

çatdırmaq imkanına malikdir. Göründüyü kimi, bu təbəqə ölkə iqtisadiyyatında vacib problemlərin və sosial məsələlərin də həllində mühüm rol oynaya bilər.

Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasında kiçik orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi. Bakı. 2016
2. Azərbaycanda mikro, kiçik və orta sahibkarlıq. Statistik məcmuə. Bakı. 2021
3. <https://hafta.az/ugurlu-biznesi-nece-qurmaq-olar-316538-xeber.html>
4. <http://www.e-qanun.az/framework/41048>

İQTİSADİ İNKİŞAFDA REKLAMIN ROLU

*Vəliyeva Xanımtər Qoca qızı
Xəlilova Xəyalə Qəmbər qızı
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Müasir reklamın tarixi kökü ABŞ-da başlamış, 200 ilə yaxın bir tarixi əhatə edir. Həmin dövrdə şəhər mühitində tətbiq olunan reklamlar burjua elementi kimi qəbul olunmuş və kapitalizmin inkişafında böyük rol oynamışdır. Kapitalizmə yeni qədəm qoymuş Rusiyada və xüsusilə də Bakıda bu sahə insan həyatına daha intensiv olaraq daxil olmuşdur. O dövrdə Rusiyada və Azərbaycanda reklam plakat mənasında göstərilirdi. Plakat -fransız sözü olub-elan, afişa deməkdir. Artıq həmin dövr insanların həyatında istehsalçı – istehlakçı münasibətlərinin qurulmasında və şəhər mühitində məhsul və fəaliyyət haqqında informasiyanın çatdırılmasında plakat böyük rol oynayırdı. Plakatların reklam vasitəsi kimi tətbiqi çox çeşidliliyi mətbəələrin və şrift mədəniyyətinin yüksəlməsinə, reklam qrafikasının təkmilləşməsinə gətirib çıxarırdı. Belə bir şəraitdə də ölkəmizdə reklam bazarının ilkin forması formalaşmağa başlamışdır.

İlk açıq hava reklamlarının tarixi kökünü araşdırarkən tarixin reklamı və yarı reklamın tarixinə dair materiallarla Azərbaycanda daha çox üzləşirik. Tarixi mənbələrin araşdırmaları sübut edir ki, ölkəmizdə reklam qədim tarixə malik fəaliyyət sahəsidir. Tarixi reklamın ilk mənbələri qayaüstü rəsmlər Azərbaycanda ilk dəfə 1939-1940-cı illərdə Qobustanın cənub-şərq hissəsində (Böyük daş, Kiçik daş, Cingirdağ və Yazılı təpə) aşkara çıxarılmışdır. Bu Azərbaycan reklamının proto reklamın ilk insan düşüncəsinin, onun psixoloji anının informasiya ötürücüsü kimi açıq havada daşlara həkk etməklə, daha da irəli getmiş, informasiyanın ötürülməsi baxımından əlaqənin yaradılması üçün ilkin şərait yaratmışdır. Yaxşı ki, bu tarixin reklamı bir vasitə olaraq daşlara hopdurulmuş və minilliklərdən keçərək bu gün də müasirlərimizi məlumatlandırır.

Azərbaycanda reklam işi öz fəaliyyətinə 1992 – ci ildə İcra Hakimiyyətindəki Şəhər tərtibatı, Reklam və Dizayn idarəsində başlamışdır. Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra, 1995 - ci ildə qəbul etdiyi “Konstitusiyaya” – ya görə ölkənin əsas istiqamətlərindən biri kimi bazar iqtisadiyyatına uyğunlaşması göstərilir. Bu da bizə imkan verir ki, köhnə feodal, çarizm və sovetlərdən qalmış ənənələri inkar

etmək və yeni inkişaf mərhələləri, prinsipial fikirləri dünyanın qloballaşma sxemində ideyası ətrafında reklam bazarının azərbaycan modelini qurmağa şərait yaratdı. Bu modeldə köhnədən qalma bazisi atmaqla, yeni bazis üzərində regional iqtisadi əsaslara uyğun geosiyasi – iqtisadi məkanın üst quruluşunu formalaşdırmaq lazım gəlmişdir. Nəticədə, inkişaf etmiş ölkələrə yaxınlaşmaqla ölkədə sivil qaydalara uyğun istehsalçı – istehlakçı münasibətlərinin qurulmasına və onların ölkə xaricindəki əlaqələrin yaradılmasına şərait yaratmışdır. İstehsalın inkişafı məhsul artımına və onun həm də xaricə çıxarılması, tətbiqi üçün iqtisadiyyatın hərəkətverici qüvvəsi olan reklam vasitələrinin tətbiqi üçün geniş imkanlar açmış oldu. Bu da Azərbaycanın şəhər, rayon və magistrallarında reklam vasitələrinin yerləşdirilməsi üçün geniş şərait yaratmışdır. Dünyanın məşhur marketoloqlarının dilincə desək, reklam-kommunikasiya prosesidir. Reklam-məhsulların hərəkət etdirilməsi vasitəsidir. Mütəxəssislər çox haqlı olaraq reklamı ticarət mühərriki adlandırırlar.

