

Vətəndaşlar hökumətin iqtisadi siyasətinə nə qədər inanır?

written by Farid Mehralizadeh Fərid Mehralızadə

İnsanlar gündəlik həyatlarında iqtisadi proseslərə təsir edən müxtəlif qərarlar verirlər. İqtisadiyyat elmi də daimi olaraq bu qərarların verilmə səbəblərini öyrənməyə və eyni zamanda onları proqnozlaşdırmağa çalışır. XX əsrin 40-50-ci illərindən bu yana iqtisadi və digər sosial elmlərdə bu məqsədlə ən aktiv istifadə olunan nəzəriyyələrdən biri də istehlakçı davranışı nəzəriyyəsidir. İstehlakçı davranışı nəzəriyyəsi fərdlərin, qrupların və ya təşkilatların mal və xidmətlərin alınması, istifadəsi və xaric edilməsi ilə bağlı fəaliyyətlərinin, o cümlədən istehlakçının bu hərəkətlərdən əvvəl və ya sonra gələn emosional, zehni və davranış reaksiyalarının öyrənilməsidir.[\[1\]](#) Birbaşa iqtisadiyyat çərçivəsində istehlakçıların davranışı dedikdə məhsulun seçilməsi və alınması ilə əlaqədar vəziyyətlərdə və bilavasitə məhsulun alınması zamanı onlara xas olan hərəkətlərin məcmusu, onların özlərini aparması başa düşülür. Bu nəzəriyyə çərçivəsində adətən iki əsas sual verilir: 1) İstehlakçı nəyi almaq imkanına malikdir? və 2) İstehlakçı nəyi almaq istəyir?[\[2\]](#)

Göstərilən suallar istehlakçının necə qərar verməsini və ya hansı məhsuldan və nə qədər alacağını müəyyənləşdirmək üçün ilk növbədə cavab verilməli olan suallardır. Bizim araşdıracağımız mövzu da məhz birinci sual ilə bağlıdır. Almaq imkanı deyəndə biz məhz tələbi nəzərdə tuturuq. Tələb istehlakçıların müəyyən bir qiymətə və müddətdə məhsulu hansı miqdarda almağa hazır və imkanı olduğunu göstərir.[\[3\]](#) Başqa sözlə, istehlakçının tələbi qiymətdən asılıdır. Bəs istehlakçı öz tələbini müəyyən edərkən, müəyyən qiymətə razılaşarkən hansı qərarlara əsaslanır?

Qeyd olunan qərarlar iqtisadiyyatda iqtisadi gözlənti adını alıb. İqtisadi gözləntilər əhalinin və biznesin gələcək iqtisadi hadisələr haqqında təsəvvürləridir.[\[4\]](#) Adi istehlakçıların gözləntiləri necədir? Milton Fridmana görə, təsərrüfat subyektlərinin gözləntilərinin formalaşması prosesi keçmişdə inkişaf meyillərinin ekstrapolyasiyası ilə baş verir. Yəni keçmişdə baş vermiş hadisələr əsasında insanlar gələcək barədə düşünürlər və edilən səhvləri düzəltməyə çalışırlar[\[5\]](#). Bəllidir ki, hər bir insan öz səhvlərini və ya iqtisadi prosesləri müxtəlif cür qiymətləndirir. Məhz bunu nəzərə alaraq XX əsrin ikinci yarısında istehlakçının vəziyyətini başa düşmək üçün müxtəlif sorğular keçirilməyə başlandı. Bu sorğular da ictimaiyyətə müxtəlif indekslər formasında təqdim olunurdu. Sorğuların nəticələrinə görə, əhalinin gözləntiləri müəyyən olunurdu.

Əhalinin gözləntilərini başa düşmək isə həm dövlət strukturlarına, həm də biznes strukturlarının fəaliyyətinə müsbət təsir edirdi. Bu, gələcəyi əvvəlcədən planlamaq imkanını yaradırdı. Nəticə etibarilə şirkətlər öz əməliyyatlarını tənzimləyə bilər, dövlət isə vergi daxilolmaları ilə bağlı baş verəcək dəyişikliklərə hazır ola bilər. Əgər istehlakçının əminliyi aşağı düşərsə və qənaət etmək istəyi artarsa, o zaman əksər istehsalçılar öz istehsal həcmələrini azaltmağa yönələcəklər. Artdığı halda isə bunun əksi müşahidə olunacaq.

Belə tipli indekslər arasında əsas yeri istehlakçı inam indeksi tutmağa başladı. İlk dəfə bu indeks ABŞ-da hazırlanmağa başladı və bu gün də aylıq olaraq dərc olunan Konfrans Şurasının İstehlakçı İnəmi İndeksi 1967-ci ildən təqdim olunur. İstehlakçı inamı ilə bağlı olan daha bir indeks (İstehlakçı Hissləri İndeksi) Miçiqan Universitetinin Sorğu Tədqiqat Mərkəzi tərəfindən 1966-cı ildən bəri hazırlanır.[\[6\]](#) Bütün ölkələrdə bu indeks həm hökumət, həm özəl şirkətlər tərəfindən hazırlanır. Bir çox hallarda istehlakçı inam indeksi gələcək istehlak xərclərinin göstəricisi kimi geniş istifadə olunur. İstehlakçılar gələcəyə nikbin baxdıqda

gələcək gözləntiləri ilə bağlı bədbin olduqları haldan daha çox istehlak edir və daha az qənaət edirlər. Beləliklə, proqnozçular, siyasətçilər və digər analitiklər istehlakçıların iqtisadi vəziyyət, ailənin maddi vəziyyəti və ailə gəlirləri ilə bağlı gələcək gözləntilərini bilməyi faydalı hesab edirlər.

İndeksin effektivliyinə gəldikdə isə bununla bağlı bir çox araşdırmalar həyata keçirilmişdir. Ekonometrik sahədə tədqiqatlar şərti olaraq göstərmişdir ki, istehlakçı inamı ölçüləri real istehlakla korrelyasiya olunur [\[7\]](#) və real istehlakın müəyyən qısamüddətli proqnozlaşdırma qabiliyyətinə malik ola bilər.

Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, bu indeks çox sadədir. Onun hesablanması balans üsulundan istifadə olunur. Balans indeksləri biznes sorğularında məlumatın sıxlaşdırılmasının məşhur üsuludur. [\[8\]](#) Bu sorğularda dəyişikliyin istiqaməti ilə bağlı suallar var və adətən üç cavab variantı var: “müsbət,” “mənfi” və “neytral.” Balans üsulu fərdi cavabları ümumiləşdirir. “Müsbət” cavablarının faiz payından “mənfi” cavablarının faiz payının çıxarılması vasitəsilə indeks müəyyən olunur.

Azərbaycanda İstehlakçı İnəm İndeksinin hesablanması

Digər ölkələrdən fərqli olaraq Azərbaycanda İstehlakçı İnəm İndeksi dərc edilmir. Ona görə də, ölkədə hesablanan indeksin metodologiyasına dair bizdə hər hansı ətraflı məlumat yoxdur. *Ev təsərrüfatlarının maliyyə davranışı və niyyətləri* sorğusunun sifarişçisi olan Mərkəzi Bank 2013-cü ildən bu yana bu indeks barədə bir dəfə də məlumat dərc etməyib. Yalnız 2013-cü ilin noyabrında verdiyi məlumata görə, [\[9\]](#) İstehlakçı İnəm İndeksi 30.01 bazis bəndi səviyyəsində idi. Məlumata görə, sorğuda iştirak edən respondentlər (4250 ev təsərrüfatı) ölkənin bütün regionlarını əhatə etməklə respondentlərin gəlir səviyyəsinə, məşğuliyyət növünə, iş rejiminə, təhsilinə, yaşına və cinsinə görə təsnifləşdirilib. Metodoloji baza kimi

isə Avropa Komissiyası tərəfindən qəbul edilmiş *The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys*, İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının Statistika departamenti tərəfindən hazırlanmış *Business Tendency Surveys: A Handbook* metodoloji təlimatlarından, eləcə də bu işə hazırlıq dövründə İsveçrənin SECO təşkilatının dəstəyi ilə iqtisadi konyunkturun müşahidəsi ilə məşğul olan KOF İnstitutunun (İsveçrə) texniki dəstəyindən istifadə edilib. Metodologiyaya dair qeyddə Mərkəzi Bank nümayəndəliklərinin sözlərinə görə, sorğunun nəticələri “balans metodu” ilə qiymətləndirilib.[\[10\]](#) Təsvirə görə, pozitiv cavablarla neqativ cavablar arasındakı fərq komponent üzrə hər hansı bir təzahürü xarakterizə edən indeks adlanır və bazis bəndi ilə qiymətləndirilir. Pik nöqtələrinə yaxınlaşma komponent üzrə meyilin güclənməsini və ya zəifləməsini əks etdirir.

Bundan sonra Mərkəzi Bank indeks barədə hər hansı məlumat verməyib. İldə 4 dəfə dərc olunan *Pul siyasəti icmalı* sənədində yalnız ümumi olaraq qeyd olunur ki, “İstehlakçı İnəm İndeksi göstəricisində əvvəlki rübə nəzərən yaxşılaşma müşahidə olunsada, 2020-ci il üzrə orta göstərici əvvəlki ilə nisbətdə azalaraq mənfi zonaya düşmüşdür”[\[11\]](#) ya da “hesabat ilində tikinti sektorundan başqa digər bütün sektorlarda müsbət artım dinamikasının bərpa olmasına və istehlak tələbinin yenidən canlanmasına baxmayaraq COVID-19 virusunun yeni ştamplarının yayılması və inflyasiyanın yüksəlməsi kimi amillərin yaratdığı qeyri-müəyyənliklər istehlakçıların gələcəklə bağlı gözləntilərini əks etdirən ‘Ev təsərrüfatlarının maliyyə davranışları və niyyətləri’ sorğusunun nəticələri əsasında hesablanan İstehlakçı İnəm İndeksinə təsir göstərmişdir.”[\[12\]](#) Göstəricilər özü-özlüyündə necə dəyişib, hansı rəqəmlərə bərabər olunub – bu barədə heç bir məlumat verilmir.

Açıq mənbələrdə biz yalnız Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin Elmi-Tədqiqat və Statistik İnnovasiyalar Mərkəzinin saytında 2018-ci ilin IV rübü – 2019-cu ilin III rübləri üçün *Ev təsərrüfatlarının maliyyə*

davranışı və niyyətləri sorğusu üzrə çıxış cədvəllərini tapa bilərik.[\[13\]](#) Mərkəzi Banka aid olub-olmamasını demək çətindir. Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytında ev təsərrüfatlarına aid olan sorğular sırasında belə bir sorğu yoxdur. Eyni zamanda həmin sifarişin hansı şirkət və ya qurum tərəfindən yerinə yetirilməsinə dair məlumatı Mərkəzi Bank yalnız 2020-ci ildən bəri dərc etməyə başlayıb[\[14\]](#). Amma respondent sayına (4250) əsasən deyə bilərik ki, bu, məhz Mərkəzi Bankın istinad etdiyi sorğudur.

Mərkəzi Bankdan fərqli olaraq, periodik olaraq ictimaiyyət qarşısında bəzi təşkilatlar və ya şirkətlər istehlakçı davranışları ilə bağlı araşdırmaları dərc edirlər. 2019-cu ilin fevralında bunu Business Insight International Research Group etmişdi. Onların hesablamalarına görə, Azərbaycanda istehlakçı inam indeksi 81,6 təşkil etmişdi. Bu da seçilən meyarlara görə neqativ göstərici idi. Hətta araşdırma müəllifləri qeyd edirdilər ki, 2018-ci il ilə müqayisədə azalma deməkdir. Bu sırada, həmçinin Sosial Tədqiqatlar Mərkəzini də qeyd etmək olar. Onların məqsədi indeks hazırlamaq deyildi, amma istehlakçı inam indeksi çərçivəsində verilən suallar ilə onların sualları demək olar ki, eynilik təşkil edirdi.

