

UOT 330.13.6

DOI 10.30546/JIECM.2025.2.2002

**İSTEHSAL OLUNMUŞ MƏHSULLARIN SATIŞ KANALLARININ
TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ****Kəmalə Seyfulla qızı Dadaşova****Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti****kamale.dadasheva.74@mail.ru**

***Xülasə.**Məqalədə istehsal olunmuş məhsulların satış kanallarının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinə baxılmışdır. Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində məhsulların satışı üçün marketinq siyasətinin həyata keçirilməsi zəruri hesab edilir. Aparılmış təhlil əsasında mövcud problemlər müəyyən edilmiş, onların aradan qaldırılması istiqamətləri göstərilmişdir.*

***Açar sözlər:** məhsul, istehsal, bazar iqtisadiyyatı, milli iqtisadiyyat, inkişaf*

Giriş.Müasir bazar iqtisadi şəraitində satış fəaliyyətində mərkəzi yer tutan müəssisələrin mal və xidmətlərinin təşviqinə sistemli yanaşma biznes fəaliyyətini həyata keçirərkən heç də az əhəmiyyət kəsb etmir. Təqdimat, bir şirkət tərəfindən istehlakçıları məhsul, xidmət və ya ideya haqqında məlumatlandırmaq, inandırmaq və ya xatırlatmaq üçün istifadə olunan bir mesajdır. Malların əsas məqsədi istehlakçıları ilk alış-veriş etməyə və məhsul haqqında müsbət təəssürat yaranan bütün sonrakı alışları etməyə həvəsləndirməkdir [1,s.75].

Məhsulun təşviqi məhsulun istehsalçıdan istehlakçıya fiziki hərəkəti ilə müəyyən edilir. Beləliklə, məhsulun təşviqi ilə mənimsəməyə, genişləndirməyə və ya inkişafa yönəlmiş bir sıra tədbirləri başa düşmək zəruridir. Hədəf bazar segmenti və reklam vasitələri, şəxsi satış, təbliğat, satışın təşviqi və s. vasitəsilə tələbin yaradılması və satışın artırılması əsasında müəyyən edilir [2,s.64].

Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində məhsulun satışının əsas xüsusiyyətləri

Məhsulun tanıtımının əsas məqsədi onlara olan tələbatı stimullaşdırmaq və şirkətin müsbət imicini yaratmaqdır. Məhsulun təşviqinin əsas məqsədlərini formalaşdırmaq üçün funksional yanaşma təklif etmək mümkündür.

Bu məqsədlərin həyata keçirilməsinin aşağıdakı yolları mövcuddur: yeni müştərilərin cəlb edilməsi, mövcud müştərilərdən tələbatın artırılması, satış agentlərinin fəaliyyətinin dəstəklənməsi, satış göstəricilərinin davamlılığının təmin edilməsi, müsbət brend imicinin yaradılması, satış portfelinin formalaşdırılması, alıcı motivasiyasının inkişafı və s. Beləliklə, məhsulun təşviqi funksiyaları dəstinə aşağıdakılar daxildir: məqbul qiymətə nüfuzun əldə olunması, innovativ məhsul üzrə imicinin yaradılması; potensial istehlakçılara məhsulun faydalı xüsusiyyətləri haqqında məlumatın çatdırılması; məhsulun qavranılması üçün yeni standartların işlənib hazırlanması; yüksək qiymət aralığında malların satışı üzrə təşviqi; satış sisteminin və onun iştirakçılarının stimullaşdırılması; şirkətin müsbət reytinginin formalaşması [3,s.45].

Məhsulun təşviqi üsulları bunlar hesab olunur:

1. Reklam - malların onun əsas funksiyası və imkanları barədə faktiki istehlakçılara məhsulun faydalı xüsusiyyətləri (və ya onların təkmilləşdirilməsi) haqqında məlumat verir. Reklamın məqsədi təşviq edilən məhsulun istehsalçısının bazar payını artırmaqdır.

Reklam kampaniyasının effektivliyi, bir qayda olaraq, reklam olunan məhsulun mühüm əhəmiyyətini əsaslandırان arqumentlərdən, eləcə də müqayisəli xüsusiyyətləri verilmiş reklam yayımı vasitələrinin seçiminin optimallaşdırmaqdır. Reklam yayımı vasitələrinin seçimi malların təşviqi məqsədləri və şirkətin mövcud resursları nəzərə alınmaqla aparılmalıdır [4,s.75].

