

UOT 336.22

DOI: 10.30546/JIECM.2024.3.058

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA AQRAR BAZARIN ƏSAS XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ İXRAC POTENSİALININ ARTIRILMASI İSTİQAMƏTLƏRİ

Xəyyam Natiq oğlu Cavadzadə

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

xayyam1984@mail.ru

Xülasə. Ölkəmizdə regionların sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramlarının əsasında əhalinin ərzaq təminatının, ölkənin ixrac potensialının yüksəlməsində müasir aqrobiznesin rolunun artırılması istiqamətində uğurlu islahatlar həyata keçirilir. Azərbaycanda aqrar sahədə inkişaf strategiyalarının hazırlanması zamanı beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən müəyyən edilmiş çağırışlar fonunda müvafiq siyasət alətləri və mexanizmlərinin formalaşdırılmasına ehtiyac vardır.

Həmçinin aqrar ərzaq bazarında beynəlxalq təhlillərin aparılması və global çağırışlara cavab verə bilən bazar sistemlərinin yaradılması, inkişaf ehtiyaclarının və bazar tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi öz aktuallığı ilə seçilir.

Açar sözlər: aqrar ərzaq bazarı, xarici iqtisadi əlaqələr, rəqabətqabiliyyətli məhsullar, beynəlxalq ticarət.

Giriş. Müstəqillik illərində həyata keçirilmiş məqsədli dövlət proqramları aqrar sahədə qeyri-neft sektorunun inkişafının sürətləndirilmiş, tarazlı regional və davamlı sosial-iqtisadi inkişafa şərait yaratmışdır. Həmçinim kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı sənayesində keyfiyyətli, rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalına, ixrac yönümlü məhsulların istehsalına, mövcud bazarla yanaşı Avropa ölkələri bazarlarına aqrar ərzaq məhsullarının ixracını təmin etmişdir (2).

Regionların inkişafında aqrar sahənin inkişafı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bütün qeyd edilənlər nəticə etibarilə özünü regionalıarda yerləşən aqrar bazarların fəaliyyətinə bilavasitə təsir göstərir. Odur ki, regionların inkişafı mövcud potensialdan səmərəli istifadədən asılıdır. Regionların sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsi onlar arasında fərqi minimuma çatdırılmasını tələb edir (4, s.56-58).

Aqrar bazarlar özünün məqsədyönlü inkişafı üçün qarşılıqlı əlaqələndirilə bilən iqtisadi və hüquqi şəraitin yaradılmasını tələb edir. Aqrar bazar əmtəə istehsalı və tədavülü ilə bağlı iqtisadi qanunlar üzrə müəyyən məkan daxilində təşkil olunmuş mübadilə prosesini xarakterizə edir. Həmçinin əmtəə, xidmət və pul tədavülü münasibətlərini özündə birləşdirir.

Məqsədli dövlət proqramlarında nəzərdə tutulmuş tədbirlər sayəsində əməyin, əmtəə və kapitalın, xidmətlərin ölkə daxilində və xaricdə hərəkəti sərbəstləşdirmişdir. İşçi qüvvəsi daha yüksək əmək haqqı verən sahibkarla əməkdaşlıq etməyə can atır. Yüksək rəqabətqabiliyyətli məhsullar (iş və xidmətlər) ölkədə sabitlik, təkmil bazar infrastrukturunu, sağlam rəqabətli ölkəyə hərəkət edir. Kapital axını yuxarıda göstərilən əlamətlərə daha çox həssas olmaqla reytingi yüksək olan inamlı, etibarlı dövlətlərə sərbəst və müdaxiləsiz hərəkət edir (8).

Aqrar sahənin səmərəli təşkilində satış bazarı sahəsində fəaliyyət daha çox genişlənməlidir. Bu isə aqromarketing fəaliyyətinin sürətləndirilməsini tələb edir. Ümumiyyətlə, marketing - iqtisadi fəaliyyət sistemi kimi, bir tərəfdən mövcud ehtiyac və tələbatın mükəmməl öyrənilməsi, digər tərəfdən isə satış bazarına mövcud tələbat və ehtiyacları aktiv surətdə təsir etməklə, tələbatların formalaşmasını təmin etmək deməkdir (5, s. 162-163).

Ölkəmiz öz iqtisadi tələbatının əksər hissəsini xarici ticarət hesabına ödəyir. Xarici ölkələrlə

iqtisadi əlaqələri son illərdə geniş vüsət almışdır. Buna görə də həmin əməliyyatlarının təkmilləşdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Xarici ölkələrlə ticarət əməliyyatlarını genişləndirmək üçün xammal ixracından hazır məhsul satışına keçilməli və dünya bazarında rəqabətə davamlı məhsul istehsalına malik olmaq lazımdır.