Metodologiya

İndeksi hesablamaq məqsədilə müəlliflər tərəfindən bu sahədə beynəlxalq və yerli təcrübəyə əsaslanaraq 2022-ci ilin fevralın 17-si və martın 20-si arasında ictimaiyyət arasında sorğu keçirilmişdir. Tədqiqat prosesində həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət üsullarından istifadə edilərək məlumatlar toplanmışdır. Tədqiqat sualları üzrə informasiyanın toplanması və emalı aşağıdakı kimi təşkil olunub.

Ev təsərrüfatların indiki vəziyyətini və gələcək ilə bağlı gözləntilərini qiymətləndirmək üçün internet üzərindən *Google Forms* saytı vasitəsilə onlayn sorğu keçirmişik. Sorğu sualları aşağıdakı istiqamətləri əhatə edib:

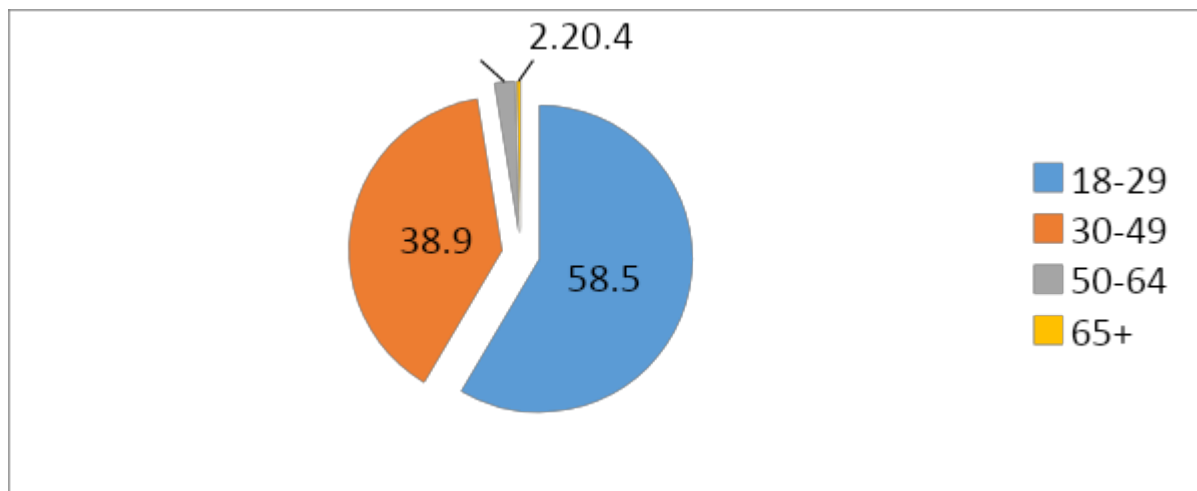
- Respondentlərlə bağlı ümumi məlumatlar (yaş, cins, yaşadığı ərazi, təhsil, gəlir səviyyəsi, məşğulluq və ailə vəziyyəti);
- Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının son 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı düşüncələri;
- Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının növbəti 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı gözləntiləri.

Onlayn sorğu 2022-ci ilin 18 fevral – 20 mart tarixləri arasında keçirilib. Sorğu haqqında məlumatı sosial şəbəkələr vasitəsilə yaymışıq və vətəndaşlara sorğuda iştirak üçün müraciətlər etmişik. Sorğuda ümumilikdə 500 respondent iştirak edib. Respondentlərin tərkibinə dair məlumat aşağıdakı kimi olub:

– Sorğuda iştirak edən respondentlərin 65,7%-ini kişilər, 34,3%-ini isə qadınlar təşkil edib. Kişi respondentlərin sayı 328 nəfərə, qadın respondentlərin sayı isə 172 nəfərə bərabər olub.

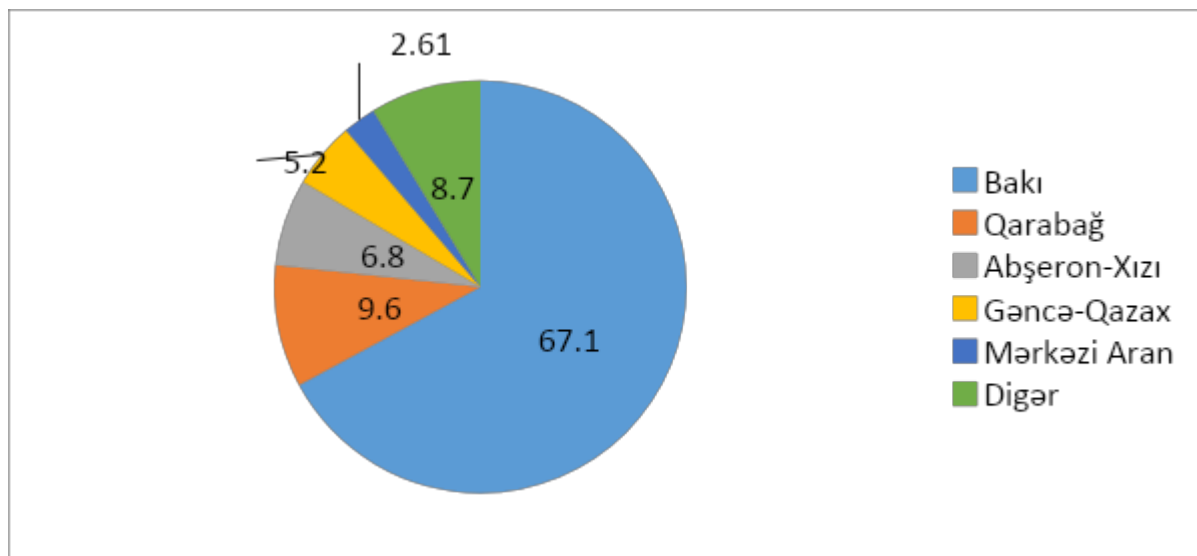
– Respondentləri yaş qrupları üzrə gözdən keçirdikdə məlum olur ki, sorğuya qatılanlar arasında 18-29 yaşlı respondentlər (58,5%) üstünlük təşkil edir. 30-49 yaş arası şəxslər respondentlərin 38,9%-ini, 50-64 yaş arası şəxslər respondentlərin 2,2%-ini, 65 və yuxarı yaşlı şəxslər isə respondentlərin 0,4%-ini təşkil edib. Bu baxımdan qeyd edək ki, sorğu iştirakçılarının yaş tərkibi ölkə əhalisinin yaş strukturu ilə üst-üstə düşmür və əhali qruplarının, xüsusilə də regionlarda yaşayan və 65 yaşdan yuxarı əhali qruplarının tam iştirakçılığı təmin edilməyib.

Diaqram 1. Sorğu iştirakçılarının yaş qrupları üzrə bölgüsü



– Sorğuda iştirak edənlərin yaşadıqları yerlər üzrə analizi göstərir ki, ölkədəki 14 iqtisadi rayonun 13-dən sorğuya respondent qatılıb. Yeganə olaraq Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonundan sorğuda iştirak edən respondent yoxdur. Sorğuya qatılan respondentlər ən çox paytaxt Bakı şəhərindən olub (67,1%). Qarabağ iqtisadi rayonuna daxil olan inzibati rayonlardakı respondentlər bütün sorğu iştirakçılarının 9,6%-ini təşkil edib. Abşeron-Xızı iqtisadi rayonuna daxil olan ərazilərdəki respondentlər isə bütün iştirakçıların 6,8%-inə bərabər olub. Sorğu iştirakçılarının 5,2%-i Qazax-Tovuz, 3%-i Mərkəzi Aran, 2,6%-i Gəncə-Daşkəsən, 1,4%-i Quba-Xaçmaz, hər birində 0,8% olmaqla Şəki-Zaqatala və Dağlıq Şirvan və hər birində 0,4% olmaqla Şirvan-Salyan, Lənkəran-Astara və Naxçıvan Muxtar Respublikasında yaşayan respondentlərdən ibarət olub.

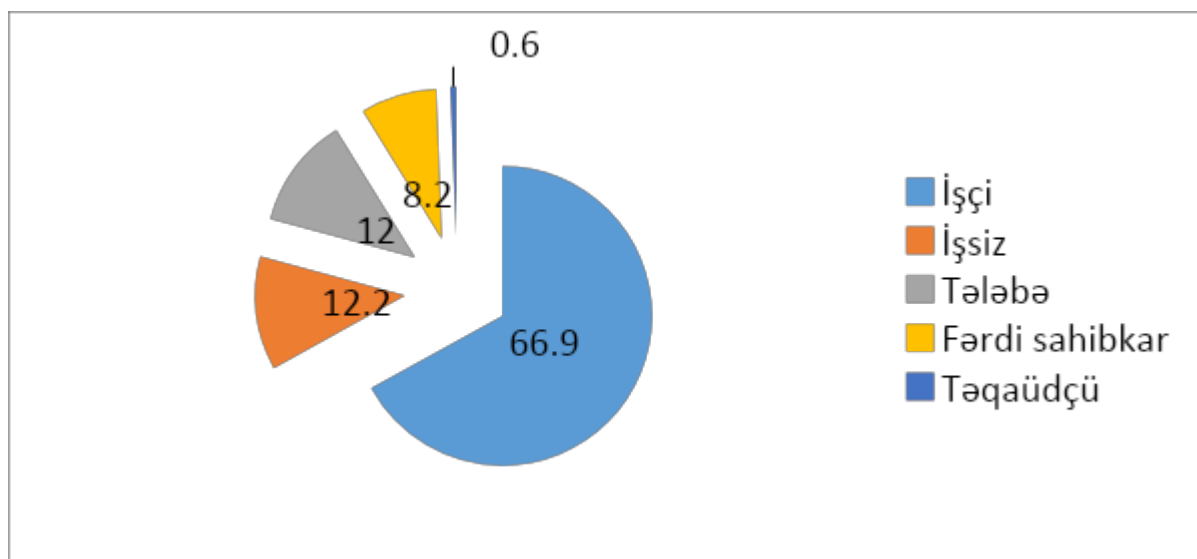
Diaqram 2. Sorğu iştirakçılarının yaşadıqları bölgələr üzrə bölgüsü



– Sorğu iştirakçılarının təhsil səviyyələri üzrə bölgüsü göstərir ki, iştirakçıların böyük əksəriyyəti ali təhsilli respondentlərdən ibarət olub (88%). Sorğu iştirakçılarının 7,2%-i tam və ya natamam orta təhsilli, 4,8 faizi isə kollec və ya peşə məktəbi məzunlarından ibarət olub.

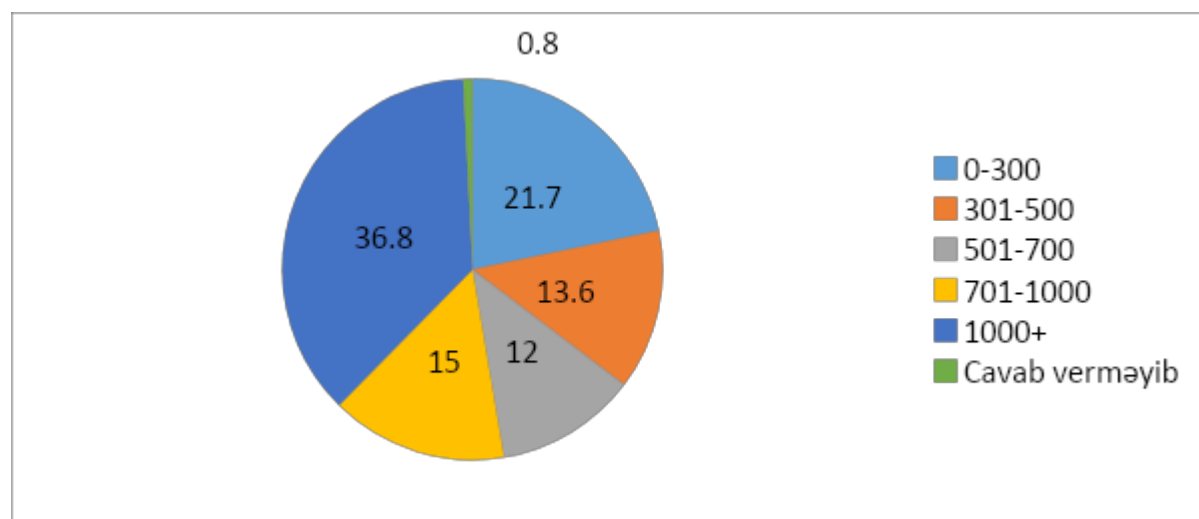
– Respondentlərin məşğulluq vəziyyəti ilə bağlı göstəricilərdən aydın olur ki, sorğu iştirakçılarının əsas hissəsini işçi statusunda olan şəxslər təşkil edib (66,9%). İşsiz şəxslərin respondentlər arasındakı xüsusi çəkisi 12,2%-ə bərabər olub. Sorğu iştirakçılarının 12%-i tələbələrə, 8,2%-i fərdi sahibkarlardan, 0,6%-i isə təqaüdcülərdən ibarət olub.