Fərdi satış potensial istehlakçıya təşviq edilən məhsulu almaq üçün motivasiya yaratmaqdan ibarətdir.

Şəxsi satış prosesi bir neçə mərhələdən ibarətdir:

1) hədəf auditoriyasının müəyyən edilməsi (alıcılıq qabiliyyətinə əsaslanaraq şəxsi əlaqə qurmağın məqsəduyğun olduğu potensial istehlakçıların müəyyən edilməsi);

2) hazırlıq mərhələsi (potensial istehlakçılar haqqında onların xüsusiyyətlərini formalaşdırmaq və müəyyən etmək üçün məlumatların toplanması əlaqə qurmağın ən optimal üsulu);

3) hədəf auditoriyanın yerləşməsinin təmin edilməsi (təşviq olunan məhsula diqqəti cəlb etməklə potensial istehlakçıların alış-veriş etmək motivasiyasının inkişaf etdirilməsi, onun faydalı xüsusiyyətləri barədə məlumatlandırılması, məhsulun alınması üçün aktiv fəaliyyətin həvəsləndirilməsi);

4) məhsulun təqdimatı (məhsulun xüsusiyyətləri və üstünlüklərinin birbaşa təqdimatı, potensial alıcıların suallarına cavablar);

5) alıcının şübhələrini aradan qaldırmaq (alıcını reklam olunan məhsulu satın almağın məqsəduyğunluğuna inandırmaq istəyi; alışını əsaslandırmaq və mümkün etirazları aradan qaldırmaq üçün ilkin hazırlıq);

6) satışın başa çatması (alış şərtlərinin ətraflı müzakirəsi);

7) malların çatdırılması (alınmış malların vaxtında çatdırılmasının təşkili; müştərilərin alışdan məmnunluq dərəcəsinin öyrənilməsi; şikayətlərə operativ cavab verilməsi).

Sahibkarlıq fəaliyyətinin məhsul istehsalında və satışında rolunun qiymətləndirilməsi

İstehsal olunmuş məhsullar sahəsində innovasiyalı sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi üzrə mövcud sistem formalaşma mərhələsində olmaqla milli iqtisadiyyatın dinamik inkişafının tələblərinə uyğunlaşmağı tələb edir. Müasir bazar münasibətləri şəraitində innovasiyalı fəaliyyətin dövlət tənzimlənməsi metodiki təminatın, büdcə-vergi, pul-kredit, antiinflasiya və ümumilikdə antiböhran tənzimlənməsi sisteminin yenidən nəzərdən keçirilməsini, həmçinin investisiya proseslərinin idarə edilməsinə və ixracyönlü sahibkarlıq fəaliyyətinin tarif və qeyri-tarif tənzimlənməsi üsullarına, keyfiyyətə yeni münasibət tələb edir [5,s.121].

İstehsal sahəsində innovasiyalı sahibkarlığın inkişafının tənzimlənməsi innovasiya siyasəti prioritetləri nəzərə alınmaqla həyata keçirilir. “İnnovasiya siyasəti sahəsində dövlətin əsas vəzifələrinə aşağıdakılar aid edilir:

- innovasiya fəaliyyətinin aktivləşdirilməsini stimullaşdıran normativ-hüquqi bazanın formalaşdırılması;

- innovasiya fəaliyyətinə maliyyə dəstəyinin göstərilməsi, respublikanın innovasiya potensialının qorunub saxlanması və daha da möhkəmləndirilməsi üçün şəraitin yaradılması;

- innovasiya infrastrukturunun formalaşdırılması və onun inkişafına yönəldilən tədbirlərin görülməsi;

- innovasiya fəaliyyətinə yönəldilmiş kadrların hazırlanması”.

Mülkiyyət mənsubiyyətindən asılı olmayaraq bütün təsərrüfat subyektlərinin bərabər imkanlar şəraitində fəaliyyətinin tənzimlənməsi, onların mənafeələrinin qorunması və təbii ki, sosial sferanın inkişafına xidmət etməlidir. Bu məqsədlə, sosial-iqtisadi proseslərin birbaşa və dolayı tənzimlənməsi üsul və vasitələrindən istifadə olunur. Aqrar sahədə innovasiyalı fəaliyyətin tənzimlənməsinin dolayı (iqtisadi) üsul və vasitələrinə, ilk növbədə vergi (vergi güzəştləri və vergidən azad olma), gömrük, pul-kredit və valyuta tənzimlənməsi, qiymət tənzimlənməsi, dövlət sifarişləri aid edilir. Qabaqcıl xarici təcrübədə bu məqsədlə, aqrar sahədə innovasiya siyasəti elementləri, sahə iqtisadiyyatının proqnozlaşdırılması, idarəetmə və nəzarət elementlərindən fəal istifadə olunmaqdadır.

