə tikinti məhsullarına olan tələb və bu tələbin necə qarşılınması barədə araşdırmalar aparılır.

- **Qiymət Analizi.** Qiymətlər, məhsul bazarının dinamikləri və müxtəlif məhsulların qiymət hərəkətləri araşdırılır. Qiymət artımı və azalması ilə bağlı səbəblər və nəticələr tədqiq olunur.

- **Tikinti Materiallarının İstehsalı və İdxalı.** Ölkədə tikinti materiallarının istehsalı, idxalı, təchizatı və istehlakı ilə bağlı tədqiqatlar aparılır. Bu, ölkənin yerli istehsal potensialını, dəyərləri və idxalatın təhlükəsizliyini qiymətləndirir.

- **Son Məhsul Bazarları.** Mənzil və kommersiya daşınmaz əmlak kimi son məhsulların bazarı, tikinti sektorunun ən mühüm hissələrindən biridir. Bu bazarların dinamikləri, satış və icarə dərəcələri, tikinti maliyyəsi kimi məsələlərə diqqət aydırılır.

- **Tikinti Materiallarının Keyfiyyəti və Texnologiya.** Tikinti materiallarının keyfiyyəti, istehsal prosesi, standartları və yenilikləri ilə bağlı araşdırmalar aparılır. Yeni texnologiyaların tətbiqi və sənaye proseslərinin inkişafı bu sahədə əsas mövzulardandır.

Bu məsələlər və tədqiqatlar, ölkədə tikinti sektorunun inkişafını tənzimləyən və bazarın səmərəliliyini artıran qərarların formalaşmasına kömək edir. Bu tip tədqiqatların aparılması bir neçə cəhətdən faydalıdır. Birincisi, tikinti sənayesi iqtisadiyyatın digər sahələrinin inkişafı üçün hərəkətverici qüvvə rolunu oynayır. Bu sektor digər iqtisadi sektorlar üçün əsas təşkil edir. Ona görə də bu sektorun iqtisadi təsirlərini ciddi qiymətləndirmədən onun iqtisadi artıma töhfələrini müəyyən etmək mümkün deyil. İkincisi, tikinti sektorunun iqtisadi inkişafa və artıma təsiri ilə bağlı iqtisadi

ədəbiyyatda razılığın olmaması ölkəmizdə bu göstəricilər arasındakı əlaqənin spesifikliyini dərk etməyi tələb edir. Buna görə də, bu göstəricilər arasındakı əlaqənin spesifikliyini başa düşmək üçün belə tədqiqatlar lazımdır.

Azərbaycanda tikinti sənayesinin əsas göstəricilərini qeyd etmək vacibdir. Əvvəla, Azərbaycanda tikinti sektoru ölkənin ilk müstəqillik dövründə zəif inkişaf səviyyəsində olsa da, neft gəlirlərinin artması ilə sürətlə inkişaf etdi. Tikinti sektorunun inkişafı digər iqtisadi sahələrdən ayrılmaz hesab edilməlidir. Çünki hər bir iqtisadi sektor, o cümlədən sivilizasiya, təhsil və digər qeyri-maddi xidmət sahələri tikinti sənayesinin məhsullarından istifadə edir. Azərbaycanda tikinti sənayesinin əsas göstəriciləri aşağıdakılardır:

- **Tikinti İşlərinin Dəyəri:** Tikinti işlərinin dəyəri ölkədə tikinti sektorunun maddi nəticələrini ölçür. Bu göstərici, tikinti layihələrinin həcmi və məhsulun dəyərini nümayiş etdirir.
- **İstifadəyə verilən Əsas Fondlar:** Tikinti sektorunda istifadəyə verilən əsas fondlar, infrastrukturun, binaların və tikinti layihələrinin inkişafını ölçür. Bu göstərici, tikinti sahəsində aparılan material və maddi sərmayəyə olan ehtiyacı göstərir.
- **İnşaat Layihələrinin Sayı və Növü:** Ölkədə həyata keçirilən inşaat layihələrinin sayı və növləri, tikinti sektorunun fəaliyyətinin genişliyini və çeşidliliyini təsvir edir. Bu göstərici, ölkədə həyata keçirilən infrastruktur, mənzil, ticarət və sənaye obyektlərinin sayını nümayiş etdirir.
- **İşləyən Məişət Sayı:** Tikinti sektorunda işləyən məişətlərin sayı, bu sektorun məşğulluq potensialını ölçür. Bu göstərici, tikinti sənayesində insan gücünün istifadəsi və tikinti işlərinin icrasında insan resurslarının rolu haqqında məlumat verir.
- **Tikinti Materiallarının İstehsalı:** Tikinti materiallarının istehsalı, ölkədə tikinti sahəsində istehsal olunan materialların həcmi və çeşidliliyini göstərir. Bu göstərici, tikinti sənayesinin inkişafı və yerli məhsulların istifadəsi haqqında məlumat verir.

Bu göstəricilər, Azərbaycanın tikinti sənayesinin inkişafını ölçmək və sektorun mövcud vəziyyətini qiymətləndirmək üçün əhəmiyyətlidir.

1995-2001-ci illər arasında mülkiyyət növündən asılı olmayaraq əsas vəsaitlərin istifadəsi yüksək səviyyədə olmayıb. Lakin 2001-ci ildən sonrakı dövrdə bəzi istisnalarla inkişaf müşahidə edilmişdir. Bu dövrdə tikinti sektorunda ciddi artım müşahidə olunub. Neft gəlirlərinin artması, infrastruktur layihələrinin yaradılması, ticarət və çeşidləmə layihələrinin tikintisi kimi amillər tikinti sektorunun inkişafına səbəb olmuşdur.

Bu nəzəriyyələrin və göstəricilərin təhlili tikinti sektorunun Azərbaycan iqtisadiyyatında rolunu və inkişafını anlamaq üçün vacibdir. İnşaat sektoru sürətli inkişafa və iqtisadi genişlənməyə mühüm töhfədir.