Diaqram 3. Sorğu iştirakçılarının məşğulluq vəziyyəti üzrə bölgüsü



– Diaqram 3-də təsvir edildiyi kimi, sorğuda iştirak edən respondentlərin 36,8%-i aylıq gəliri 1000 manatdan çox olan şəxslərdən ibarət olub. 0-300 manat arası aylıq gəliri olan şəxslər bütün sorğu iştirakçılarının 21,7 faizini təşkil edib. 301-500 manat arası aylıq gəlir əldə edən şəxslər respondentlərin 13,6%-ini, 501-700 manat arası aylıq gəlir əldə edənlər respondentlərin 12%-ini, 701-1000 manat arası aylıq gəlir əldə edənlər isə respondentlərin 15%-ini təşkil edib. Sorğu iştirakçılarının 0,8%-i aylıq gəlirlə bağlı sualı cavablandırmayıb.

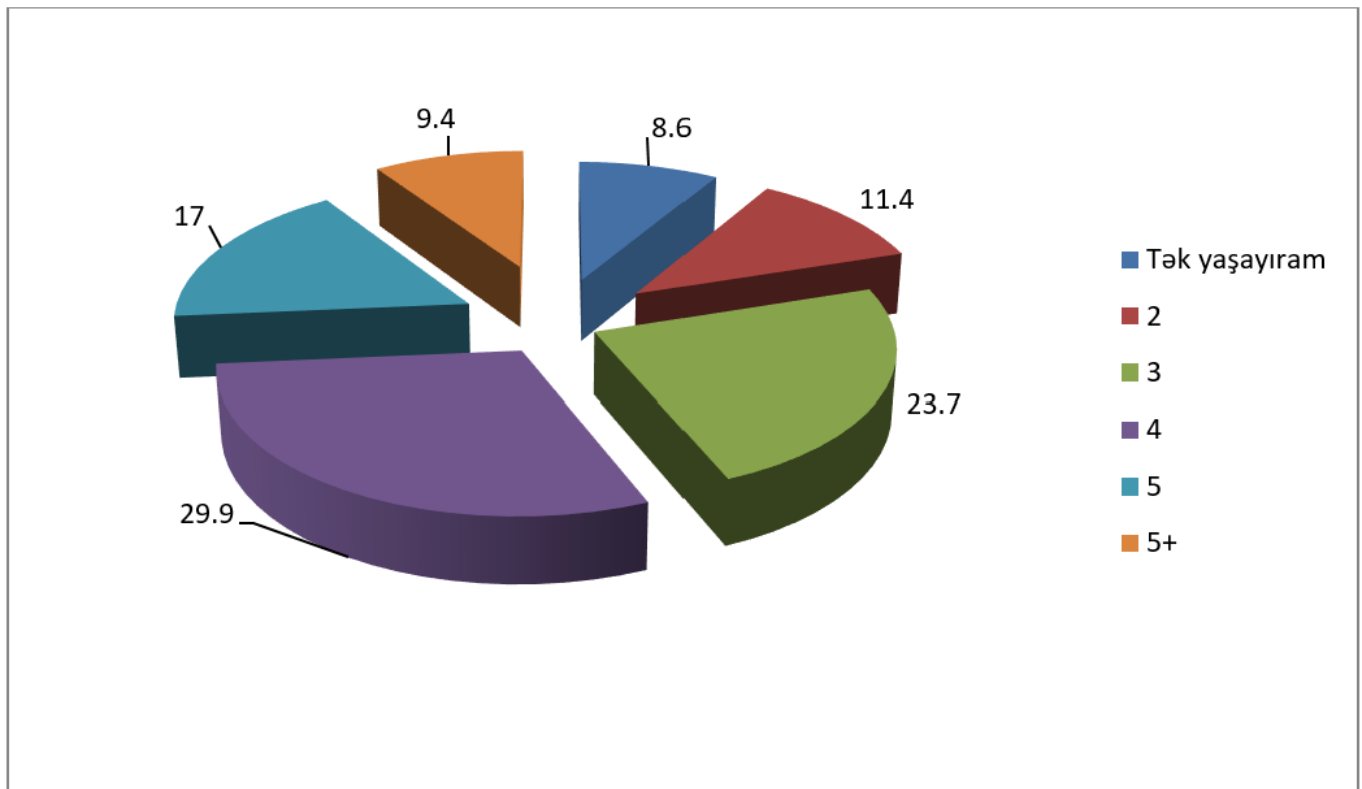
Diaqram 4. Sorğu iştirakçılarının gəlir qrupları üzrə bölgüsü



– Sorğuda iştirak edən respondentlərin 63,9%-ini subay, 36,1%-ini isə evli şəxslər təşkil edib.

– Respondentlərin ailə üzvlərinin sayı ilə bağlı cavablardan aydın olur ki, sorğuda ən çox ailə üzvlərinin sayı 4 nəfərdən ibarət olan şəxslər iştirak edib (29,9%). Sorğu iştirakçılarının 23,7%-inin ailə üzvlərinin sayı 3-ə, 17%-inin ailə üzvlərinin sayı 5-ə, 11,4%-inin ailə üzvlərinin sayı 2-yə bərabər olub. Respondentlərin 9,4%-inin ailə üzvlərinin sayı 5-dən çox olub. Tək yaşayan respondentlər isə bütün sorğu iştirakçılarının 8,6%-ini təşkil edib.

Diaqram 5. Respondentlərin ailə üzvlərinin sayına görə bölgüsü.



Diaqram 5-də təsvir edilən respondentlərin tərkibi haqqında məlumatlardan göründüyü kimi, sorğu iştirakçılarının arasında əyalətlərdə yaşayanların və təqaüdcülərin sayı daha az olub. Ölkədə Bakı və digər regionlar arasında gəlir səviyyəsi baxımından ciddi fərqlər müşahidə olunur. Eləcə də ölkədə təqaüdcü əhali qrupuna daxil olanların gəlirləri maddəli işçilərə nəzərən daha aşağıdır. Bu baxımdan, regionlarda yaşayan şəxsləri və yuxarı yaş qrupuna daxil olan təqaüdcüləri sorğuya cəlb etmək imkanlarımız məhdud olub. Buna baxmayaraq, güman edirik ki, respondentlər arasında regionlarda yaşayan şəxslərin və təqaüdcülərin sayının artması bu təhlildən çıxan nəticələri müsbət istiqamətdə dəyişdirməyəcəkdi.

Müəlliflər "Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının son 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı düşüncələri" və "Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının növbəti 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı gözləntiləri" qruplarına daxil olan suallara verilən cavablar əsasında İstehlakçı İnəam İndeksini də hazırlayıblar. İndeks hazırlanarkən bu sahədə tətbiq olunan beynəlxalq təcrübəyə əsaslanılıb.

İlk əvvəl, suallara uyğun olaraq qoyulan cavabları aşağıdakı

qruplar üzrə bölmək mümkün idi: müsbət, qismən müsbət, neytral, qismən mənfi və mənfi. Növbəti mərhələdə həm müsbət, həm mənfi cavabların ümumi cavablarda payı müəyyən edilirdi. Bu məqsədlə, balans riayət etmək üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunurdu:

Müsbət cavabların payı = (müsbət + $\frac{1}{2}$ qismən müsbət) / ümumi cavabların sayı * 100

Mənfi cavabların payı = (mənfi + $\frac{1}{2}$ qismən mənfi) / ümumi cavabların sayı * 100

Hər göstərici üzrə indeks müəyyən etmək üçün biz balans üsulundan istifadə etmişik. Üsul çərçivəsində neqativ cavabların sayını müsbət cavabların sayından çıxaraq müəyyən edirdik. Sıfırdan aşağı olan cavablardan qaçmaq üçün biz bu rəqəmlərin nəticəsinə 100 əlavə edirdik. Başqa sözlə, aşağıdakı düstur alındı:

Müsbət cavabların payı – mənfi cavabların payı + 100 = sual üzrə indeks göstəricisi

İstehlakçı İnam İndeksi beynəlxalq praktikaya görə, iki göstəricinin ədədi orta rəqəmidir. Biri mövcud vəziyyəti əks etdirir, başqası isə gözləntilər ilə bağlıdır. Bizim sorğuda da verilən sualları iki yerə bölmək olardı: “Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının son 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı düşüncələri” və “Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının növbəti 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı gözləntiləri”. Bunu nəzərə alaraq, hər sual üzrə indeks göstəricisini alan kimi onları qrup çərçivəsində cəmləyirdik. Hər iki qrup üzrə indeks göstəriciləri də ədədi orta üsul vasitəsilə müəyyən edilirdi. Nəticədə İstehlakçı İnam İndeksi üzrə düstur aşağıdakı formadaır:

İstehlakçı İnam İndeksi = (mövcud vəziyyət ilə bağlı + gözləntilər)/2

Nəticələri aşağıdakı formada təsnifatlandıra bilərik:

0-100 – neqativ gözləntilər

100 – neytral gözləntilər

100-200 – müsbət gözləntilər.

Tədqiqatın nəticələri

Sorğu zamanı respondentlərə birbaşa istehlakçı inam indeksi ilə bağlı 10 sual verilmişdi. Bu suallar qeyd etdiyimiz kimi 2 qrupa bölünürdü:

- Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının son 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı düşüncələri;
- Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının növbəti 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı gözləntiləri

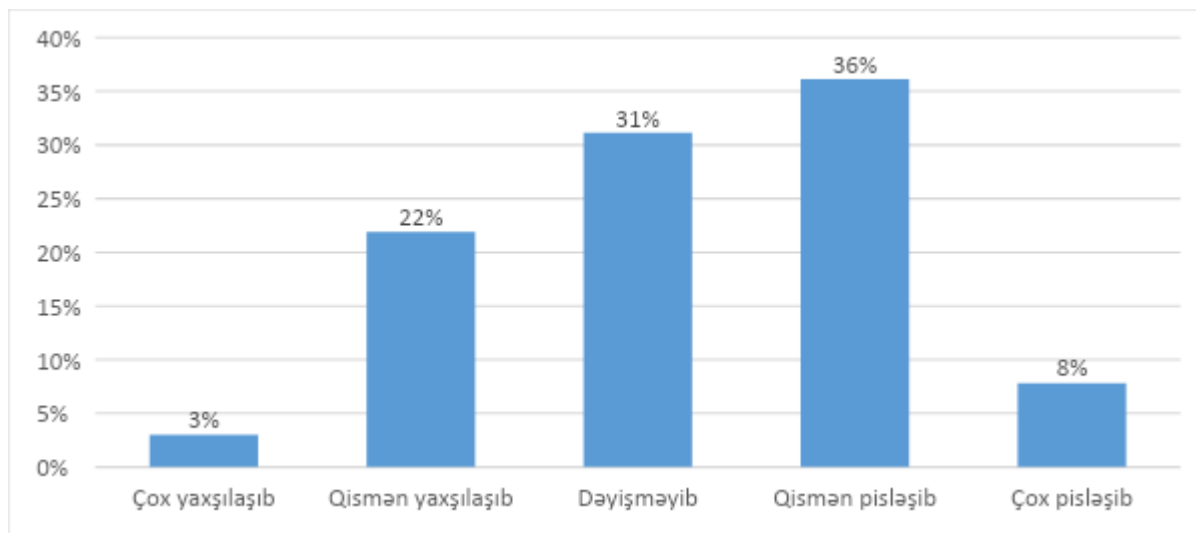
Hər bir qrupa aid 5 sual verilmişdi. Məhz aşağıdakı nəticələri də biz bu suallara uyğun olaraq nümayiş etdirəcəyik.

Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının son 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı düşüncələri

– Ötən 12 ay müddətində ailənizin (ev təsərrüfatınızın) maliyyə vəziyyəti necə dəyişib?

Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi insanların gələcək gözləntiləri keçmiş hadisələr əsasında qurulur. Bu məqsədlə biz respondentlərə keçən il hiss etdikləri vəziyyət ilə bağlı sualları da ünvanlamışıq. Bu suala cavab olaraq respondentlərin böyük hissəsi (44%) qeyd edib ki, keçən 12 ay ərzində onların maliyyə vəziyyəti pisləşib. Gəlir səviyyəsi azaldıqca bu göstərici artır. Ən aşağı gəlirli (0-300 manat) qrup üzrə respondentlərin 52,2%-i qeyd edib ki, maliyyə vəziyyətləri pisləşib. Hətta çox pisləşdiyini bu qrupda 12%-i qeyd edib. Ən yüksək gəlirli qrupda (1000 manatdan çox) isə maliyyə vəziyyətinin pisləşdiyini respondentlərin 31%-i qeyd edib. Eyni sayda insan vəziyyətin dəyişmədiyini deyib.

Diaqram 6. Ötən 12 ay ərzində maliyyə vəziyyəti

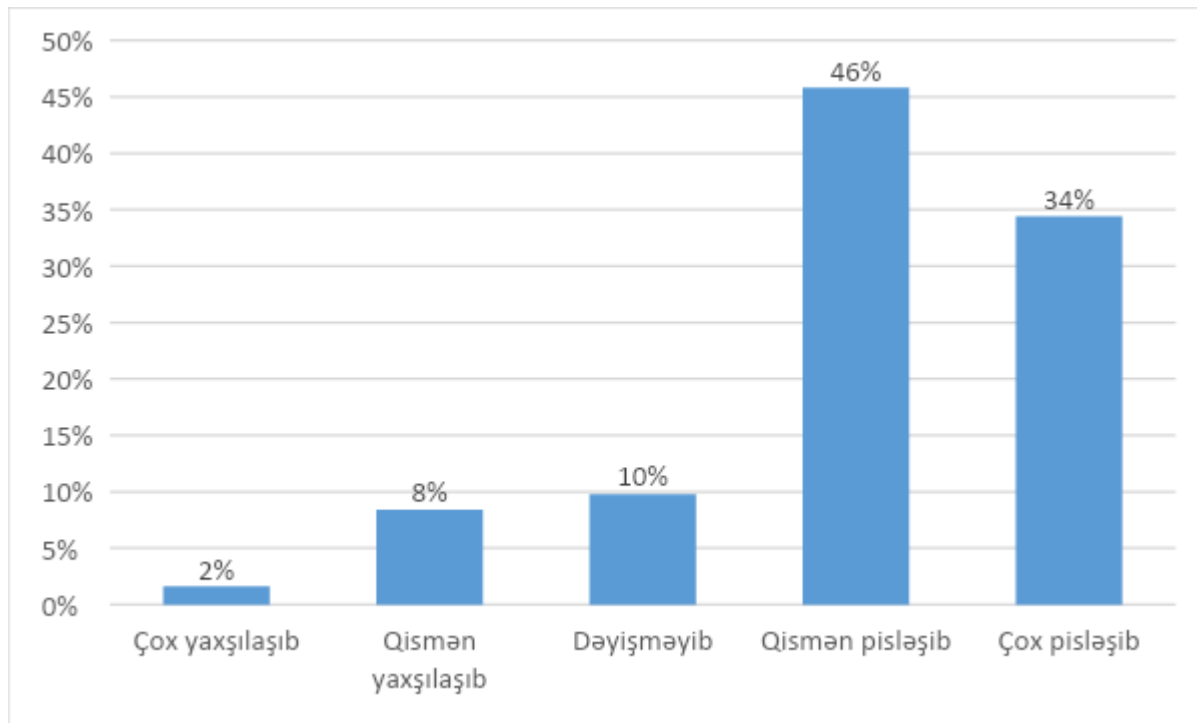


Keçən 12 ay ərzində vəziyyətin yaxşılaşdığını respondentlərin 25%-i qeyd edir. Qeyd etmək lazımdır ki, “çox yaxşılaşıb” cavabını seçənlər də əsasən 2 gəlir qrupuna aiddir. Bu cavabı seçənlərin yarısı 1000-dən yuxarı gəlir əldə edən qrupdur, 1/3-i isə 300 manata kimi gəlirə malik olan şəxslərdir.

– Ötən 12 ay müddətində ölkənin ümumi iqtisadi vəziyyətinin dəyişməsinə necə qiymətləndirirsiniz?

Ölkə iqtisadiyyatına münasibətdə isə respondentlər, demək olar ki, vahid fikrə malik idilər. Cavabların 80%-ə görə, ölkə iqtisadiyyatında vəziyyət pisləşib. Yalnız 10%-i qeyd edir ki, vəziyyət dəyişməyib. Eynən 10%-i vəziyyətin yaxşılaşdığını görür. Vəziyyətin yaxşılaşdığını müşahidə edənlər arasında 38%-i ən yuxarı gəlir qrupuna aid olunan şəxslərdir. İkinci yerdə orta gəlirli şəxslər gəlir.

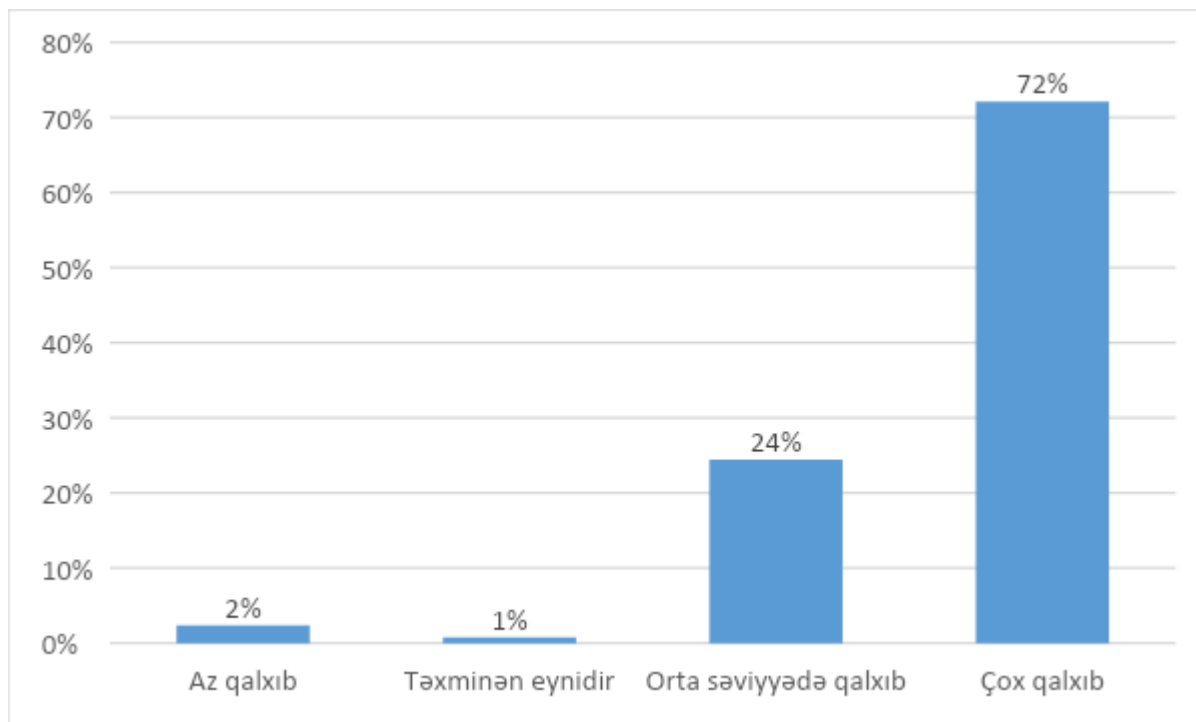
Diagram 7. Ötən 12 ay ərzində ölkənin vəziyyəti



– Ötən 12 ay müddətində istehlak qiymətlərinin dəyişməsini necə qiymətləndirirsiniz?

Respondentlər keçən il ərzində baş vermiş qiymət dəyişikliyinə yanaşmada da həmrəylik göstərirlər. Burada hətta cavabların 96%-ə görə qiymətlər qalxıb. Qiymətlərin az qalxdığını yalnız 2% müşahidə edib, qiymətlərin ucuzlaşdığını isə heç kim müşahidə etməyib. Həmçinin respondentlərin 72%-i isə hətta qiymətlərin çox qalxdığını müşahidə edib.

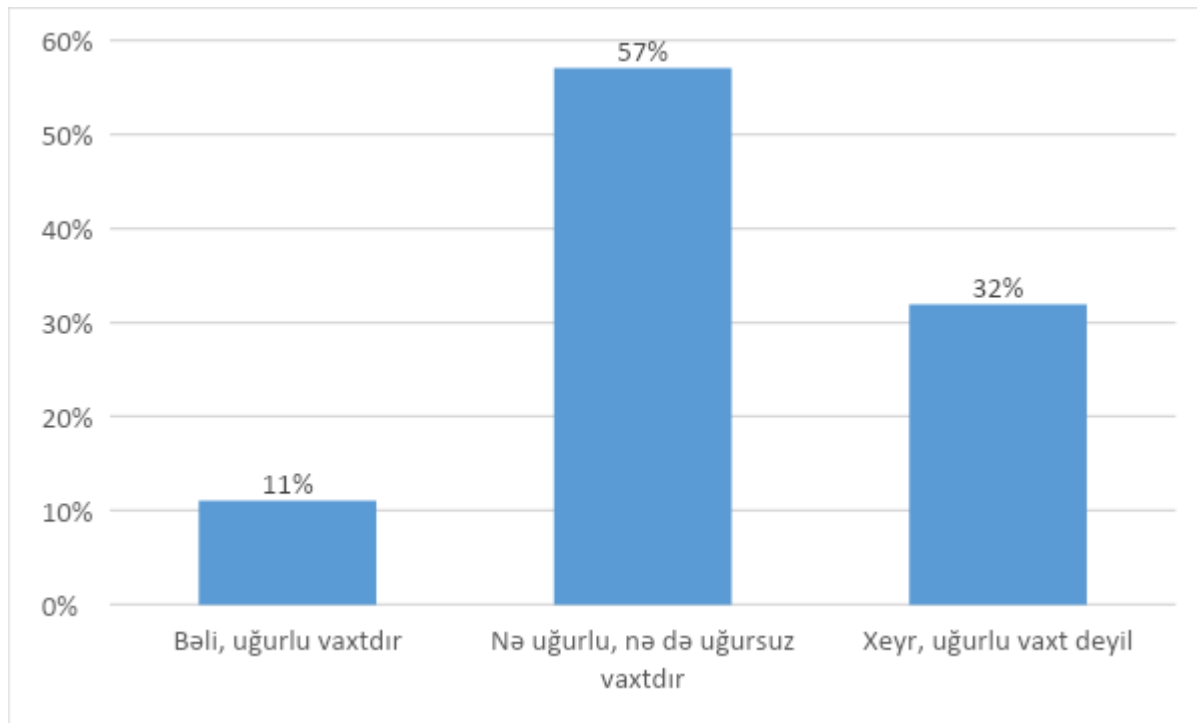
Diaqram 8. Keçən 12 ay ərzində qiymət dəyişikliyi



– Hal-hazırkı dövrü uzunmüddətli istifadə əşyalarının alışlarını (mebel, elektrik məişət avadanlıqları, maşın, ev və s.) həyata keçirmək üçün uğurlu vaxt hesab edirsinizmi?