Aqrar bazarın əsas xüsusiyyətləri

Aqrar bazarların tədqiqi göstərir ki, satış prosesinin və xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi istiqamətlərini sürətləndirmək bu sahədə müsbət nəticələr əldə edilməsinin əsas şərtlərindəndir.

Məlum olduğu kimi, aqrar bazar istehsal edilən məhsulların realizə edilməsində əsas vasitədir. Aqrar bazarın tərkibinə kənd təsərrüfatı məhsulları bazarı, maddi-texniki resurslar bazarı, iş və xidmətlər bazarı daxildir. Aqrar bazarın fəaliyyətinə bir sıra amillər təsir göstərə bilər: buraya əmək resursları bazarı, torpaq bazarı, elmi-texniki məhsullar bazarı, investisiya və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalından əldə edilmiş aqrar ərzaq bazarı və s. daxildir (5, s.166).

Aqrar bazar kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-satış sferasının - istehsal, maddi-texniki resurslar, iş və xidmət amillərinin birləşdiyi iqtisadi münasibətlər sistemidir.

Regionlar bazar iqtisadiyyatının ərazi bölməsi olub əhalinin sosial-iqtisadi roluna uyğun olaraq inkişaf edir. Regional yanaşma həmin ərazinin sosial-iqtisadi meyarlar baxımından idarə olunur. Bununla yanaşı regionun əhalisinin ixracat tələbatı həmin regionda təsərrüfat fəaliyyətinə və xidmət sahələrinin inkişafına şərait yaradır.

Aqrar bazarın formalaşmasında regionun ərazisindən kənarında formalaşan və ona təsir edən iqtisadi göstəricilər mühüm rol oynayır. Xarici təsirlər dedikdə, regiona qoyulan investisiyalar, onların həcmi, strukturu və regionlarda istifadə dərəcəsi başa düşülür. Regionlarda məhsuldar qüvvələrinin yerləşməsi və təbii resurslardan istifadə, onun səmərəliliyi həmin regiona kapital axını artırır (8, s.112-116).

Odur ki, regionlarda fəaliyyət göstərən bazarların təkmilləşdirilməsi onun strukturunu müəyyən edir. Təbii resursların regionlarda zəngin olmasının əsas aparıcı amil olması və bazarın inkişafının əsas göstəricisi kimi qəbul edilsə də, investisiya axımına stimül yaradan investisiyanın təşviqi, güzəştli kreditlər, lizinq xidməti və regionda olan xammalın həmin ərazidə emalı, region bazarının inkişafına və yerli resurslardan istifadəyə stimül yaradır.

Bazar iqtisadi münasibətlərinin formalaşdığı şəraitdə aqrar sahənin idarə edilməsi metodlarının dəyişilməsi, tələb olunan məhsulların istehsal edilməsi, iş və xidmətlərin yerinə yetirilməsi ilə yanaşı regional bazar siyasəti ilə istehlakçıların tələbatına cavab verən təkliflərə cavab verməsi hazırda obyektiv zərurətə çevrilmişdir (7, s. 16-18).

Sahibkarlar qarşısında istehlakçılara tərəf yönəlmək, bazara istiqamətlənmiş məhsul istehsal etmək, satış bazarını tapmaq, həmçinin ixrac yönümlü istehsalı təmin etmək və bazarı öyrənilmək vəzifəsi durur. Bu məqsədlə məhsul istehsalı və satışı ilə əlaqədar problemləri həll etmək üçün sahibkarların marketing tədqiqatları ilə məşğul olması zəruri məsələlərdəndir.

Aqrar bazarın ixrac potensialının artırılması yolları

İqtisadi inkişafa nail olmaq üçün müəssisə bazara elə əmtəə çeşidi təklif etməlidir ki, o təkcə tələbatı ödəməsin, həm də gəlir gətirsin. Odur ki, sahibkar çeşid proqramına nəzarət etməli, tələb olunan məhsulların istehsalını təşkil etməlidir. Mənfəət gətirməyən məhsulların istehsalını dayandırılmalıdır.

Marketing çeşidin təhlilindən və bu çeşidə bazarda tələbin səviyyəsinin öyrənilməsindən başlanır. Müəssisənin təklif etdiyi çeşidə bazarda tələbin səviyyəsi və iqtisadi cəhətdən firmaya faydalılığı əsaslandırılmış proqnozlara əsaslanmalıdır. Bu yalnız o halda mümkündür ki, istehsalçı müəssisə istehlakçının tələbatını nəzərə alsın.