Bu təəssüfə ki, bələdiyyə mülkiyyətində olan əsas fondların həcmində ciddi bir artışı hiss edilmir. Xarici investisiyalı müəssisələrdə əsas fondların hətta dövlət mülkiyyətində olan əsas fondlar həcmindən də üstün olması, Azərbaycanda xarici investisiyaların nə qədərə qədər təhlükəsiz olduğunu təsdiq edir. Nəzəriyyəyə görə, müxtəlif mülkiyyət növləri üzrə əsas kapitalın inkişafında da oxşar vəziyyətlər müşahidə edilir. Xarici investisiyalı müəssisələrdə əsas kapitalla investisiyalar, genə əsas kapitalın genişlənməsində əhəmiyyətli rol oynayır. Bu, əsas fondların və əsas kapitalın mülkiyyət növləri üzrə paylanmasında dövlətin öz üstünlüyünü saxladığını göstərir.

Azərbaycan iqtisadiyyatında xüsusi və xarici şirkətlərin rolunun artmasına baxmayaraq, dövlətin əhəmiyyəti qarşısında hələ də üstündür. Xüsusilə uzunmüddətli dövr üçün artma tendensiyasına malikdir. Ölkə iqtisadiyyatında əsas fondlara və əsas kapitalla olan investisiyaların mühüm bir hissəsi tikinti sektoruna yönəldilmişdir. Tikinti sektorunun inkişafı, binaların inşası, zavodların və fabriklərin qurulması, infrastrukturun yaradılması və digər sahələr üçün zəruri olan maddi varlıqların inkişafına səbəb olur.

Son 20 ildə Azərbaycanda hem əsas fondların, hem də əsas kapitalın həcmində sürətli bir inkişaf müşahidə edilmişdir, bu da tikinti sektorunun bu inkişafa olan əhəmiyyətini vurğulayır.

Əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyaların, xüsusilə də “istehsal və tikinti işlərinə investisiyalar” adlanan komponentin ölkə iqtisadiyyatında əhəmiyyəti kifayət qədər yüksəkdir. Xüsusilə bəzi illərdə bu komponent ümumi investisiyaların 70%-dən çoxunu təşkil edir. Digər komponentlər, xüsusilə maşın və avadanlıqlar arasında 10-15% arasındadır. Tikinti sektoruna investisiyaların həcmi 1995-ci

ildə 613 min manatdan başlamış və 2018-ci ildə 3,7 milyard manata yüksəlmişdir ki, bu da davamlı artımdan xəbər verir. Lakin son illər bu artımın kəskin şəkildə azaldığı müşahidə olunub.

Tikinti sektorunda əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyalar. Tikinti sektorunda əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyalar, şəbəkə infrastrukturunun inkişafı, yeni binaların və tikinti layihələrinin inşası, avadanlıqların və texnika parkının yenilənməsi, sənaye təsərrüfatının genişləndirilməsi kimi sahələrdə ticarət və sənaye obyektlərinin tikintisi ilə əlaqədardır. Bu investisiyalar, bir ölkənin inkişafına və ekonomik böyüməsinə təkan verən əsas amillərdən biri kimi hesab olunur.

Əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyaların tikinti sektorunda sürətlənməsi, infrastrukturun təkmilləşməsi ilə birlikdə birləşərək, iqtisadiyyatın sürətli inkişafını təmin edir. Yeni obyektlərin inşası, ticarət və sənaye sektorlarındakı fəaliyyətlərin genişləndirilməsi, istehsalın artırılması və iş sahələrinin yaradılması yolu ilə ümumi məhsuldaşma səviyyəsini yaxşılaşdırır.

Bu investisiyalar, tikinti sektorunda məhsulların keyfiyyətini artırmaq, texnika və texnologiyalarda yenilikləri tətbiq etmək, işçilərin təliminə və məhsulun çevikliyinin yüksəldilməsinə dəstək olmaq üçün əlavə imkanlar yaradır. Bunlar da sektorun konkurentliyini artıraraq inkişafını təmin edir. Bu cür investisiyaların ölkənin mədəni və infrastruktur inkişafına müsbət təsiri olur və bir ölkənin ümumi iqtisadi mövqeyini gücləndirir.

Neft sektoruna qoyulan əsas kapital qoyuluşları daha çox ölkənin gəlir səviyyəsi ilə bağlıdır, ona görə də neft sektorundan əldə olunan gəlirlər bu sahənin inkişafına mənfi təsir göstərmir. Tikinti sektoruna investisiyaların artması ilə bu sektorda sahibkarlıq meyilləri də güclənir. Şirkətlər rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün yeni texnologiya və texnikaların tətbiqinə sərmayə qoymağa meyllidirlər. Ölkədə tikinti materiallarının, xüsusilə sement və daş məmulatlarının istehsalının həcmi artır. Lakin əsas materialların, xüsusilə metal və taxtanın xaricdən gətirildiyini nəzərə alsaq, tikinti sektorunun dünya bazarında bu materialların qiymətindən asılılığı artır. 2007-2008-ci illərdə ticking sənayesində fəaliyyət göstərən şirkətlərin sayında artım müşahidə edilsə də, sonrakı illərdə azalma və sabit vəziyyət müşahidə olunsada, 2016- Aşağıdakı illərdən yenidən artım müşahidə olunur. Ölkədə biznes mühitinin yaxşılaşdırılması digər sahələrdə olduğu kimi biznes sektorunda da sahibkarlıq subyektlərinin sayının artmasına imkan verib. Bu vəziyyət təşkilatların maddi-texniki infrastrukturunun möhkəmlənməsinə və təşkilatların əsas kapitalının zənginləşməsinə və yenilənməsinə səbəb olmuşdur.