İnsanların mövcud vəziyyət ilə bağlı baxışlarını ifadə edən göstəricilərdən biri də məhz istehlakçıların iri alışlar etmək istəyidir. Əgər alışlar üçün uyğun vaxt hesab olunursa, o zaman iqtisadi vəziyyətin qənaətbəxş olduğunu demək mümkündür. Əks halda iqtisadiyyatda neqativ proseslərin baş verdiyini təxmin etmək olar. Uzunmüddətli istifadə üçün nəzərdə tutulan əşyaların (məişət texnikası, maşın və s.) indiki vəziyyətdə alışları ilə bağlı insanların fikirləri qeyri-müəyyəndir. Respondentlərin böyük hissəsi neytral nəticəni (57%) seçib. Eyni zamanda indi uğurlu vaxt olmadığını hesab edən şəxslərin sayı isə respondentlərin 1/3-nə bərabərdir. Uğurlu vaxt olduğunu isə respondentlərin 11%-i iddia edir. Onlar arasında 40%-i ən yüksək gəlirli qrupa aid olanlar tutur. Eyni zamanda uğursuz vaxt olduğunu iddia edənlər arasında 25%-i ən yüksək gəlir qrupuna aid olanlar tutur.

Diaqram 9. Uzunmüddətli istifadə əşyalarının alışları üçün vaxt



– Ailənizin cari maliyyə vəziyyətini aşağıdakılardan hansı daha yaxşı təsvir edir?

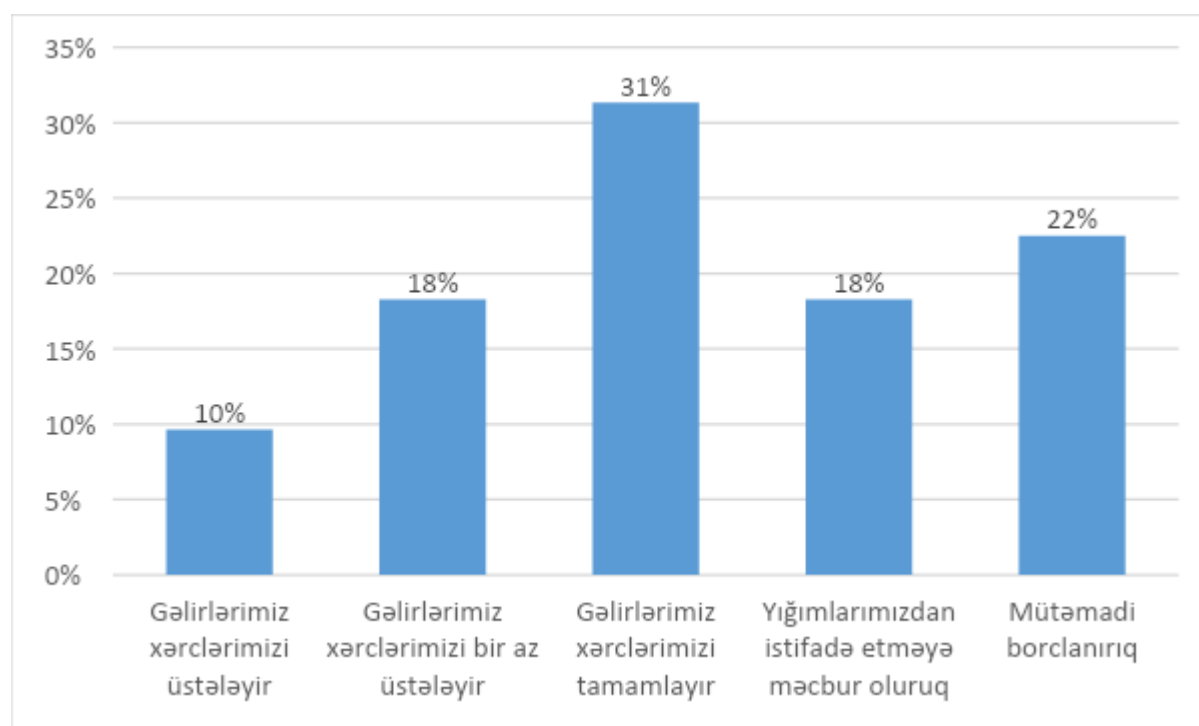
Cari maliyyə vəziyyəti ilə bağlı cavablar isə birmənalı deyil. Cari maliyyə vəziyyətinə dair sual ünvanlayarkən müəlliflər əsas meyar qismində gəlir və xərc nisbətini götürüblər. Müəlliflərin fikrincə, gəlirlərin xərcləri üstələməsi müsbət maliyyə vəziyyətinin göstəricisidir. Əks hallar isə mənfi göstəricidir.

Respondentlərin 10%-i öz cavabında göstərib ki, onların gəlirləri xərclərini üstələyir. Daha 18% deyib ki, gəlirləri cüzi olaraq xərcləri üstələyir. Yəni bu qrup insan müəyyən qədər yığım etmək imkanına malikdirlər. Təxmin etmək olar ki, bu qruplara yüksək gəlirli insanlar aiddir. Sorğunun nəticələrinə görə də, bu cavabı verənlər arasında 43%-i məhz aylıq olaraq 1000 manatdan çox vəsait qazanan şəxslərdir. İkinci yerdə isə 701-1000 manat arasında qazanan respondentlər yerləşib. Bu gəlir qrupuna aid olan şəxslər həmçinin yığımlardan məcburən istifadə edən qrup arasında da liderdirlər (27%).

“Mütəmadi olaraq borclanıırıq” cavabı verən respondentlər

arasında nisbi çoxluğu ən aşağı gəlir qrupuna aid olan insanlar tutur, amma ümumən hər qrup üzrə bu şəxslərin sayı bərabər paylanıb. Həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, cari maliyyə vəziyyəti təkcə gəlir səviyyəsindən yox, həmçinin ailə tərkibindən də asılıdır. Mütəmadi borclanan qrupda 66%-nin ev təsərrüfatında 4 və ya daha çox insan yaşayır. Yığımlar edən qrupda isə 45%-nin ev təsərrüfatında 1-3 nəfər yaşayır.

Diaqram 10. Ailənizin cari maliyyə vəziyyəti



Respondentlərin ölkə iqtisadiyyatının növbəti 12 aydakı vəziyyəti ilə bağlı gözləntiləri

– Gələcək 12 ay müddətində ailənizin maliyyə vəziyyətinin dəyişmə gözləntisini necə qiymətləndirirsiniz?

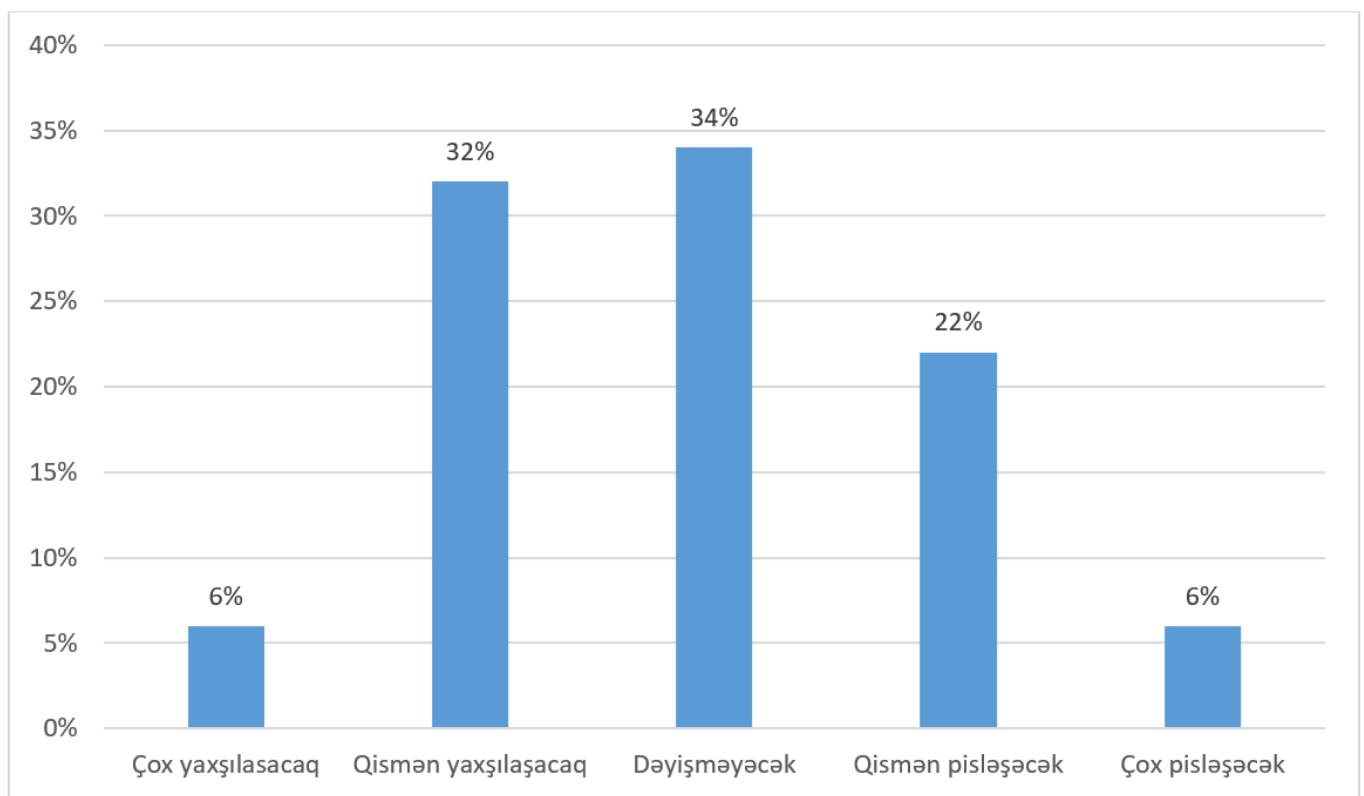
Gələcək 12 ayda ailənin maliyyə vəziyyəti ilə bağlı əhalinin gözləntilərini müəyyən qədər optimistik adlandırmaq olar. Respondentlərin 34%-i cavabında heç bir dəyişikliyin olmayacağını gözləyir. Daha 32% isə qismən yaxşılaşacağını gözləyir. Pisləşməsini yalnız 28% proqnozlaşdırır.

Son 12 ayda vəziyyətin pisləşdiyini respondentlərin 44%-də baş verdiyini nəzərə alsaq, bu optimistik göstəricidir. Nəzərə

almaq lazımdır ki, keçən 12 ayda maliyyə vəziyyətinin pis olmasını qeyd edən respondentlərin 26%-i növbəti 12 ayda çox və ya qismən maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşacağını düşünür.

Bununla belə qeyd etmək lazımdır ki, respondentlərin 34%-i növbəti 12 ay ərzində maliyyə vəziyyətlərində ciddi dəyişikliklərin olmamasını proqnozlaşdırırlar. Növbəti 12 ayda vəziyyətin dəyişməyəcəyini proqnozlaşdıran şəxslər arasında 39%-i keçən 12 ayda vəziyyətin çox və ya qismən pisləşdiyini seçmişdi. Başqa sözlə, bu qrupa aid olan respondentlərdə vəziyyət heç də qənaətbəxş deyil.