Reklam haqqında Azərbaycan Respublikasının qanununda (03.10.1997) göstərilir ki, Reklam –fiziki və hüquqi şəxslər, əmtəə, ideya və yeniliklər (reklam informasiyası) haqqında maraq formalaşdırmaq və ya bu marağı saxlamaq, əmtəənin satılmasına, ideya və yeniliklərin həyata keçirilməsinə kömək göstərmək məqsədilə yayılan informasiyadır. [1] Göründüyü kimi, qanun Azərbaycan Respublikasında hüquqi və fiziki şəxslərin əmtəə, iş və xidmət bazarında reklam istehsalı, yerləşdirilməsi və yayımı prosesində meydana çıxan münasibətləri tənzimləyir. Həm də qanun reklamın geniş mənada müəyyənələşməsinə imkan verir. Reklam həmişə iqtisadi, sosial və təşkilati sahələrə, bütövlükdə cəmiyyətin inkişafına təkan vermiş və müasir dövrə gəlib çatmışdır. Reklam insan fəaliyyətinin dinamik və transformasiya olunan sferasıdır. Reklamın xarakteri, forması və mahiyyəti istehsal qüvvələrinin inkişafı, sosial-iqtisadi formalarının dəyişməsi ilə bərabər dəyişikliyə məruz qalır.

Müasir dövrdə reklam dünyada və ölkəmizdə biznes fəaliyyətinin ayrılmaz hissəsi olmuşdur. Reklama iqtisadiyyatın bütün sahələrində rast gəlmək olar. İqtisadiyyatın inkişaf mərhələlərində fəaliyyət növlərinin müvəffəqiyyətli təşkili ancaq informasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə mümkün olmuşdur. Deməli, iqtisadiyyatın inkişafında müasir informasiya vasitələri reklam bazarının meydana gəlməsi üçün vacib şərait yaratdı. Reklam istehlak bazarının formalaşmasında, satışın həcmnin artmasına uyğun olaraq mənfəətin artmasında böyük rol oynadı. [2] Reklam fəaliyyətinin genişliyi reklama ciddi yanaşmağı tələb edir ki, reklamın səmərəsi yüksək olsun. Bu gün firmaların mənfəətlərində reklamın təsiri böyük olduğu üçün firmaların tərkibində reklam departamentləri, şöbələri yarandı. Həmçinin, iri reklam agentlikləri reklamın təşkilindən gəlir götürür. Reklam fəaliyyətinin və reklam bazarının araşdırılması dövrümüzün vacib vəzifələrindən biridir.

Reklam bilavasitə iqtisadiyyatın inkişafına müxtəlif vasitələrlə təsir göstərir. Nəticə etibarilə istehsal olunan məhsulların daim təkmilləşdirilməsinə, rəqabətin yaradılmasına, sahibkarlığın inkişafına, sonda isə əhəlinin həyat tərzinin və onların şüur və zövqünün formalaşmasına səbəb olur. Reklamın iqtisadi təsiri aşağıda qeyd olunanları müəyyənləşdirir:

- reklam iqtisadiyyatı faydalı informasiya ilə təmin edir;
- ticarət markasının dəyərini saxlayır və ya onu artırır;
- kütləvi informasiya vasitələrini saxlayır və inkişaf etdirir;

- malların tədavüldə qaldıgı vaxtı qısalaraq məsrəfləri azaldır;
- məhsulun dəyərinin, faydalı cəhətlərinin müəyyən edilməsinə, ondan istifadənin məlumatlandırılmasına köməklik göstərir;
- yeni məhsul növünün yaradılmasına stimulyaradır.

 d biyyat:

1. Reklam haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1997.
2.  l kb rov  . ., Zeynalov H. ., Kommerisya fəaliyyətində reklam. Bakı, 1999.
3. Axundb yli P.X. Reklam fəaliyyətinin təşkili. Bakı, 2005

AZAQSTAN RESPUBLİKASYINDA AVTOMOBİL OLDARYN DAMYTU ƏNE ONY ARJYLANDYRU

Abdrauk P.M.

L.B.Гончаров атындағы Қазақ автомобиль-жол институты, Қазақстан

Мақалада автомобиль жолдарын дамытуды қаржыландыру мәселелері қарастырылады. Қазақстанның транзиттік әлеуетін тиімді жүзеге асыру еліміздің экономикалық саясатының негізгі бағыттарының бірі болып табылады. Елдің тұрақты экономикалық өсімін қамтамасыз ету үшін сенімді автомобиль жолдары желілерін қалыптастыру қажет. Автомобиль жолдарын дамыту мәселелері және автожол шаруашылығын қаржыландырудың қазіргі кездегі жағдайы анықталған. Автомобиль жолдарын салу, қайта құрастыру және жөндеуді қаржыландыруды арттыру үшін тек мемлекеттік қаражаттарды ғана емес, сонымен қатар мемлекеттік емес қаражаттарды мемлекеттік-жеке әріптестік тетігі арқылы тарту ұсынылған. Мемлекеттік-жеке әріптестік жобасы бойынша ақылы автомобиль жолдарын жол салу және жөндеу жұмыстарының сапасын артты. Автомобиль жол желілерін сапасын жақсартуға экономикалық және құқықтық ықпал ету тұтқаларының негізгі бағыттары қарастырылған. Автожол инфрақұрылымын дамыту және қаржыландыру мәселелерін шешу бойынша ұсыныстар берілген.

Кез келген мемлекеттің экономикалық өсуі көліктік кешеннің дамуымен байланысты. Көлік кешенінің дамуы, соның ішінде автомобильдер жолдары кешенінің дамуы елдегі бірқатар мәселердің тиімді шешілуіне ықпал ететіні сөзсіз. Автомобиль жол саласы Қазақстанның тасымал жүйесі негізгі салаларының бірі болып табылады. Автомобиль жолдарын жақсарту арқылы еліміздің келесідей мәселелерінің оңтайлы шешу бағыттарын анықтайды:

- туризм саласын дамыту;
- халықтың жүріп-тұру қозғалысын арттыру;
- жүк тасымалы транзиттерін арттыру;
- жүк және адам тасымалдары бойынша жолдың жақсы болуымен байланысты жанар-жағар майдың аз кетуі, уақыттың үнемделуі салдарынан тасымалдау шығындардың кемуі;