Azərbaycanın bütün istiqamətlərdə sürətli inkişafı sayəsində innovasiyalı fəaliyyətin stimullaşdırılması imkanları genişlənilir. Həmin imkanlar planlaşdırma, layihələndirmə, marketinq və bu kimi digər vasitələrlə aqrar sahibkarın bazarda mövqeyini möhkəmləndirməyə xidmət etməlidir. Bu məqsədlə, müvafiq institusional sistemin formalaşdırılması da mühüm əhəmiyyət kəsb edir [6,s.124].

“İqtisadi fəaliyyətin bütün funksional sferalarında yeniliklərin yaradılması və səmərəliliyin yüksəldilməsi prosesi planlaşdırmanın, elmi tədqiqatların, layihələrin işlənilib hazırlanmasının, məhsul

istehsalının, marketinqin, bir sözlə, bazarda mövqeyini qoruma prosesinin ayrılmaz sistemə çevrilməlidir. Ölkənin bütün istehsal olunmuş məhsullar üzrə sahələrində innovasiya tədbirlərinin tətbiqi sferasının genişlənməsini və səmərəliliyin yüksəldilməsini təmin edən xüsusi bölmələr, xidmətlər yaradılmalıdır. İnnovasiya sistemə daha çox yeniliklərin yaradılması prosesinin idarə edilməsi, kollektivin yaradıcılıq potensialının daha yaxşı istifadə edilməsi daxil olunmalıdır”.

İnnovasiyalı inkişaf çoxsaylı amillərin təsiri altında formalaşan, olduqca mürəkkəb və kənar təsirlərə yüksək dərəcədə həssas prosesdir. Odur ki, həmin inkişafın, xüsusilə istehsal sahəsində stimullaşdırılması və özəl bölmədə iqtisadi fəallığın tənzimlənməsi mexanizminin artan mürəkkəbliyi gözləniləndir. Haqqında danışılan mexanizmin təkmilləşdirilməsi isə daha geniş rəqabətdə, prinsiplə yeni yanaşmaların formalaşdırılması və həyata keçirilməsini tələb edir.

İstehsal sahələri üzrə innovasiyalı sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi sisteminin təkmilləşdirilməsinin prioritetlərindən biri innovasiyaların investisiyalaşdırılması proseslərinin idarə edilməsi və iqtisadi, sosial, texnoloji, ekoloji və digər motivlərin uzlaşdırılmasını nəzərdə tutan adekvat qərarların qəbulu üçün mükəmməl mexanizmin formalaşdırılmasıdır. Sahədə innovasiyalı sahibkarlığın inkişafının tənzimlənməsi sistemi investisiya mühitinin formalaşmasına, istehsal və resurs potensialından istifadə prosesinə bütün əsas xarakteristikaları əhatə etməlidir. Belə ki, tədqiqatlar əsasında innovasiyalı sahibkarlığın rəqabət qabiliyyəti mühüm kumulyativ göstərici olduğu məlumdur [7,s.240].

Rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsində intensivləşmənin, indiyə qədər məlum rolu artmaqdadır. Həmin proseslər istehsal fəaliyyətinin son məqsədinə (istehlakın xarakteristikalarına) uyğun olaraq, iqtisadi subyektlərin mövcudluğu və inkişafının əsas vasitəsi olaraq qalır.

Araşdırmalar göstərir ki, rəqabətqabiliyyətli innovasiyalı sahibkarlığın formalaşmasının “əsas şərtlərindən biri - intensiv istehsal üçün şərait yaradılmasından asılıdır və bu optimal sahələrarası münasibətlərin formalaşdırıldığı şəraitdə mümkündür. İstehsal sahəsində çalışan müəssisələrinin yalnız bir qismi maliyyə baxımından sabit vəziyyətdə olub istehsalın həcmi artırmaq imkanındadır.