Diaqram 11. Gələcək 12 ayda ailənizin maliyyə vəziyyəti

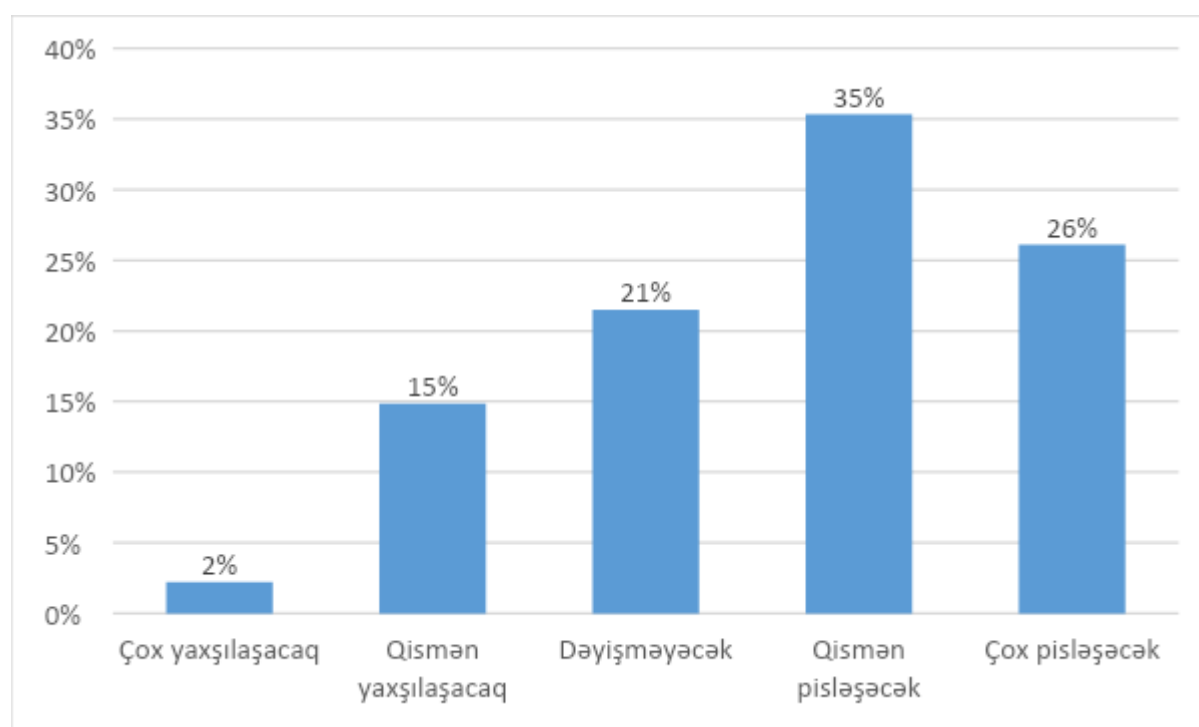


– Gələcək 12 ay müddətində ölkənin ümumi iqtisadi vəziyyəti barədə gözləntinizi necə qiymətləndirirsiniz?

Ailənin maliyyə vəziyyəti ilə bağlı optimistlik ölkənin vəziyyətinə aid olunmur. Respondentlərin 61%-i hesab edir ki, vəziyyət pisləşəcək. Dəyişikliyin olmayacağını yalnız 21%-i düşünür. Yalnız 17%-i düşünür ki, vəziyyət yaxşılaşacaq. Hətta qeyd etmək lazımdır ki, çox pisləşəcəyini düşünənlərin sayı

bütün digər qruplardan daha çoxdur. Bu da birbaşa olaraq əhali arasında yaxın 12 ay ilə bağlı pessimistik gözləntilər olmasının göstəricisidir. Məsələnin maraqlı tərəfi ondan ibarətdir ki, sorğunun keçirildiyi bütün müddət ərzində Azərbaycan neftinin dünya bazarlarında orta qiyməti 90 dollardan yüksək olaraq qalırdı. Martın 9-da maksimum – 135,99 dollar qeydə alınmışdı. Sorğuda 416 şəxs iştirak etmişdi. Ondan sonra sorğuda iştirak edən 84 şəxsdən 69%-i vəziyyətin qismən və ya çox pisləşəcəyini qeyd edirdi.

Diaqram 12. Gələcək 12 ayda ölkənin iqtisadi vəziyyəti

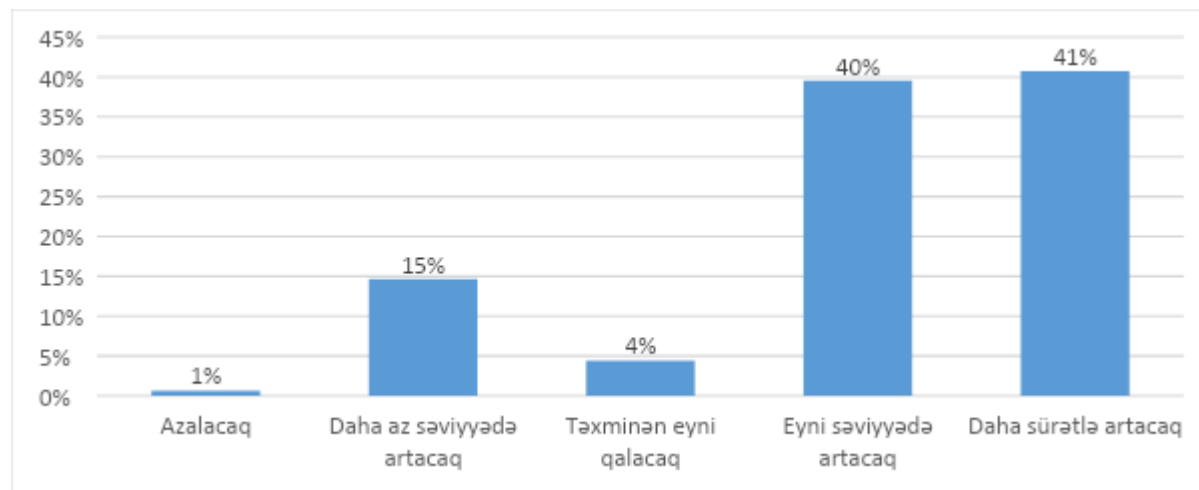


– Ötən 12 ayla müqayisədə gələcək 12 ayda istehlak qiymətlərinin dəyişməsi gözləntilərinizi necə qiymətləndirirsiniz?

Ölkə iqtisadiyyatının gələcəyi ilə bağlı mənfi fikirlərin əsas səbəbi qismində qiymətlər ilə bağlı olan qeyri-müəyyənliyin olmasını təxmin etmək olar. Daha doğrusu insanlar daha da yüksək qiymət artımını gözləyirlər. Respondentlərin 81%-i qiymət artımının davam edəcəyini düşünür. Onlar arasında yarısı düşünür ki, qiymət artımı 2021-ci ilin səviyyəsində olacaq, digər yarısı isə təxmin edir ki, qiymət artımı daha da

yüksək olacaq. Qiymətlərin dəyişməyəcəyini və ya hətta azalacağını yalnız 5% təxmin edir. Daha aşağı templer ilə qiymət artımını isə respondentlərin 15%-i təxmin edir.

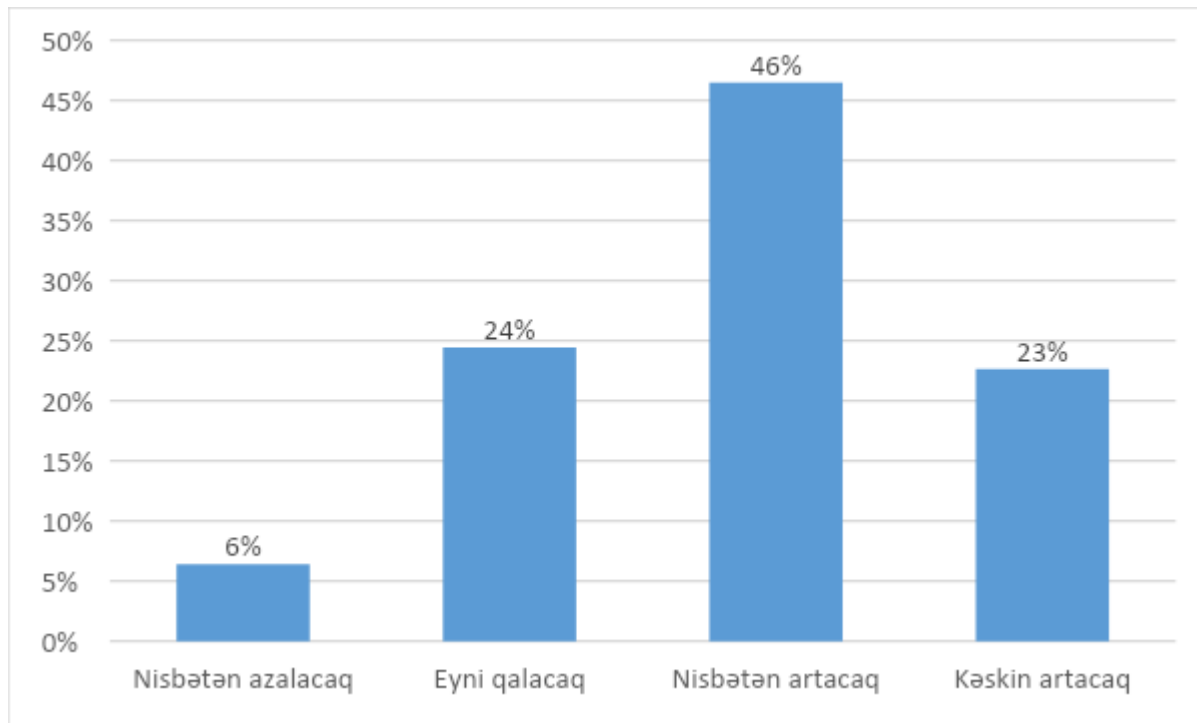
Diaqram 13. Gələcək 12 ayda qiymətlər necə dəyişəcək



– Gələcək 12 ayda işsiz əhəlinin sayının dəyişməsi gözləntilərinizi necə qiymətləndirirsiniz?

Pessimistik yanaşma həmçinin daha bir suala cavabda özünü biruzə verir. Bu da gələcək 12 ay ərzində ölkə ərazisində işsizlərin sayı ilə bağlıdır. Respondentlərin 69%-i hesab edir ki, işsizlik artmağa davam edəcək. Eyni zamanda onların 46%-i bunun nisbi olacağını, 23%-i isə kəskin olacağını düşünür. Eyni səviyyədə qalacağını respondentlərin dördüdə biri düşünür. Respondentlərin 6%-i isə optimistik olaraq azalacağını düşünür. Bu fikirlə əsasən Bakıda yaşayan və gəliri 1000 manatdan çox olan şəxslər razılaşır.