Ölkə iqtisadiyyatında tikinti işlərinə tələbatın artması, torpaq çatışmazlığı, infrastrukturun inkişafı və digər tələblər tikinti sektoruna qoyulan investisiyaların həcminə və bunun nəticəsində əldə edilən gəlirlərə ciddi təsir göstərir. Son 20 əyalətdə Azərbaycanda məişət mallarının dəyəri 324,5 milyon manatdan (2000-ci il) 9,8 milyard manata yüksəlmişdir. 2000-ci illə müqayisə etsək, artımın ən azı 7 dəfə olduğunu görmək olar. Diqqətin yayındırılması sektoru da məşğulluğun saxlanmasında mühüm rol oynayır. 1990-2000-ci illərdə ölkədə iqtisadi sahələrin zəifləməsi və iqtisadi əlaqələrin pozulması yüz minlərlə insanın işsizliyinə və yoxsulluğun artmasına səbəb olub. Bu dövrdə Azərbaycanda yoxsulluğun səviyyəsi 49%-dən yüksək olub.

Ölkədə neft gəlirlərinin artması, iqtisadi sahələrin, xüsusilə xidmət və tikinti sektorlarının inkişafı əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində, yoxsulluğun səviyyəsinin aşağı salınmasında mühüm rol oynamışdır. Məşğulluğun təmin edilməsində bu sektorun rolu təkcə müəyyən seqmentin iş tapmasında deyil, həm də gəlirlərinin təmin olunmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu, həm də ona görə vacibdir ki, bu seqment ümumiyyətlə keyfiyyətsizdir və ölkənin yoxsulluqla bağlı həssas qruplarını təşkil edir. Məsələn, ölkədə tikinti sənayesinin inkişafı əmək miqrasiyasının azalmasına qismən səbəb olub. Bu o demək idi ki, daha az ixtisaslı insanlar öz ailələrindən ayrılmadan qonşu ölkələrə gedə bilməzdilər və minlərlə ailə bir yerdə qalırdı.

Nəticə. Beləliklə, aparılan ciddi ekonometrik araşdırmalar əsasında iddia edə bilərik ki, Azərbaycanın tikinti sektorunda yaradılan əlavə dəyər və ya tikinti işlərinin cəmi dəyərinin həcmi ilə tikinti-quraşdırma işlərinə ayrılan investisiyaların həcmi arasındakı asılılıq özünü daha çox bu göstəricilərin illik dəyişmələri, həmçinin bu göstəricilərin loqarifmlərinin illik dəyişmələri arasındakı ciddi asılılıq kimi biruzə verir. Azərbaycanın tikinti sektorunda yaradılan əlavə dəyər və ya tikinti işlərinin cəmi dəyərinin həcmi ilə bu sektorda məşğulların sayı və ya bu sektorda əsas fondlara investisiyalar arasında ciddi deterministik əlaqə mövcud deyil.

Ədəbiyyat

1. Həsənov Hüseyn. (2001).Azərbaycan Respublikası tikinti materialları istehsalı sahəsində sahibkarlığın inkişaf perspektivləri [Mətn]: iqtisad e. n. al. dər. a. üçün təq. ol. dis.: 08.00.05. Qeybullayev Q.R. Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
2. ARDSK, (2021). https://www.stat.gov.az/source/budget_households/
3. Davidson R. and MacKinnon J.G. (1993). Estimation and Inference in Econometrics, New York: Oxford University Press, p. 708
4. Məmmədova K.M. (2016).Tikinti şirkətlərində strateji idarəetmə mexanizminin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri. s.148

References

1. Hasanov Huseyn. (2001). Development prospects of entrepreneurship in the field of construction materials production in the Republic of Azerbaijan [Text]: iqtisad e. n. buy trouble a. for approx. be dis.: 08.00.05. Geibullayev G.R. Azerbaijan University of Architecture and Construction
2. ARDSK, (2021). https://www.stat.gov.az/source/budget_households/
3. Davidson R. and MacKinnon J.G. (1993). Estimation and Inference in Econometrics, New York: Oxford University Press, p. 708
4. Mammadova K.M. (2016). Directions for improving the strategic management mechanism in construction companies. p. 148

Məqaləyə istinad: Cəfərova R.T.Azərbaycan iqtisadiyyatında tikinti sektorunun yeri. Elmi əsərlər/Scientific works, AzMIU, s.201-206, N2, 2024

For citation: Jafarova R.T. The place of the construction sector in the economy of Azerbaijan. Scientific works/ Elmi eserler. AzUAC, p.201- 206, N2, 2024

Redaksiyaya daxil olma/Received 8.09.2023

Çapa qəbul olunma/Accepted for publication 8.01.2023

KƏND TƏSƏRRÜFATININ RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN GÜCLƏNDİRİLMƏSİ VƏ ƏRZAQ TƏHLÜKƏSİZLİYİ

Nəsirova Ofelya Adil qızı–i.ü.f.d. baş müəllim, İqtisadi nəzəriyyə və marketinq kafedrası, AzMİU, ofelya74@bk.ru

Xülasə: Məqsəd olaraq əsasən ərzaq və qida məhsullarının “Tarlada sūfrəyə” satışının təmin edilməsi nəzərdə tutulub. “Tarlada sūfrəyə” dəyər zəncirinin müsbət cəhəti ondan ibarətdir ki, burada məhsul çox saxlanılır. Belə olduqda qida maddələri və vitaminlər parçalanmır, çürümə və qıcqırma prosesi getmir. Məhsull günlərlə anbarda qalır. Təsərrüfatdan sūfrəyə dəyər zənciri təzə və təbii məhsulların istehlakçıya çatmasını təmin edir. Bu, qida dəyərini və dadını qorumağa kömək edir. Təsərrüfatdan sūfrəyə zəncir tez-tez yerli istehsalçılara dəstək verir. Yerli məhsulların istehlakı yerli iqtisadiyyatın canlanmasına və icmaların inkişafına töhfə verə bilər. Uzun məsafələrə daşınan məhsulların azaldılması nəqliyyat və saxlama prosesləri nəticəsində ətraf mühitə təsirlərin azaldılmasına kömək edir. Bu, ekoloji davamlılığı dəstəkləyir. “Tarlada sūfrəyə” zənciri məhsulların yetişdirilməsi, emalı və paylanması zamanı qida təhlükəsizliyi standartlarının və keyfiyyətə nəzarətin təmin edilməsini təmin edir. Bu, istehlakçıların təhlükəsiz və sağlam qidalara çıxışını təmin edir.