Araşdırmalar göstərir ki, istisna hallarda istehlakçıya yönəlmə müəssisələrin innovasiya qabiliyyətini aşağı sala bilər, çünki istehlakçıların çoxunda gələcəyi proqnozlaşdırma o qədər də yüksək olmur. Əksər hallarda ənənəvi market tədqiqat üsulları mükəmməl səviyyəsinə malik olmur, bunlara əsaslanmaqla yeni məhsul buraxılışına və ya yeni xidmət növü təklifinə qərar vermək çətindir.

Xarici ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, bazarda rəqabətin güclənməsi məhsulun reallaşdırılmasını

çətinləşdirir. Belə olduqda satışın strukturu və həcmi istehsalın struktur və həcmi tənzimləyir. Məhsulun (iş və xidmətlər) istehsal proqramı onların reallaşdırılması imkanlarını nəzərə almalıdır.

Ümumiyyətlə, fəaliyyətdə olan müəssisə bazarda reallaşdırma biləcəyi həcmdə mal istehsal etməlidir. Bu reallığı nəzərə almadan, mövcud güclü istehsal potensialına güvənərək məhsul buraxılışının mümkün qədər artırılması həmin malların satışını çətinləşdirir. Nəticədə müəssisə alıcılar üçün xüsusi güzəştə, kreditlə, bəzən də ucuz qiymətlə, dəyərin hissə-hissə ödəməklə ambarlarda yığılan hazır məhsulu satmağa məcbur olur.

Ölkəmizdə sivil bazar münasibətlərinə keçidlə əlaqədar olaraq kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı məsələlərinə diqqət artırılmış, satış qaydaları köklü surətdə dəyişmiş, tədarük və satışa dair plan və müxtəlif iqtisadi islahatlar hazırlanaraq uğurla həyata keçirilməkdədir (6, s. 56-59).

Aqrar emal sənayesinin ən müasir innovasiya texnologiyaları əsasında inkişaf etdirilməsi dövlət tərəfindən dəstəklənir və müxtəlif iqtisadi tənzimləmə üsulu ilə inkişaf etdirilir ki, bunun da daxili və xarici bazarların davamlı olaraq yüksək keyfiyyətli yerli məhsullarla təmin olunması ilə yanaşı fermer, ailə təsərrüfatlarının il boyu işlə təmin olunmasında, müəssisə ilə əmtəə-xammal istehsalçıları arasında səmərəli əməkdaşlıq mədəniyyətinin formalaşmasına xidmət edir (13).

Marketing sistemində məhsulun satışına onun istehsalına çəkilən bütün xərclərin tam geri qaytarılması və gəlir əldə edilməsinin yeganə yoludur. Odur ki, satış və ticarət siyasətinin əsas məqsədi məhsula olan tələbatı müəyyən etmək və onun optimal satış həcmi planlaşdırmaq, son istehlakçı tərəfindən həmin məhsulun vaxtında, yeni çevik şəkildə alınması üçün mümkün olan bütün şəraitin yaradılmasıdır.

Azərbaycanda xarici şokların iqtisadiyyata dağıdıcı təsirinin sabitləşdirilməsində kənd təsərrüfatı növbəti dəfə liderlik edir. Son illər neftin qiymətlərindəki əhəmiyyətli dəyişkənliyə görə ölkə hökuməti diqqəti milli iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinin artırılmasına yönəldib. 2021-ci ildə Azərbaycanın qeyri-neft ixracı 2020-ci illə müqayisədə 47,2% artaraq rekord 2,7 milyard dollar təşkil edib. Azərbaycan İqtisadiyyat Nazirliyinin proqnozlarına görə, 2025-ci ilədək qeyri-neft sektorunun ölkənin ÜDM-də payı 72,9% təşkil edəcək. Kənd təsərrüfatı 2022-ci ilin əvvəlinə ölkənin ÜDM-nin demək olar ki, 7%-ni təşkil edən iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinin aparıcı amillərindən biridir (12).