Rəqabətqabiliyyəti təbii resurslardan istifadənin xarakteri ilə bilavasitə əlaqədardır. Təbii sərvətlərdən, o cümlədən, torpaqdan və sudan istifadənin səmərəliliyi, həmin sərvətlərin qiymətləndirilməsinin reallığa uyğunluğu səviyyəsindən bilavasitə asılıdır. Başqa sözlə, innovasiyalı sahibkarlığın ətraf mühitə və təbii sərvətlərə münasibətdə fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyi, ekoloji tələblərlə məhdudlaşdırıldığı şəraitdə, innovasiyalar özünəməxsus xarakter almaqdadır.

İstehsal sahəsində innovasiyalı intensivləşmə proseslərinin ekoloji-iqtisadi diaqnostikası zamanı rəqabətqabiliyyəti amilinə münasibətin xarakteri və özünəməxsus cəhətlərin müvafiq tənzimləyici təsirlər kompleksində nəzərə alınması məsələləri də aktual olaraq qalır. Unutmaq olmaz ki, məhz haqqında danışılan özünə məxsusluqlar, xarici təcrübədə, iqtisadi-inzibati xarakterli tədbirlərin, bəzən hətta müvafiq xarakterli kompleks proqramların işlənilməsinə hazırlanmasını şərtləndirmişdir.

Qabaqcıl xarici təcrübə göstərir ki, islahatların dərinləşdirilməsi şəraitində istehsal və emal sahələrində innovasiyalı sahibkarlığın rəqabətqabiliyyətinə təsirinin idarə olunması və investisiyalaşma prioritetlərinin reallaşdırılması proseslərinin tənzimlənməsi məsələləri vahid müstəvidə həll edilməlidir. Məsələ ondadır ki, innovasiyalı sahibkarlığın səmərəlilik səviyyəsini xarakterizə edən göstəricilər, həlledici dərəcədə yeni məhsul və xidmətlərin texniki-iqtisadi parametrləri ilə şərtlənir. Sahibkar intellektual potensialın inkişafına vəsait qoyuluşunu artırmaqdan əvvəl, bütün mümkün variantları araşdırır, həmin vəsaitlərin istifadə prioritetlərini yenidən nəzərdən keçirir. Bu məqsədlə iri sahibkarlıq subyektləri, hərtərəfli təhlilin və investisiya modelləşdirilməsinin nəticələrindən istifadə imkanına malikdir. Kiçik sahibkarlıq subyektləri isə, yaxşı halda müqayisəli təhlilin nəticələri ilə kifayətlənməli olurlar. Bu və digər amillərin nəticəsidir ki, istehsal sahəsində innovativ xarakterli sahibkarlıq fəaliyyətinin təşviqində metodiki təminatın rolunun, əhəmiyyətli dərəcədə artması müşahidə olunur.

İstehsal sahəsində innovasiyalı sahibkarlığın stimullaşdırılması prioritetləri qismində və eləcə də məhsulların satış kanallarının təkmilləşdirilməsi məqsədilə aşağıdakı tədbirlər həyata keçirilməlidir:

- ekoloji təmiz məhsullarının istehsal həcmi və ixrac ölkələrinin genişləndirilməsi;

- tullantisız istehsal texnologiyalarının tətbiqinin iqtisadi mühitinin yaxşılaşdırılması;
- xammal bazasını formalaşdıran innovasiyalı daxili istehsalın inkişafına dəstək mexanizminin yaradılması;
- qida rasionunun və ayrı-ayrı qida komponentlərinin insan ekologiyası meyarları ilə idarə olunması;
- innovasiyalı sahibkarlıq mühitinin daha səmərəli monitorinqi sisteminin formalaşdırılması və s.

Ekoloji təmiz məhsulların istehsalı təbiətə münasibətdə uyğunlaşma kontekstində, sözün həqiqi mənasında innovasiyalı fəallığın yeni səviyyəsinin əldə olunmasını tələb edir. Bu fəallıq təkcə istehsal, emal, daşıma, saxlama və satışda deyil, eyni zamanda istehlakda da özünü göstərməlidir. Əsrlər boyunca formalaşmış istehlak mədəniyyətinin prioritetləri, ekoloji təmiz məhsullardan istifadə kontekstində yenidən qiymətləndirilməli, insan ekologiyası meyarları iqtisadi məqsədəuyğunluq meyarları ilə bir sırada nəzərdən keçirilməlidir.