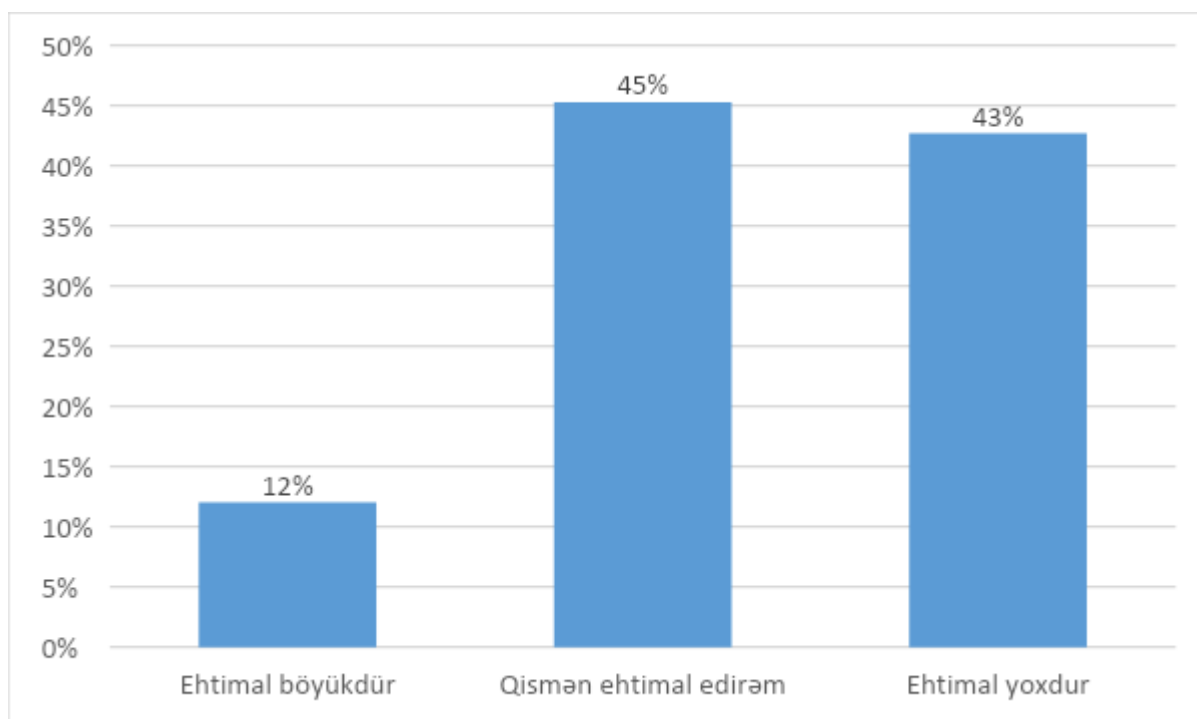
Diaqram 14. Gələcək 12 ayda işsiz əhəlinin sayı



– Gələcək 12 ayda pul yığmaq ehtimalınız varmı?

Gözləntilər arasında gələcək 12 ayda yığım etmək ehtimalının da aşağı olması başa düşüləndir. Respondentlərin 43%-i hesab edir ki, növbəti 12 ay ərzində yığım etmək mümkün olmayacaq. 45%-i proqnozlaşdırır ki, qismən nəsə etmək olacaq və yalnız 12%-i ehtimal edir ki, yığım etmək ehtimalı böyükdür.

Diagram 15. Gələcək 12 ayda yığım etmək ehtimalı



Beləliklə, göründüyü kimi respondentlərin böyük hissəsi nə indiki vəziyyəti müsbət qiymətləndirirlər, nə də ki gələcək vəziyyət ilə onlarda müsbət gözləntilər mövcuddur. Nəticə etibarilə, yalnız bir sual üzrə – “Gələcək 12 ay müddətində ailənizin maliyyə vəziyyətinin dəyişmə gözləntisini necə qiymətləndirirsiniz?” – indeks göstəricisi müsbət tərəfdədir. Bu sual üzrə indeks göstəricisi 104,92-yə bərabərdir. Digər suallar üzrə göstəricilər 100-dən aşağıdır. 100-dən az olması istehlakçı inamı cəhətdən pozitiv fikirdə olanların negativ fikirdə olanlara nisbətən az olduğunu göstərir.

Cədvəl 1: İstehlakçı İnəm İndeksi

Sual	İndeks
Ötən 12 ay müddətində ailənizin (ev təsərrüfatınızın) maliyyə vəziyyəti necə dəyişib?	88,05
Ötən 12 ay müddətində ölkənin ümumi iqtisadi vəziyyətinin dəyişməsinə necə qiymətləndirirsiniz?	48,50
Ötən 12 ay müddətində istehlak qiymətlərinin dəyişməsinə necə qiymətləndirirsiniz?	17,03
Hal-hazırkı dövrü uzunmüddətli istifadə əşyalarının alışlarını (mebel, elektrik məişət avadanlıqları, maşın, ev və s.) həyata keçirmək üçün uğurlu vaxt hesab edirsinizmi?	73,59
Ailənizin cari maliyyə vəziyyətini aşağıdakılardan hansı daha yaxşı təsvir edir?	87,15
Gələcək 12 ay müddətində ailənizin maliyyə vəziyyətinin dəyişmə gözləntisini necə qiymətləndirirsiniz?	104,92
Gələcək 12 ay müddətində ölkənin ümumi iqtisadi vəziyyəti barədə gözləntinizi necə qiymətləndirirsiniz?	65,86
Ötən 12 ayla müqayisədə gələcək 12 ayda istehlak qiymətlərinin dəyişməsi gözləntilərinizi necə qiymətləndirirsiniz?	47,39
Gələcək 12 ayda işsiz əhəlinin sayının dəyişməsi gözləntilərinizi necə qiymətləndirirsiniz?	57,31
Gələcək 12 ayda pul yığmaq ehtimalınız varmı?	63,33
İstehlakçı İnəm İndeksi	65,31

Metodologiyada qeyd etdiyimiz kimi, İstehlakçı İnəm İndeksi iki göstərici əsasında formalaşır. Onların biri indiki vəziyyəti, digəri isə gözləntiləri əks etdirir. Bizim sorğuya əsasən, son 12 aydakı vəziyyət ilə bağlı indeks göstəricisi

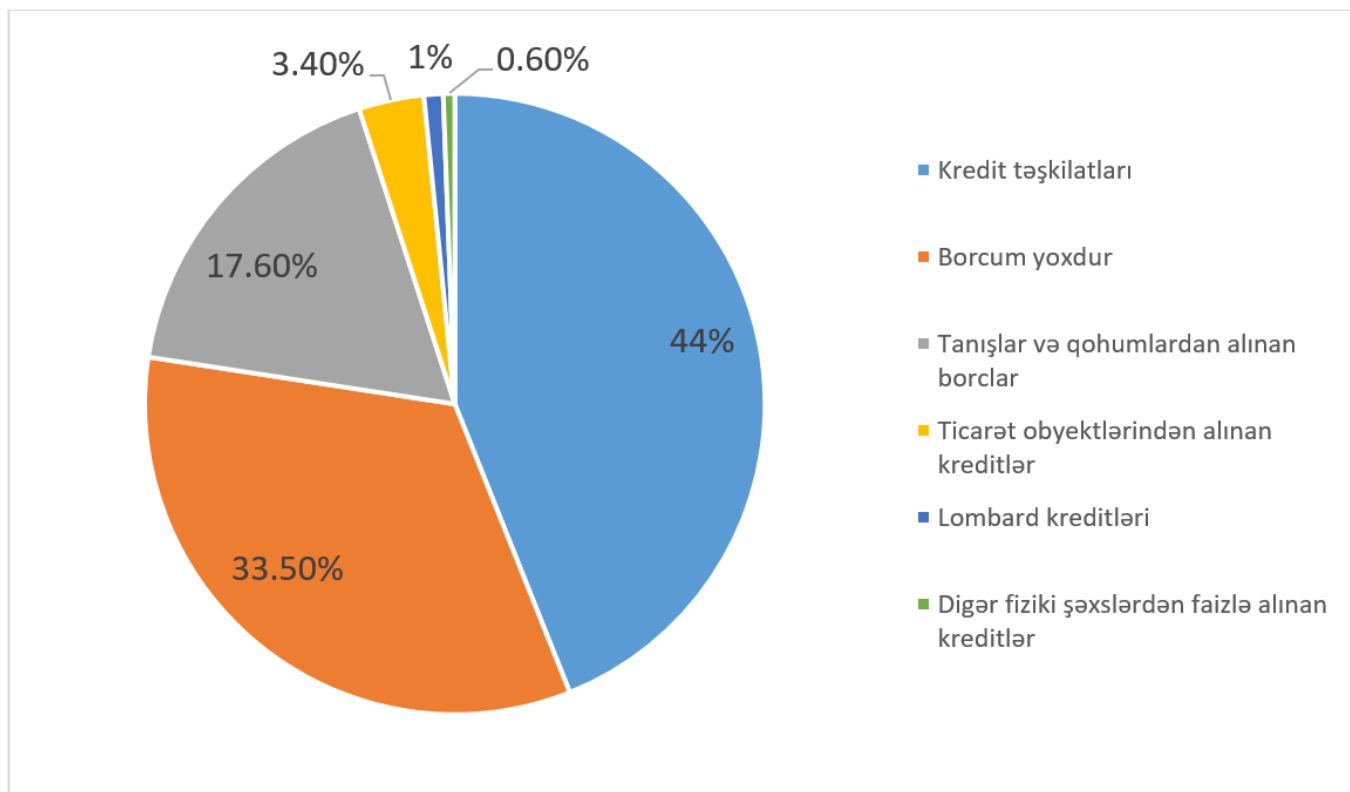
62,87 təşkil edir. Gözləntilər ilə bağlı indeks göstəricisi isə 67,76-ya bərabərdir. Məhz bu iki rəqəmin ədədi ortası da İstehlakçı İnəm İndeksini təşkil edir. Hesablamalarımıza görə, bu göstərici 65,31-ə bərabərdir. Göründüyü kimi, indeks göstəricisi 100-dən aşağıdır.

Əlavə suallar

Respondentlərin 22%-i ailənin cari vəziyyəti ilə bağlı suala cavab olaraq “mütəmadi borclanıırıq” bəndini qeyd etmişdilər. Bununla bağlı sorğu müəllifləri indeksdən kənar olaraq respondentlərə borcalma mənbələri ilə bağlı suallar da təqdim etdilər. Sorğuda iştirak edənlərin hansı mənbələrdən borc əldə etdikləri ilə bağlı suala cavablarından aydın olur ki, respondentlərin 44%-i borclanma mənbəyi olaraq kredit təşkilatlarını (bankları) göstərib. Göründüyü kimi, cari maliyyə vəziyyətindən asılı olmayaraq respondentlər müxtəlif kredit məhsullarına müraciət edirlər. Yalnız iştirakçıların 33,6 faizi heç bir borcu olmadığını bildirib. Borclanma mənbəyi olaraq tanış və qohumları göstərənlər respondentlərin 17,7%-ini təşkil edib. Respondentlərin 3,4%-i borc mənbəyi olaraq ticarət obyektlərindən alınan kreditləri (nisyə mal), 1%-i lombard kreditlərini, 0,6%-i isə digər fiziki şəxslərdən faizlə (sələm) alınan kreditləri göstərib.

Gəliri 500 manatadək olan şəxslərin təxminən üçdə biri borclanma mənbəyi olaraq bankları göstərsə də, 500 manatdan çox gəliri olanlar üçün bu göstərici 50 faizə bərabərdir. Kredit təşkilatlarına ən çox müraciət edənlər 701-1000 manat arası gəliri olanlardır. Bu qrupdakı iştirakçıların 57 faizinin borclanma mənbəyi kredit təşkilatlarıdır. Bu suala cavablarla bağlı ən diqqət çəkən məqamlardan biri də “borcum yoxdur” cavabını seçənlərin ən yüksək xüsusi çəkisinin 0-300 manat arası, yəni ən aşağı gəlir qrupuna daxil olanlar arasında qeydə alınmasıdır. Bu intervalda gəliri olan respondentlərin 44 faizi borcu olmadığını qeyd edib. Bu baxımdan ikinci ən yüksək göstərici 1000 manatdan çox gəliri olanlar arasında qeydə alınıb – 40 faiz.