Açar sözlər: dəyər zənciri, rəqabət, tarlada sūfrəyə, kənd təsərrüfatı, məhsul

STRENGTHENING THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURE AND FOOD SAFETY

Nasirova Ofelya Adil– PhD in economics, senior lecturer, department of Economic theory and marketing, AzUAC, ofelya74@bk.ru

Abstract: The goal is to provide "farm-to-table" sales of supplies and food products. A positive effect of the field-to-field chain is that the product is not stored very well here. At this time, nutrients and vitamins do not break down, the process of decay and decay does not occur. It does not stay in the warehouse during planting days. The farm-to-table value chain ensures that fresh and natural products reach the consumer. This helps preserve food value and taste. Farm-to-table chains often support local producers. Consumption of local products can contribute to the revitalization of local economies and the development of communities. Reducing products transported over long distances helps reduce the environmental impact of transportation and storage processes. This supports environmental sustainability. The farm-to-fork chain ensures that food safety standards and quality control are maintained during the growing, processing and distribution of products. This ensures that consumers have access to safe and healthy food.

Keywords: value chain, competition, field to saffron, land conservation, harvest

Giriş. Kənd Təsərrüfatının Rəqabət Qabiliyyətinin Gücləndirilməsi Dünya Bankı ilə Azərbaycan Respublikası Hökuməti arasında bağlanmış 2014-cü il 12 iyun tarixli kredit sazişinə əsasən Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Kənd Təsərrüfatı Layihələri və Kreditlərinin İdarə Edilməsi üzrə Dövlət Xidməti tərəfindən həyata keçirilir. Son 1 ildə aqrobiznesə 11 milyon manatdan artıq kredit ayrılıb. Bu kreditlər innovativliyi və inkişaf üçün əhəmiyyəti ilə fərqlənən layihələr təqdim etmiş 51 sahibkara verilib. Ölkə başçısının fərmanı ilə Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin adı "Azərbaycan Respublikasının dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilən, fəaliyyət sahələrinə uyğun olaraq Azərbaycan Respublikasının hüquqi və fiziki şəxslərinə qrant verə bilən qurumların Siyahısı"na salınıb.[1]

Qlobal səviyyədə kəskinləşən problemlərdən biri də əhalinin ərzaqla təminatı problemidir. XXI əsrdə elmin və texnikanın yüksək inkişaf etdiyi qloballaşan dünyada hələ də bir milyardan çox insan yoxsulluq şəraitində yaşayaraq ərzaq təminatından çətinlik çəkirlər. Ərzaq mallarının

təhlükəsizliyi üzrə milli strategiya və bacarıqların artırılması, bitki sağlamlığı və fitosanitar sistemin təkmilləşdirilməsi, heyvan sağlamlığı və baytarlıq xidmətləri, aqrobiznesin inkişafı üçün investisiya və məsləhət dəstəyi, toxum sektorunun inkişafı, aqrobiznesə maliyyə xidmətləri istiqamətində işlər görülür.[2]

Uzun illərdir ki, "Tarlada sūfrəyə" dəyər zənciri məsələsi gündəmdədir. Bu ideyanın əsasında məhsul yığıldıqdan sonra birbaşa bazara gətirilərək satışının təşkil edilməsi dayanır. Məhsul təzə-təzə marketlərə təhvil verilməlidir ki, bu məhsullar tərəvətinə itirmədən sūfrələrə qoyulsun.

Bundan başqa, məsələnin digər tərəfi məhsulu emal etmək üçün konserv zavodlarına verdikdən və emal etdikdən sonra da onun təzə-təzə marketlərdə və yarmarkalarda satışının təmin etməkdir. Layihənin üstün cəhəti ondan ibarətdir ki, məhsul qalıb xarab olmur və heç bir itkiyə yol verilmir. Bu halda məhsulun çürümə prosesinin də qarşısı alınmış olur və insanlar tərəvətli məhsul əldə edirlər".

"Tarlada sūfrəyə" dəyər zənciri kənd təsərrüfatı mallarının qiymətlərinin ucuzlaşmasına xeyli müsbət təsir göstərəcək: "Tarlada sūfrəyə" dəyər zənciri kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalından istehlaka qədər olan prosesi əhatə edir. Xərclər və qiymətlər bu zəncirin hər mərhələsində dəyişə bilər. Kənd yerlərində kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətləri aşağı düşərsə, bu, bir neçə fərqli şəkildə müsbət təsir göstərə bilər. Kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətlərinin düşməsi istehlakçılar üçün daha ucuz ərzaq deməkdir. Bu, istehlakçıların ərzaq xərclərini azaltmaqla ailə büdcələrinə müsbət töhfə verə bilər. Kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətlərinin aşağı düşməsi istehlakçılara daha sərfəli qiymətlərlə alış-veriş etmək imkanı versə də, istehsalçıların gəlirlərinə mənfi təsir göstərə bilər. Ancaq bu vəziyyətin qarşısını almaq üçün kənd təsərrüfatı siyasəti və dəstəkləri aktivləşdirilə bilər. Beləliklə, istehsalçıların gəlirləri qorunub, kənd təsərrüfatı sektoru dayanıqlı hala gətirilə bilər. Daha ucuz kənd təsərrüfatı məhsulları bu məhsulları emal edən və ya bazara çıxaran müəssisələr üçün xərcləri azalda bilər. Bu halda kənd təsərrüfatı müəssisələri daha çox işçi qüvvəsini işə götürə və məşğulluq səviyyəsini yüksəldə bilər.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətlərinin düşməsi bu məhsulların ixracına təkan verə bilər. Ucuz kənd təsərrüfatı məhsulları beynəlxalq bazarlarda rəqabət üstünlüyü təmin edə və ölkə iqtisadiyyatına valyuta axınını təmin edə bilər.