Alternativ enerji mənbələrindən istifadəni nəzərdə tutan innovasiyalı aqrar sahibkarlıq bərpa olunmayan enerji resurslarına qənaət baxımından strateji əhəmiyyətə malikdir. Tullantisız texnologiyalar konsepsiyasında enerji daşıyıcılarından istifadə məsələlərinin də əhatə olunması alternativ enerji mənbələrinə innovativ yanaşma imkanlarına proqram-məqsədli yanaşmanın metodoloji və praktiki bazasını möhkəmləndirə bilər. Təcrübədə, haqqında danışılan konseptual yanaşmalara rast gəlinərsə də, hələ də arzu olunan temp və miqyas əldə edilməmişdir [8,s.91].

Sahədə sahibkarların innovasiyalara diqqətinin məlum səbəbləri qismində, ilk növbədə, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi, mütərəqqi texnologiyaların yüksək rentabelliyi, yeni məhsullar hesabına ümumi rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi və bazarın az mənimsənilmiş segmentlərinə çıxış imkanının yaranması qeyd olunmalıdır. Görmək çətin deyildir ki, sadalanan amillərin ayrı-ayrılıqda innovasiyalı sahibkarlıq fəaliyyətinin motivləşdirilməsində oynadığı rolu qiymətləndirmək üçün, müasir iqtisadi-riyazi üsullardan və mütərəqqi informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından, daha fəal surətdə istifadə edilməlidir. Müqayisəli üstünlüklərin reallaşdırılmasını nəzərdə tutan regional ixtisaslaşma şəraitində aqrar sahədə innovasiyalı sahibkarlığın inkişafı, ilk növbədə torpaq resursları ilə təminat səviyyəsindən, torpaq bazarının mövcud durumundan, torpağın keyfiyyətinin bərpası və yüksəldilməsi imkanlarından, təbii – iqlim şəraitindən, satış yerinə (bazara), emal qurumlarına və təchizat mənbələrinə qədər olan məsafə, kooperasiya və inteqrasiya əlaqələrinin xarakteristikalarından, nəqliyyat qovşaqlarının vəziyyətindən, su hövzələrinə yaxınlıqdan, relyefdən və ekoloji durumdan, əmək vərdişlərindən, sahibkarlıq subyektinin maliyyə təminatından və maliyyə resurslarından istifadə rejimindən, aqrar istehsalın innovasiyalı- intensivləşmə və ixtisaslaşma səviyyəsindən və bu kimi bir sıra digər amillərdən asılıdır.

İstehsal və emal ilə məşğul olan sahibkarların innovasiya fəaliyyətinin stimullaşdırılması sistemində innovasiya fondları əhəmiyyətli rola malikdir. Yerli xammaldan istifadə, daxili istehsalçıların innovasiya fəallığının təşviqi meyarları inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsindən göründüyü kimi, innovasiyalı sahibkarlığın stimullaşdırılmasında innovasiya fondlarından istifadənin kreativ sisteminin formalaşdırılması üçün real imkanlar açır. Postsovet məkanında innovasiya fondlarının dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilməsi təcrübəsi, hələ də üstünlük təşkil etdiyindən, həmin fondların maliyyələşdirilməsi mexanizminin milli elmi-texniki siyasətin aqrar sahədə proteksionizmdən və institusional təminatdan asılılığının minimumlaşdırılması hesabına tranzaksiyon məsrəfləri aşağı salınması istiqamətində təkmilləşdirilməsi, zənnimizcə məqsədəuyğundur.

Vençur fondları, müxtəlif innovasiyalı fəaliyyət subyektlərində və innovasiya məhsullarının yaradılmasının müxtəlif mərhələlərində fərqli funksiyaların icrasında istifadə olunur. “İnnovasiya işləmələrinin maliyyələşdirilməsinin ən mühüm infrastruktur elementlərindən biri vençur fondlarıdır. Ancaq bütün cəlbədicə cəhətlərinə baxmayaraq onlar innovasiya məhsullarının yaradılmasının tam maliyyələşdirilməsinin universal mexanizmi deyil və işləmələrin məhsulun sınaq nümunəsinin hazırlanmağa başladığı yekun mərhələlərində istifadə olunurlar. Hal-hazırda kiçik innovasiya şirkətlərinin ilkin inkişaf mərhələsində vençur maliyyələşdirilməsindən geniş istifadə olunsada, əksər hallarda innovasiya məhsullarının işlənməsinin başlanğıcında təşkilatların özlərinə məxsus olan

vəsaitlərdən, grantlardan və eləcə də innovasiya fəaliyyətinin dəstəklənməsinin başqa mexanizmlərindən (məsələn, kredit) istifadə olunur”.