Diaqram 16. Sorğu iştirakçılarının borclanma mənbəyi üzrə bölgüsü

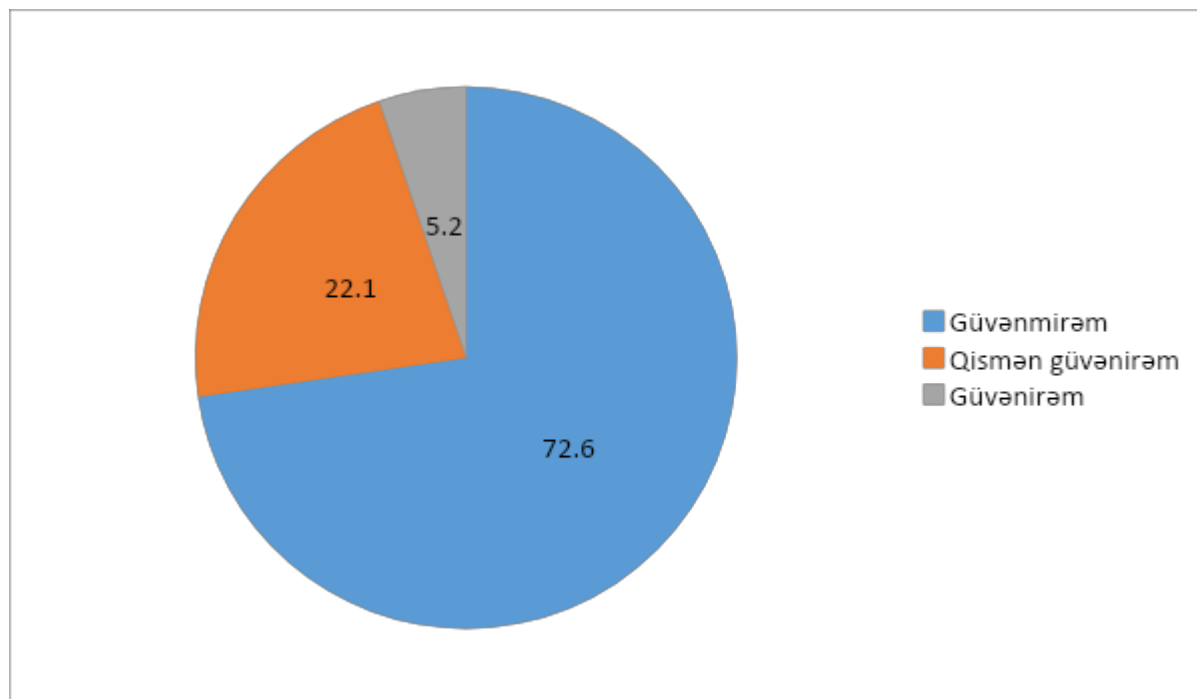


Sorğu çərçivəsində eyni zamanda respondentlərin ölkədə həyata keçirilən iqtisadi siyasətə güvənib-güvənmədikləri soruşulub. Cavablardan aydın olur ki, respondentlərin böyük əksəriyyəti–72,6%-i ölkədə həyata keçirilən iqtisadi siyasətə güvənmir. Respondentlərin 5,2 faizi ölkədə həyata keçirilən iqtisadi siyasətə güvəndiklərini, 22,1%-i isə qismən güvəndiklərini bildirib.

Respondentlərin hökumətin iqtisadi siyasətinə güvənmələri ilə bağlı sualı gəlir qrupları üzrə nəzərdən keçirdikdə aydın olur ki, hökumətin iqtisadi siyasətinə güvənməyənlərin ən aşağı göstəricisi ən az gəlir qrupuna (0-300 manat) daxil olan şəxslər arasında qeydə alınıb – 68%. Digər bütün gəlir qrupları arasında bu göstərici 70%-dən yüksəkdir. Hökumətin iqtisadi siyasətinə güvənməyənlərin payının ən yüksək olduğu gəlir qrupu isə aylıq 501-700 manat gəlir əldə edənlər arasındadır. Bu gəlir qrupundakı respondentlərin 78%-i hökumətin iqtisadi siyasətinə güvənmədiyini bildirib. Qeyd olunan göstəriciyə məşğulluq vəziyyəti üzrə baxdıqda aydın

olur ki, hökumətə güvənməyənlərin payının ən aşağı olduğu qrup tələbələr (63%), ən yüksək olduğu qrup isə işçilərdir (75%).

Diaqram 17. Sorğu iştirakçıların hökumətin iqtisadi siyasətinə güvəni



Nəticə

Qeyd etdiyimiz kimi, bazarda istehlakçıların gözləntiləri bir çox iqtisadiyyatlarda biznesmenlərin yeni investisiya qərarlarının qəbul edilməsinə ciddi təsir imkanlarına malikdir. Bu baxımdan istehlakçıların bazarla bağlı gözləntiləri həm iqtisadi fəallığın, həm də məşğulluğun artması baxımından əhəmiyyətlidir. Apardığımız tədqiqatın nəticələrindən aydın olur ki, hazırda Azərbaycanda istehlakçıların iqtisadi proseslərlə bağlı gözləntiləri neqativ yöndədir. Tədqiqatın əvvəlində də qeyd etdiyimiz kimi, istehlakçıların gözləntiləri əsasən keçmiş təcrübələr əsasında formalaşır. Sorğunun nəticələri onu göstərir ki, ötən 12 ay ərzində baş vermiş hadisələr istehlakçılara əsasən mənfi yöndə təsir etmişdir. Bunu göstərmək üçün biz tədqiqat çərçivəsində keçirdiyimiz sorğunun nəticələrinin balans metodu ilə hesablanmış indeks göstəricilərinə istinad edə bilərik. Oradan göründüyü kimi, indeksin ən aşağı göstəricisi ötən 12

ay müddətində qiymətlərin dəyişməsi komponenti üzrə qeydə alınmışdır. Cədvəldə göstərildiyi kimi, bu göstərici cəmi 17,03-ə bərabər olub. Bizim istifadə etdiyimiz metodologiyada isə 0-100 arasında olan göstəricilər neqativ gözləntiləri əks etdirir. Eynilə biz müşahidə edirik ki, istehlakçıların ötən 12 ay ərzində ümumi iqtisadi vəziyyətin dəyişməsini göstərən suala da yanaşması neqativ idi (48.5). Ümumilikdə, sorğunun nəticələrindən aydın olduğu kimi, hər iki suala cavabda respondentlər həmrəy mövqe nümayiş etdirib.

Bu da, həmçinin gələcəklə bağlı gözləntilərin daha çox pessimist olmasına səbəb olur. Məsələn, ötən 12 ayla müqayisədə gələcək 12 ayda istehlak qiymətlərinin dəyişməsini göstərən komponent üzrə indeks göstəricisi cəmi 47,39-dur. Başqa sözlə, insanlar növbəti 12 ayda da qiymətlərin sürətlə artmasını gözləyirlər. Məhz buna görə hər hansı uzun müddətli istifadə üçün yararlı olan əşyaların alınması ilə bağlı qərarсызdırlar. Sorğunun nəticələrinə görə də, bu suala cavab verən respondentlərin yarısından çox hissəsi neytral mövqe sərgiləyib.

Hesablama aparılan istiqamətlərdən sadəcə biri üzrə indeks göstəricisi 100-dən yüksək olub. "Gələcək 12 ay müddətində ailənizin maddi vəziyyətinin dəyişməsi üzrə gözlənti komponenti üzrə indeks göstəricisi 104,92-yə bərabər olub. Qeyd etdiyimiz kimi, tədqiqatın metodologiyasına görə indeks göstəricisi 100-dən yüksək olduğu halda istehlakçıların gözləntiləri pozitiv olaraq qiymətləndirilir. Güman edirik ki, bu istiqamətdə indeks göstəricisinin nisbətən yüksək olması ölkədə karantin məhdudiyyətlərinin aradan qaldırılması ilə bağlı gözləntilərdən doğur.

Beləliklə, balans üsulu vasitəsi ilə hesabladığımız indeks göstəricisi 65,31-ə bərabər olub. Bu göstərici hazırkı şəraitlə bağlı insanların gözləntiləri və eləcə də növbəti 12 ayla bağlı gözləntiləri əsasında hesablanıb. Metodologiyaya görə, bu göstərici iqtisadiyyatla bağlı istehlakçıların düşüncələrinin və gözləntilərinin mənfi olduğunu göstərir. Bu

baxımdan, aydın olur ki, hökumətin sosial-iqtisadi siyasəti ilə bağlı ciddi çağırışlar var və hökumət bu çağırışlara adekvat cavab verə bilmək üçün yeni effektiv sosial-iqtisadi siyasət mexanizmləri hazırlamalıdır. Bu baxımdan, xüsusi olaraq diqqət çəkmək istədiyimiz məqam istehlakçıların bazardakı iqtisadi proseslərlə yanaşı hökumətin iqtisadi siyasəti ilə bağlı düşüncələri ilə bağlıdır. Tədqiqat çərçivəsində həyata keçirdiyimiz sorğunun nəticələrinə görə, respondentlərin 72.6%-i hökumətin iqtisadi siyasətinə, ümumiyyətlə, güvənmədiyini bildirib. Ölkədəki hər dörd nəfərdən üçünün hökumətin iqtisadi siyasətinə güvənmədiyini şəraitdə hökumətin təklif etdiyi siyasət mexanizmlərinin effektivliyi öncədən sual altına düşmüş olur. Bu baxımdan, ölkədə siyasət mexanizmlərinin hazırlanmasında iştirakçılığın, şəffaflıq və hesabatlılığın təmin edilməsi hökumətin iqtisadi siyasətinə güvənin artmasına səbəb ola bilər. Fikrimizcə, bu istiqamətdə atıla biləcək addımlardan biri də, Mərkəzi Bankın və ya digər iqtisadi institutların istehlakçı gözləntiləri və davranışları ilə bağlı davamlı hesabatların hazırlanması və bu hesabatın nəticələrinin ictimaiyyətlə paylaşılması ola bilər.

Qeydlər və istinadlar:

[\[1\]](#) Kardes, F., Cronley, M. and Cline, T., "Consumer Behavior", Mason, OH, South-Western Cengage, 2011. s.7.

[\[2\]](#) Besanko D., Braeutigam R.R. *Microeconomics*. 5th edition. 2014. s. 105

[\[3\]](#) Besanko D., Braeutigam R.R. *Microeconomics*. 5th edition. 2014. s. 30

[\[4\]](#) Mikolayek-Gocegna M., "Expectations in the Theory of Economics. Investor Expectations in Value Based Management". May 2014. s. 35-46. s. 35

[\[5\]](#) Friedman M. A Theory of the Consumption Function. Princeton. 1957. s. 97

[6] Dominitz J., Manski C.F. "How Should We Measure Consumer Confidence?" Journal of Economic Perspectives. Volume 18, No2, Spring 2004. s.51-66. s. 51-52

[7] Carroll C. D., Fuhrer J.C., Wilcox D.W. "Does consumer sentiment forecast household spending? If so, why?" Journal American Economic Review 84. 1994. s. 1397–1408.

[8] Vermeulen P. An evaluating of business survey indices for short-term forecasting: Balance method versus Carlson-Parkin method. International Journal of Forecasting, 30. 2014. s. 882-897. s. 882

[9] Azərbaycanda İstehlakçı İnəmi İndeksi 30,01 bazis bəndi səviyyəsindədir. Trend.az. 05.11.2013.

<https://az.trend.az/business/economy/2208252.html>

[10] Azərbaycanda İstehlakçı İnəmi İndeksi 30,01 bazis bəndi səviyyəsindədir. Trend.az. 05.11.2013.

<https://az.trend.az/business/economy/2208252.html>

[11] Pul Siyasəti İcmalı. Yanvar-dekabr 2020. Mərkəzi Bankın rəsmi saytı. 18.02. 2021. s. 5

<https://uploads.cbar.az/assets/c14b64062df55c0d18e9ec3de.pdf>

[12] Pul Siyasəti İcmalı. Yanvar-dekabr 2021. Mərkəzi Bankın rəsmi saytı. 18.02. 2022. s. 21

<https://uploads.cbar.az/assets/c14b64062df55c0d18e9ec3de.pdf>

[13] Ev təsərrüfatlarının maliyyə davranışı və niyyətləri. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin Elmi-Tədqiqat və Statistik İnnovasiyalar Mərkəzinin rəsmi saytı. 2019. <http://etsim.az/db/musahideanket/menyu.php>

[14] Keçirilmiş müsabiqələr. Antiinhisar və İstehlak Bazarına Nəzarət Dövlət Xidmətinin Dövlət elektron satınalmalar reyestri. 2022. <https://etender.gov.az/competition/reference>