Bununla belə, kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətinin aşağı düşməsi zamanı nəzərə alınmalı olan bəzi risklər var. Məsələn, istehsalçıların gəlirlərinin azalması kənd təsərrüfatı sektorunun davamlılığını təhlükə altına sala və kəndlərdən miqrasiyanı sürətləndirə bilər. Bundan əlavə, kənd təsərrüfatı məhsullarının həddindən artıq istehsalı və bazarda yığılması kimi problemlər də yarana bilər. Ona görə də kənd təsərrüfatı siyasətinin balanslaşdırılmış şəkildə həyata keçirilməsi və aqrar sektorun bütün maraqlı tərəflərinin maraqlarının nəzərə alınması vacibdir. [3]

Dəyər zənciri müəyyən bir iş təşkilatı tərəfindən həyata keçirilən müxtəlif fəaliyyətləri öyrənmək üçün istifadə olunan strateji bir vasitədir, bunun üçün rəqabət üstünlüyü mənbələrinin aşkar edilməsi və nəticədə son məhsula müəyyən bir dəyər qazana bilməsidir.

Bir şirkətin dəyər zənciri, rəqabət üstünlüyünü artırmağa çalışan strateji fəaliyyətdir.

Bir şirkətin fəaliyyəti daxilində dəyər zənciri necə işləyir?

Dəyər zənciri anlayışı şirkətin məhsul və ya xidmətlər üçün dəyər yaratması prosesini və bu prosesin müxtəlif mərhələlərində fəaliyyətini başa düşmək üçün istifadə olunur. Dəyər zənciri Michael Porter tərəfindən təqdim edilib və müəssisələrə rəqabət üstünlüklərini anlamağa və inkişaf etdirməyə kömək edir. Dəyər zənciri şirkətin biznes fəaliyyətini beş əsas kateqoriyaya qruplaşdırır:

1. Sahibkarlıq və Strategiya: Strateji planlaşdırma, biznesin inkişafı, innovasiya və oxşar fəaliyyətləri əhatə edir. Burada şirkətin hansı bazarlara girəcəyi, hansı növ məhsul və xidmətlər təklif edəcəyi kimi strateji qərarlar qəbul edilir.

Mülkiyyət və strategiya şirkətin uzunmüddətli məqsədlərinə çatmaq üçün strategiyanın planlaşdırılması prinsiplərinə əsaslanır. Buraya sənaye təcrübəsi, müştəri ehtiyacları və rəqabət səviyyələri daxil olmaqla, müəyyən bazar segmentində hansı növ məhsul və xidmətlərin təklif olunacağını müəyyən edilməsi daxildir. Şirkət sizdən həm daxili, həm də ilk növbədə xaricdə müxtəlif strateji qərarları qəbul etməyi tələb edir.

Əsas strategiya qərarlarına aşağıdakılar daxildir:

Bazar Seqmentasiyası və Hədəflər: Şirkətin istədiyi bazar seqmentlərini müəyyən etməsi və bu seqmentlərdə tutduğu hədəfləri müəyyən etməsi vacibdir.

Məhsul və xidmətlərin müəyyən edilməsi: İstehsal ediləcək məhsul və xidmətlərin və bu məhsul və xidmətlərin bazarın ehtiyaclarını adekvat şəkildə qarşılamaq üçün necə istifadə olunacağını müəyyən edilməsi. Təklif oluna bilənlərin planlaşdırılması.

Rəqabət Strategiyası: Şirkətin mövcud və potensial rəqibləri ilə necə rəqabət aparacağı, müştərilərinin bəyəndiyi məhsulları necə təklif edəcəyi və ya müştərilərinə məhsulları necə təklif edəcəyi. Cəlbəedici strategiyaların nə olacağını müəyyən edilməsi.

Innovasiya və Texnologiyadan İstifadə: Yeniliyi təşviq etmək və müştəri ehtiyaclarına daha yaxşı cavab verən texnologiyalardan faydalanmaq üçün qərarlar qəbul etmək.

Maliyyə Planlaması: Şirkətin maliyyə resurslarını idarə etmək və məhsul və xidmətləri inkişaf etdirmək üçün lazımı maliyyə təhlükəsizliyini təmin etmək üçün strateji planların müəyyən edilməsi.

Bazar marketinqi və marketinq strategiyası: Məhsul və xidmətlərin marketinqi üçün marketinq strategiyalarının yaradılması və bazarın müvafiq seqmentlərinə təyin edilməsi.

Bu strateji qərarları qəbul etmək üçün şirkətin sahibləri və rəhbərliyi müştərilərin tələblərini anlamalı, rəqabət meydanında öz mövqelərini dəyərləndirməli və uzunmüddətli hədəflər qoymalıdır. Onu qorumaq üçün geniş şəkildə təhlil edilməlidir.

2. Material Təchizat: Müəssisənin xammal və komponentləri satın alması prosesi daxildir. Təchizat zəncirinin idarə edilməsi tədarükçülərlə əlaqələrin idarə edilməsi, material seçimi və satınalma kimi fəaliyyətləri əhatə edir.