Eyni zamanda, unutmaz ki, aqrar sahədə sahibkarların innovasiya fəallığı innovasiya infrastruktur şəbəkəsinin vəziyyəti ilə qarşılıqlı əlaqədədir. Həmin şəbəkə innovativ fəaliyyət üçün əlverişli mühit yaratmaqla yüksək intensivləşməni və nəticə etibarlı ilə kəskinləşən rəqabət şəraitində təsərrüfat subyektlərinin həyat qabiliyyətini təmin etməyə xidmət etməlidir. Tənzimləmə sisteminin innovasiyalı inkişafı təşviq etməsi elmi ideyaların kommersionlaşmasına qədərki bütün mərhələlərində həlledici təsirə malik olan amillərin xa-rakterizə edilməsini tələb edir [7,s.240].

Müasir mənbələrdə həmin amillərin kifayət qədər ətraflı şərh olunduğunu nəzərə alaraq, burada konkret olaraq, elmi-texniki nailiyyətlərinin tətbiqi arealının fəal surətdə genişləndirilməsi halına diqqət yetirək. Haqqında danışılan vəziyyət, bir qayda olaraq, innovasiya layihələrinin kompleks proqramlar çərçivəsində icrasının, kifayət qədər ciddi koordinasiya şəraitində yaranır. Aqrar sahədə innovasiyalı fəaliyyətin koordinasiya idarə edilməsi və tənzimlənməsi prioritetlərinin oxşarlığı və bir sıra hallarda eyniliyi, innovasiyalı sahibkarlığın inkişafının tənzimlənməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi zamanı nəzərə alınmalıdır. Bu baxımdan, artıq qeyd olunduğu kimi, ilk növbədə dayanıqlı inkişafın prioritetləri qeyd olunmalıdır.

Nəticə.İstehsal sahəsində sahibkarlığın innovasiya yönünün gücləndirilməsini nəzərdə tutan məqsədli proqramların prioritetləri qismində iqtisadi-ekoloji səmərəliliyin məqbul həddinin müəyyən edilməsi, mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Həmin rejimin qurulması və fəaliyyətində innovasiyalı istehsal sahibkarlığının artan rolu, davamlı araşdırmalardan görüldüyü kimi, regional innovasiya potensialından daha səmərəli istifadə imkanlarını genişləndirə bilər.

İstehsal sahəsində innovasiyalı sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi adekvat informasiya bazasının yaradılmasını, o cümlədən müvafiq informasiya infrastrukturunun modernləşdirilməsini, ekoloji təmiz kənd təsərrüfatının, alternativ enerji mənbələrindən istifadənin statistikasının genişləndirilməsini, sənəd dövriyyəsinin unifikasiyasını, innovasiya layihələrinin ekspertizasında standartların mütəmadi yenilənməsini tələb edir.

Ümumilikdə innovasiya statistikasının təkmilləşdirilməsi prioritetləri kimi aşağıdakıların vurğulanmasını məqbul hesab edirik: “ölkədə və regionlarda innovasiya fəaliyyəti sahəsində baş verən mühüm proseslərin fasiləsiz statistik monitorinqinin təşkili; innovasiya fəaliyyətinin mühüm göstəricilərinin dinamikasının müşahidəsinin təşkili; statistik instrumentarının (hesabat formaları, onların doldurulması təlimatları və s.) tərtibatı prinsiplərinin yenidən nəzərdən keçirilməsi; innovasiyalar statistikasının bütün digər qarışıq sahələr arasında koordinasiyası”.

İstehsal sahəsində innovasiyalı asahibkarlıq fəaliyyətinin dayanıqlı sistemin formalaşmasına xidmət etməsi, bir sıra beynəlxalq təşkilatların materiallarında bəşəriyyətin ideallarından biri kimi təqdim edilir. Müəyyən qeyd-şərtlərlə, yəni miqyas effektinin reallaşdırılması və mənafehlərin uzlaşdırılması problemləri nəzərə alınmaqla bu mülahizə ilə razılaşmaq olar. Doğrudan da, təbii sərvətlərdən istifadə və onların bərpasının, iqtisadi və ekoloji inkişafın müvazinətini nəzərdə tutan innovasiyalı inkişaf bəşəriyyətin davamlı inkişafının optimal traektoriyasını şərtləndirə bilər.