Respublikamızda sivil bazar iqtisadiyyatının əsas prinsiplərindən biri sərbəst qiymətlərə keçilməsi, kənd təsərrüfatının inkişafında mühüm əhəmiyyətə malikdir. Statistik məlumatlara görə, ölkəmizə hər il kənd təsərrüfatı məhsulları və onlardan hazırlanan məhsulların idxal olduğunu nəzərə aldıqda, qeyd olunan məsələnin nə qədər aktual olması bizə daha aydın olur. Bu gün ölkəmiz həmin məhsulların istehsalını təşkil etməklə, xaricə valyuta axının qarşısını almaq iqtidarındadır. Bunun həyata keçirilməsi üçün məhsul istehsalına sərf olunan xərclərin bir hissəsinin dövlət tərəfindən ayrılan subsidiyalar hesabına ödənilməsi yolu ilə azaldılmasından ibarətdir. Yüksək inkişaf etmiş (iqtisadi cəhətdən) ölkələrdə bu qaydadan geniş istifadə olunur. ABŞ, Kanada, Finlandiya, Norvecdə, Yaponiya və digər ölkələrdə kənd təsərrüfatı məhsullarının dəyərinin bir hissəsi dövlət tərəfindən verilən subsidiya hesabına maliyyələşdirilir (5, s.241-242).

Aqrar bazarda uzun müddətli səmərəli fəaliyyət şəraiti yaratmaq üçün marketingin bütün imkanlarından istifadə edərək bazarda baş verən dəyişikliklərə və rəqabət mühitinə nəzarət etmək mümkündür. Belə ki, idxal-ixrac əməliyyatları aqrar sahənin inkişafına bilavasitə təsir etdiyindən, xüsusilə yüksək texnoloji və iqtisadi tərəqqi əldə etmiş ölkələrin rəqabət qabiliyyətli ixrac sahələri digər ölkələri asılı vəziyyətdə saxlamaq imkanlarına malik olurlar. Aqrar sahədə struktur dəyişiklikləri həm iqtisadiyyatın müxtəlif sferalarında, həm də aqrar bazarda əlaqəli şəkildə həyata keçirilməlidir. Eyni zamanda, rəqabət imkanları baxımından potensial xarici bazarlar müəyyənləşdirilməlidir (13).

Nəticə

Ölkəmizdə aqrar sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin xarici iqtisadi fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi aşağıdakı əsas istiqamətlər:

- hazır məhsul istehsalı edən müəssisələrin modernləşdirilməsi;
- xammal ixracından rəqabət qabiliyyətli hazır məmulatlar ixracına doğru ixtisaslaşmaq;
- ucuz işçi qüvvəsindən istifadə edərək dünya bazarına keyfiyyətli məhsulun ixracını

stimullaşdırmaq və. s kimi həyata keçirilməsi məqsəduyğundur.

Yuxarıda qeyd edilənləri təmin etməklə xarici iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi ölkəmizin inkişafına və dünya təsərrüfatı sisteminə inteqrasiyaya imkan yaradar və çoxlu sayda problemlərin həll edilməsinə imkan verir.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı sahəsində olan problemləri:

- sahə məhsullarının daxili bazarda şəbəkəsinin qurulması;
- regionlarda kənd təsərrüfatı məhsullarının satışının təşkilinə xarici investisiyaların cəlb olunması;
- kənd təsərrüfatı məhsullarının yerli istehsalçılardan sifarişlə alınması tədbirlərinin tətbiqi və genişləndirilməsi;
- xarici bazarlara çıxış üçün maraq yaratmaq, dövlət səviyyəsində ixrac infrastrukturunu təşkil etmək;
- xarici ölkələrdə sərgilər təşkil etmək və ölkəmizin kənd təsərrüfatı məhsullarının nümayiş etdirmək;
- kənd təsərrüfatı məhsulları emal edən müəssisələrin rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalı imkanlarının artırılması istiqamətində dövlət proqramı hazırlamaq;
- kənd təsərrüfatı məhsulları emalı ilə məşğul olan müəssisələrə güzəştli kreditlər ayırmaq;
- kəndlərdə kiçik emal müəssisələri, xüsusilə tez xarab olan ət, süd, meyvə və tərəvəz emalı şəbəkəsinin yaradılmasının dəstəklənməsi;

kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı, emalı və satışı bazarında iinhisarçılığa qarşı mübarizəni gücləndirmək və.s yollarla ilə həll etmək olar.

Ümumiyyətlə, ölkələrin beynəlxalq iqtisadi əlaqələrinin inkişafı öz resurslarının daha səmərəli yerləşdirməsinə və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə şərait yaradır. Ölkəmizdə uzun müddət respublikanın ixracının tərkibində xammal təyinatlı məhsulların üstünlük təşkil etməsi bu məhsulların ölkə daxilində emalı və xarici satışının təmin olunmaması xeyli vəsaitin itirməsinə səbəb olmuşdur. Lakin bu istiqamətdə də son illər xeyli iş görülmüş yeni istehsal sahələri və iş yerləri açılmış, əvvəllər xammal şəklində idxal olunan ərzaq, dərman, uşaq yeməkləri respublika daxilində istehsal olunmağa başlamışdır.