Material avadanlıqları müəssisənin mal və komponentləri satın alma prosesini müəyyən edir. Bu prosedür avadanlıq zəncirinin idarə edilməsi, təchizatçılarla iş, material seçimi və satınalma daxildir. Avadanlıq zəncirinin idarə edilməsi zamanı avadanlıq zənciri məhsulun yaradılması və satışında mühüm rol oynayır. Material avadanlığı prosesi avadanlıq zəncirinin bütün mərhələlərini nəzarət altında saxlamaq, təhlükəsizliyi təmin etmək və effektivliyi artırmaq məqsədi ilə idarə edilməlidir. Təchizatçılarla əlaqələrin idarə edilməsi zamanı biznes müxtəlif təchizatçılardan material və komponentlərin alınması üçün əlaqələr qurmalıdır. Bu, risksiz, effektiv və gəlirli avadanlıq zəncirinin yaradılması istiqamətində mühüm addımdır. Təchizatçılarla əlaqələrin idarə edilməsi, sifarişlərin yerinə yetirilməsi, qiymətlərin müzakirəsi və dostluq münasibətlərinin qurulması ilə bağlı fəaliyyətlər işləri asanlaşdırır. Material seçimi biznes üçün düzgün materialın seçilməsi məhsulun keyfiyyətini, effektivliyini və maliyyə səmərəliliyini təmin etmək üçün vacibdir. Material seçimi məhsulun funksionallığını, davamlılığını və performansını təmin etmək üçün vacib amildir. Material avadanlığı prosesində material seçimi xüsusiyyətlər, qiymətlər, keyfiyyət və məhsul standartları əsasında aparılmalıdır. Material avadanlığı prosesinin əsas mərhələlərindən biri satınalmadır. Bu, avadanlıq zəncirinin zamanının əsas payıdır. Satınalma prosesinə sifarişlərin qəbulu, təkliflərin müqayisəsi, alqı-satqı müqavilələrinin icrası və sifarişlərin yerinə yetirilməsi ilə bağlı fəaliyyətlər daxildir.

Material avadanlığı prosesi biznesin effektivliyini, keyfiyyətini və maliyyə göstəricilərini müəyyən edən əsas addımlardan biridir. Bu prosesin effektiv idarə olunması biznesin rəqabət qabiliyyətini artırmaq və müştəri tələblərinə cavab vermək üçün vacibdir.

3. İstehsal: Son məhsul və ya xidmət istehsal etmək üçün xammal və komponentlərin birləşdirildiyi mərhələdir. İstehsal prosesləri, işçi qüvvəsinin idarə edilməsi və əməliyyat səmərəliliyi kimi məsələlər bu kateqoriyaya daxildir.

Bu, hər hansı bir məhsul və ya xidmət istehsalı sahəsində əməliyyatların həyata keçirilməsi üçün kritik bir mərhələdir. İstehsal prosesi şirkətin məhsulların yaradılması və satışı prosesini təşkil edən və təşkil edən əsas strukturlardan biridir. Bu proses həm fiziki məhsulların, həm də qeyri-maddi xidmətlərin yaradılmasını əhatə edir. İstehsal proseslərinə materialların və komponentlərin yığılması, məhsulların yığılması, daşınması, yoxlanılması və qablaşdırılması daxildir. Bunlara məhsulun yaradılması və son istifadəyə verilməsi prosesində tələb olunan bütün fəaliyyətlər daxildir. İstehsal prosesində işçi qüvvəsinin idarə edilməsi də mühüm məsələdir. İşçilərin fəaliyyətinin və məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, işçi hazırlığı və motivasiya planları kimi məsələlər bu sahədə böyük rol oynayır. Bu mərhələdə uğurlu əməliyyat da vacibdir. Məhsulun yaradılması və istifadəsində

istifadə olunan resursların optimal idarə edilməsi istehsal prosesinin səmərəliliyini artırır və yalnız məhsulun məzmunu ilə bağlı arzu olunan problemləri azaldır. Bu, məhsulun məhsuldarlığını artırmaq və istehsal proseslərini daha səmərəli etmək üçün vacib məsələdir.

İstehsal prosesində işçi qüvvəsinin səmərəli idarə edilməsi sənayenin və şirkətin ümumi uğuru üçün çox vacibdir. İşçi qüvvəsini idarə etmək, təşkilatların səmərəliliyini artırmaq, məhsul keyfiyyətini artırmaq, maliyyə səmərəliliyini artırmaq və işçi qüvvəsi ilə bağlı problemləri minimuma endirmək üçün mühüm rol oynayır. Bundan əlavə, işçi qüvvəsinin keyfiyyətinin idarə edilməsi əməyin mühafizəsi və işçilərin sağlamlığının aspektlərini də əhatə edir.

İşçi qüvvəsinin effektiv idarə olunması üçün bir neçə mühüm strategiya və tədbirlər var:

Məşğulluq və Təşkilati Planlaşdırma: İş yerində lazımi sayda və növ işçi qüvvəsini təmin etmək üçün məşğulluq və təşkilati planlaşdırma həyata keçirilməlidir. Bura tələb olunan və müvafiq bacarıqlara malik işçilərin seçilməsi, onların işə qəbulu və işə qəbulu daxildir.

İşçi qüvvəsi və təşkilati planlaşdırma iş yerində lazımi sayda və növdə işçini təmin etmək üçün vacib bir prosesdir. Bu proses iş yerinin müvafiq strateji məqsədlərinə uyğun fəaliyyət göstərəcək işçilərin seçilməsi və işə qəbulu ilə başlayır.

Peşə və təşkilatın planlaşdırılmasında əsas addımlar aşağıdakılardır:

İş yerinin həyat dövrünün planlaşdırılması: İş yerinin qısa, orta və uzunmüddətli hədəfləri və strateji planları qiymətləndirilir və müəyyən edilir. Bu, iş yerində vəzifə yerinə yetirmək üçün hansı sahələrdə ixtisaslı işçilərə ehtiyac olduğunu müəyyən edir.

İş təsviri və tələblərin dəqiqləşdirilməsi: Hər bir işin vəzifələri, vəzifələr, əmək hüquqları və əlavə sorğular (məsələn, əlavə təlimatlar, sertifikatlar və ya istiqrazlar) tələb etdiyi bacarıq və öhdəliklər qiymətləndirilir.