Artıq qeyd olunduğu kimi, innovasiyalı sahibkarlığın aqrar proteksionizmdən asılılığının azaldılması inkişafın dayanıqlığı baxımından xüsusi diqqətə layiqdir. Nəzərə alınır ki, sahədə məhsul təklifinin qiymətə münasibətdə elastikliyi azaldıqca, dövlətin birbaşa subsidiyaların səmərəliliyi azalır və yaxud həmin elastiklik artdıqca, subsidiyaların səmərəliliyi yüksəlir. Aqrar bazarın dayanıqlığı onun tənzimlənməsinin innovativliyi, daha dəqiq desək, kənar təsirlərə itkisiz uyğunlaşmanın kreativliyi sayəsində əldə olunursa, kənd təsərrüfatının çoxfunksiyalılığının təminatı üçün əlverişli şərait yaranır.

Araşdırmalar, dərk olunan istehlakın və ekoloji etikanın birgə yaşayış meyarına çevrilməsi, sözün geniş mənasında risklərin minimumlaşdırılması, aqrar fəaliyyət sisteminin özünü tənzimləmə imkanlarının gerçəkləşdirilməsi, daxili istehsalçıların haqsız rəqabətdən (həmçinin, idxal rəqabətindən) qorunması, məqsədli proqramların innovativ yönünün gücləndirilməsi, ehtiyatlarının optimal idarə edilməsi yaxın perspektivdə innovasiyalı sahibkarlığın prioritetlərinə çevriləcəyini söyləməyə əsas

verir. Ümumiyyətlə, istehsal olunmuş məhsulların satış kanallarının təkmilləşdirilməsi istiqamətində dövlətin sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətinə dəstəyin artırılması zəruridir.

ƏDƏBİYYAT

1. Məmmədov X., Mirzəyev S., Marketingin əsasları, Bakı, Poliqraf, 2001, - 200 s.
2. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г.Дж. Болт. - М.: Экономика 2015. - 272 с.
3. Балабанова Л.В. Управление сбытовой политикой: учебное пособие / Л.В. Балабанова, Ю.П. - М.: Наука, 2010 , 320 с.
4. Галицкий Е.Б. Сбытовая политика фирмы / Е.Б. Галикий . – М: Вершина 2013. – 192 с.
5. Гольдштейн Г.Я. Маркетинговые решения по распределению товаров и услуг: Учебное пособие для магистрантов / Г.Я. Гольдштейн, А.В. Катаев - Екатеринбург, 2013. 351 с.
6. Джей, Р. Малозатратный маркетинг / Р.Джей - М.: СПб: Питер 2014. - 240 с.
7. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. учебное пособие / П.С. Завьялов - М.: Инфра-М 2016. - 496 с
8. Захарова Ю. А. Методы стимулирования сбыта: учебное пособие / Ю.А. Захарова - М.: Медиа, 2017.- 120 с.

УДК 330.13.6

НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ КАНАЛЫ СБЫТА ПРОИЗВОДИМОЙ ПРОДУКЦИИ

Камала Сейфулла кызы Дадашова

Азербайджанский Государственный Экономический Университет

kamale.dadasheva.74@mail.ru

Резюме. В статье рассматриваются направления совершенствования каналов сбыта выпускаемой продукции. В условиях современной рыночной экономики реализация маркетинговой политики считается необходимой для реализации продукции. На основании проведенного анализа были выявлены существующие проблемы и указаны направления их устранения.

Ключевые слова: продукт, производство, рыночная экономика, национальная экономика, развитие

UDC 330.13.6

DIRECTIONS FOR IMPROVEMENT OF DISTRIBUTION CHANNELS OF MANUFACTURED PRODUCTS

Kamala Seyfulla Dadashova

Azerbaijan State University of Economics

kamale.dadasheva.74@mail.ru

Summary. The article examines the directions for improving distribution channels of manufactured products. In the conditions of a modern market economy, the implementation of a marketing policy is considered necessary for the sale of products. Based on the analysis, existing problems were identified and directions for their elimination were indicated.

Keywords: product, production, market economy, national economy, development

Redaksiyaya daxilolma: 20.09.2025

Çapa qəbul olunma: 15.11.2025