Beynəlxalq ticarət hər bir ölkənin xarici ticarətinin məcmusudur. Ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadiyyatının inkişafının güclü amilidir. Bütün dünya ölkələri beynəlxalq ticarətdən asılıdır. Azərbaycan Respublikasında idxal və ixrac əməliyyatlarında, satış müəssisələri daxil olmaqla xüsusi hüquqlara malikdirlər. Dövlət və qeyri-dövlət müəssisələri arasında heç bir fərq yoxdur, neft sektoru istisna olmaqla, dövlət digər sektorları heç bir spesifik siyasət aparılmır. Məhz bu baxımdan ölkəmizdə aqrar sahənin inkişafı təmin edilməli və ölkəmizdə fəaliyyət göstərən aqrar bazarlar sərbəst olaraq xarici iqtisadi əlaqələr qurmaqla inkişaf etdirilməlidirlər.

ƏDƏBİYYAT

1. “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında”. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli sərəncamı.
2. “2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı “. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 25 sentyabr 2008-ci il tarixli sərəncamı.
3. Ataşov B.X. Ərzaq təhlükəsizliyinin aktual problemləri. Bakı, 2005. 336 s.
4. Alıyev İ.H. Aqrar sahənin inkişafının təkmilləşdirilməsi və regionlarda islahatların keyfiyyətə səmərəli aparılması. Bakı 2004, 110 s.
5. Hübətov, Y.Ə. Azərbaycanada arıçılıq təsərrüfatlarının təşkili, idarəetmə mexanizminin təkmilləşdirilməsi / Y.Ə.Hübətov. – Bakı: Avropa nəşriyyatı, – 2023. – 276 s.
6. İbrahimov İ.H. Aqrar iqtisadiyyatın aktual problemləri. Bakı, 2002. 220s.
7. Qarayev İ.Ş.. Aqrar sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Dərslik. Bakı: “İqtisad

Universiteti” Nəşriyyatı – 2011. 522 səh.

8.Verdiyev Ə.Ç., Qarayev İ.Ş. Aqrar bazarın formalaşmasının iqtisadi problemləri. Bakı, 2000. 256 s.

9.Алиева А. Г. Влияния финансового кризиса на продовольственный рынок. Проблемы экономики №6 Москва-2009. ст.17-19.

10.Государственное регулирование рыночной экономики. Учебник. Под редакцией Т.Г.Морозовой. Москва,2002. 255 ст.

11.Самедов А.Г., Мирзоев Н.А. Трансформация инфраструктуры товарного рынка. БГУ.2003, ст.165.

12. Багиров Р, Гумбатов Ю, Эфендиев Р, Мехтиева И, Султанова Н, «Мотивационные факторы внутренней миграции и сельское хозяйство в Азербайджане» Journal of Eastern European and Central Asian Research Septembr Vol 9 No 4 (2022) <https://ieeca.org/journal/index.php/JEECAR/article/view/995>

13..<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/446578>

УДК 336.22

Основные особенности агрорынка Азербайджанской республики и направления повышения экспортного потенциала

Джавадзаде Х.Н.

Резюме. В нашей стране на основе Государственных программ социально-экономического развития регионов проводятся успешные реформы в направлении повышения роли современного АПК в увеличении продовольственного обеспечения населения и экспортного потенциала страна. В ходе подготовки стратегий развития в аграрной сфере в Азербайджане возникает необходимость сформулировать соответствующие политические инструменты и механизмы с учетом задач, поставленных международными организациями.

Также своей актуальностью отличается проведение международного анализа аграрного продовольственного рынка и создание рыночных систем, способных реагировать на глобальные вызовы, определение потребностей развития и направлений совершенствования регулирования рынка.

Ключевые слова: сельскохозяйственный продовольственный рынок, внешнеэкономические связи, конкурентоспособная продукция, международная торговля.

UDC 336.22

The main characteristics of the agricultural market in the Republic of Azerbaijan and directions for increasing the export potential

Javadzade Kh. N.

Summary/In our country, on the basis of the State Programs for the socio-economic development of regions, successful reforms are being carried out in the direction of increasing the role of modern agribusiness in increasing the food supply of the population and the export potential of the country. During the preparation of development strategies in the agrarian field in Azerbaijan, there is a need to formulate appropriate policy instruments and mechanisms against the background of the challenges set by international organizations.

Also, conducting international analyzes in the agrarian food market and creating market systems that can respond to global challenges, identifying development needs and directions for improving market regulation is distinguished by its relevance.

Keywords: agricultural food market, foreign economic relations, competitive products, international trade.

Redaksiyaya daxilolma: 05.05.2024

Çapa qəbul olunma: 20.06.2024