Tədbirlərin elanı və elanların yerinə yetirilməsi: Tədbirlər iş yerinin ixtisaslaşdığı platformalarda (iş elanları saytları, sosial media, universitetlər və s.) elan edilir. Daha sonra müraciətlərə baxılır, uyğun namizədlər müsahibəyə dəvət olunur və uyğun namizədlər işə qəbul edilir.

Yeni işçilərin qəbulu və işə qəbulu: Seçilmiş namizədlərin işə qəbulu prosesi həyata keçirilir. Bu proses iş təklifi, iş perspektivləri və şərtlərinin razılaşdırılması və əsas məlumatların (məşğulluq hüquqları, faydalı təminat, əlavə tələblər və s.) verilməsi ilə başlayır.

İş yerinin planlaşdırılması və təşkilati struktur: Mövcud işçi qüvvəsi ilə birlikdə yeni işçilərin qəbulu iş yerinin effektiv strukturlaşdırılmasını təmin edir. Buraya təşkilati struktur, iş qrafiki, məşğul insanlarla əlaqələr və s. daxildir. O cümlədən iş yerinin əsas proseslərini diqqətdə saxlayır

İşçilərin qısamüddətli və uzunmüddətli işə qəbulu: İş yükünün planlaşdırılmasının bu mərhələləri iş yerinə öz işçi qüvvəsini daimi və müvəqqəti iş tələblərinə uyğun qurmağa kömək edir.

Bu prosesin səmərəli icrası iş yerinin səmərəliliyini artırır və strateji məqsədlərə nail olmağa kömək edir.

Təlim və İnkişaf: İşçilər üçün tələb olunan bacarıqları artırmaq və inkişaf etdirmək üçün təlim və inkişaf proqramları yaradılmalıdır. Bu, işçilərə işlərini daha səmərəli yerinə yetirməyə kömək edir.

İş haqqında məlumat: İşçilərə öz işləri və məqsədləri haqqında aydın məlumatların və ətraflı təlimatların verilməsi onların motivasiyasını artırır və təşkilatda əmək birliyini gücləndirir.

Təhlükəsizlik və Sağlamlıq: İşçilərin təhlükəsiz iş mühitinin olmasını təmin etmək üçün tədbirlər görülməlidir. Bu, işçilərin xəsarət və ya xəstəlik riskini azaldır və onların motivasiyasını artırır.

İşdən Çıxın və Yüksək Performansı təmin edin: Performans təhlili, rəy prosedurları və müvafiq mükafat və bonus sistemləri işçilərin motivasiyasını artırır və yüksək performansını təmin edir.

Bu tədbirlər və strateji planlaşdırma işçi qüvvəsinin idarə edilməsini səmərəli şəkildə həyata keçirməyə kömək edir və nəticədə sənayenin və şirkətin uğurlarını artırır.

4. Marketing və Satış: İstehsal olunan məhsulların və ya təklif olunan xidmətlərin marketinqi, müştərilərə çatdırılması və satışı prosesini əhatə edir. Bu mərhələyə reklam, satışın təşviqi və paylama kanalının idarə edilməsi kimi fəaliyyətlər daxildir.

Marketing və Satış müəssisələrin məhsul və xidmətlərinin müştərilərə çatdırılması prosesində əsas rol oynayan funksiyalardır. Hər ikisi biznesin uğuru üçün vacibdir və bir-biri ilə sıx inteqrasiya olunmalıdır.

Marketing və satışın əsas elementləri bunlardır:

Marketing-Bazar araşdırması- Hədəf auditoriyanın ehtiyaclarını, üstünlüklərini və davranışlarını anlamaq üçün təhlil və araşdırma.

Məhsulun inkişafı və yerləşdirilməsi: Hədəf auditoriyanın ehtiyaclarına uyğun məhsul və xidmətlərin hazırlanması və rəqabətli mövqedə təqdim edilməsi.

Qiymət strategiyaları: Məhsul və xidmətlərin qiymətlərinin müəyyən edilməsi, rəqabətli qiymət strategiyalarının işlənilməsi və hazırlanması.

Təqdimat və reklam: Məhsul və xidmətləri tanıtmaq üçün reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr, rəqəmsal marketing kimi müxtəlif kanallardan istifadə etmək.

Paylanma (Distribution) strategiyaları: Məhsulları hədəf auditoriyaya çatdırmağa imkan verən nöqtələrə çatdırmaq üçün paylama şəbəkələrinin yaradılması və idarə edilməsi.

Satış-Müştərilərlə əlaqənin idarə edilməsi: Müştərilərlə ünsiyyət proseslərinin həyata keçirilməsi, sorğuların idarə edilməsi və müştəri məmnuniyyətinin təmin edilməsi.

Satış məqsədləri və strategiyaları: Qarşıya qoyulmuş məqsədlərə çatmaq üçün satış strategiyalarının müəyyən edilməsi və həyata keçirilməsi.

Müştəri ilə qarşılıqlı əlaqə: Müştəri ehtiyaclarını anlamaq, məhsul və xidmətlərin çatdırılması, satış prosesini idarə etmək və müştəri rəylərini toplamaq.

Satış texnikası və bacarıqları: Satış qrupunun məhsul/xidmət biliklərini artırmaq, müştərilərlə qarşılıqlı əlaqə qurmaq və satışları artırmaq üçün lazımı bacarıq və texnikaları inkişaf etdirmək.

Marketing və Satış şöbələri bir-biri ilə koordinasiyalı işləməlidir, çünki yaxşı marketing strategiyası potensial müştəriləri cəlb edir, yaxşı satış strategiyası isə bu potensial müştəriləri real müştərilərə çevirir. Bundan əlavə, satış komandası marketing strategiyalarının təsirini qiymətləndirə və rəy bildirməklə marketing strategiyalarını təkmilləşdirməyə kömək edə bilər.[4]

5. Satış Sonrası Xidmətlər və Dəstək: Bunlar müştəri məmnuniyyətini artırmaq və sədaqəti təmin etmək üçün təklif olunan xidmətlərdir. Zəmanət xidmətləri, texniki xidmət, təmir və ehtiyat hissələrin təchizatı kimi fəaliyyətlər bu kateqoriyaya daxildir. Satış sonrası xidmətin mahiyyəti sənaye və məhsuldan asılı olaraq dəyişə bilər.

Satış sonrası xidmətlərin ən çox yayılmış növlərini aşağıdakı kimi sadalamaq olar:

- Quraşdırma əvvəli xidmətlər (məsələn, quraşdırma təlimatı)
- İstifadəçi təlimi
- Zəmanət xidməti
- Onlayn dəstək
- Geri qaytarma / dəyişdirmə
- Ehtiyat hissələri dəstəyi
- Problemlərin aşkarlanması və aradan qaldırılması
- Xidmət müqavilələri
- Təkmilləşdirmələr / yeniləmələr [5]

Şirkətlər satış sonrası dəstəkdən biznes strategiyası kimi istifadə edirlər, belə ki, bu, çox vaxt müştəri məmnuniyyətinin daha yüksək olmasına, marka sədaqətinə, hətta marketingin artmasına səbəb olur. Satışdan sonrakı dəstək proseslərinə avtomatlaşdırmanın daxil edilməsi işi asanlaşdırır və müştərilərlə münasibətlərin asan idarə olunmasını təmin edir.

Dəyər zənciri şirkətin fəaliyyətini bu beş əsas kateqoriyada araşdıraraq, onun hansı mərhələlərdə dəyər yaratdığını və hansı mərhələlərdə xərclərin çəkildiyini müəyyən etməyə kömək edir. Bu təhlil şirkətin rəqabət üstünlüyünü və əməliyyat səmərəliliyini artırmaq üçün istifadə edilə bilər.

Nəticə: Bu məqalədə göründüyü kimi, dəyər zənciri şirkətin fəaliyyətini əsas kateqoriyalarda araşdıraraq, onun hansı mərhələlərdə dəyər yaratdığını və hansı mərhələlərdə xərclərin çəkildiyini müəyyən etməyə kömək edir. Bu təhlil şirkətin rəqabət üstünlüyünü və əməliyyat səmərəliliyini

artırmaq üçün istifadə edilə bilər. Şirkətin sahibkarlıq və strategiya sahəsində qəbul etdiyi qərarlar, müxtəlif bazarlara girəcəyi, hansı növ məhsul və xidmətləri təklif edəcəyi kimi əhəmiyyətli məsələləri əhatə edir. Strateji qərarlar şirkətin uzunmüddətli uğuruna nail olmaq üçün vacibdir və şirkətin idarəetmə tərəfinin əsasını təşkil edir. Strateji planların həyata keçirilməsi şirkətin hazırkı mühitdə tərəqqisi, inkişafı və rəqabətqabiliyyətli olması üçün çox vacibdir.

Satış sonrası xidmətlər və dəstək, müştəri məmnuniyyətini artırmaq, müştəri sədaqətini təmin etmək, məhsul və ya xidmətlərin dövrünü artırmaq üçün təklif olunan xidmətlər və dəstək imkanlarını əhatə edir. Satış sonrası xidmətlər və dəstək, bir şirkətin müştəri ilə əlaqələrini qurması, onların tələblərinə cavab verməsi və onların məhsul və ya xidmətlərdən maksimum fayda almağını təmin etməsi üçün əhəmiyyətli bir hissəni təşkil edir. Bu, müştərilər arasında güvənin artırılması, markanın sadəcə bir məhsul satışı edən şirkətdən ziyadə müştəri mənəviyyəti yaradılmasına kömək edir.

Strateji qərarları qəbul etmək üçün şirkətin sahibləri və rəhbərliyi müştərilərin tələblərini anlamalı, rəqabət meydanında öz mövqelərini dəyərləndirməli və uzunmüddətli hədəflər qoymalıdır. Onu qorumaq üçün geniş şəkildə təhlil edilməlidir.

Ədəbiyyat

1. <https://kaspi.az/az/tarlada-sufreye>
2. Nəsirova O.A. Azərbaycanı ərzaq təhlükəsizliyinin təmin ediləməndə aqrar sahənin rolunun artırılması yolları. Bakı-2018
3. <https://agroeeconomics.az/az/article/2054/modern-deyer-zencirine-kecid-seraitinde-kend-teser/>
4. <https://abdullayevkhayal.files.wordpress.com/2020/11/filip-kotler-a-dan-z-yc999-marketing-pdf.pdf>
5. <https://www.oskon.az/satisdan-sonra>

References

1. <https://kaspi.az/az/tarlada-sufreye>
2. Nesirova O.A. Azerbaijanı ərzaq təhlükəsizliyinin təmin ediləməndə aqrar sahənin rolunun artırılması yolları. Baki-2018
3. <https://agroeeconomics.az/az/article/2054/modern-deyer-zencirine-kecid-seraitinde-kend-teser/>
4. <https://abdullayevkhayal.files.wordpress.com/2020/11/filip-kotler-a-dan-z-yc999-marketing-pdf.pdf>
5. <https://www.oskon.az/satisdan-sonra>

Məqaləyə istinad: Nəsirova O.A. Kənd təsərrüfatının rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi və ərzaq təhlükəsizliyi. Elmi əsərlər/ Scientific works, AzMIU, s.207- 212, N2, 2024

For citation: Nasirova O.A. Strengthening the competitiveness of agriculture and food safety. Scientific works/ Elmi eserler. AzUAC, p.207- 212, N2, 2024

Redaksiyaya daxil olma/Received 5.1.2024

Çapa qəbul olunma/Accepted for publication 5.2.2024