

UOT 330.13.6

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.026

RƏQABƏT QABİLİYYƏTLİ KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏHSULLARI İSTEHSALININ ZƏRURİLİYİ VƏ ONU TƏMİN EDƏN AMİLLƏR

¹Yaqub Feyzulla oğlu Əlifov, ²Vüsal Yaqub oğlu Əlifov
³Fərid Şakir oğlu Vəliyev

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

¹yaqubalifov @ gmail.com , ²alifovvüsal @ gmail.com,
³ferid.veliyev.89@mail.ru

Xülasə: Ölkə daxilində və dünya bazarında rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal etmək hər bir dövlətin qarşısında duran basılıca vəzifədir. Beləki, rəqabətqabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı məhsulların keyfiyyətinin yüksəlməsinə, müasir texnika və texnologiyalardan istifadə etməklə məhsul istehsalına cəkilən xərclərin azalmasına səbəb olur. Məqalədə indiki dövrdə respublikamızda kənd təsərrüfatının inkişafının iqtisadi imkanları nəzərə alınaraq istehsalın mövcud vəziyyəti tədqiq edilmişdir. Məqalədə rəqabətin mahiyyəti və ona dair nəzəri baxışlar, kənd təsərrüfatında rəqabət qabiliyyətliliyin qiymətləndirilməsi istiqamətləri, rəqabət qabiliyyətli aqrar istehsalın ekoloji təmiz məhsulların hesabına formalaşmasının vacibliyi, kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasında resurslardan səmərəli istifadə strategiyası, rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalı və istehsalın təhlükəsizliyi üçün dövlət səviyyəsində həyata keçiriləsi vacib olan tədbirlər, aqrar marketinqin rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalında əhəmiyyəti və s. araşdırılmışdır. Araşdırmanın sonunda rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı ilə bağlı təkliflər irəli sürülmüşdür.

Acar sözlər: infrastruktur , qiymət elastikliyi, bazar tələbi , logistika şəbəkəsi , resurs , ixrac .

Tədqiqatın nəticələri: Azərbaycan Respublikasında rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı ilə bağlı təklif və tövsiyələr irəli sürülmüş, kənd təsərrüfatında yüksək rəqabətqabiliyyətli məhsullar istehsalının formalaşması üçün vahid bir mexanizmin formalaşdırılmasının vacibliyi qeyd edilmişdir.

Giriş. Müasir iqtisadi inkişafın rəngarəngliyi, beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın dərinləşdiyi, cəmiyyətin iqtisadi sisteminin təkmilləşdirildiyi bir şəraitdə milli iqtisadiyyatın təhlükəsizliyi məsələləri xüsusilə aktuallıq kəsb edir. Milli iqtisadiyyatın təhlükəsizliyi əhalini ərzaqla, məaledici sənayeni xam maldə təmin edən kənd təsərrüfatı istehsalının rəqabət qabiliyyətliliyindən bilavasitə asılıdır. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kənd təsərrüfatı istehsalının rəqabət qabiliyyətliliyi təklif olunan kənd təsərrüfatı məhsullarının keyfiyyəti, eləcədə qiymət, xərc, istehsalın həcmi kimi göstəricilərlə xarakterizə edilir. Rəqabət bazar iqtisadiyyatının ən vacib elementi olmaqla onun inkişaf səviyyəsi iqtisadi subyektlərin inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirir. Bazar institutlarının əksəriyyəti özünütəşkil, özünü inkişaf və sabitlik xüsusiyyətlərinə malikdir. Bu baxımdan ərzaq bazarı institutunun digər bazar qurumlarından əsas fərqi, onun qeyri-sabit olması ilə bağlıdır və buna görə də ərzaq bazarının qorunmasında məqsədyönlü dövlət siyasəti olmadan rəqabət imkanları uzun müddət mövcud ola bilməz. Ərzaq bazarında rəqabət mühitinin inkişaf meyilləri daxili və dünya bazarlarında uzunmüddətli rəqabət üstünlüklərinin formalaşmasına imkan verməklə müəssisələrin mövcud daxili potensialı tam şəkildə reallaşdırmasına zəmin yaradır.

Mövzunun aktuallığı. Müasir iqtisadi inkişafın rəngarəngliyi, beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın dərinləşdiyi, cəmiyyətin iqtisadi sisteminin təkmilləşdirildiyi bir şəraitdə iqtisadiyyatın bütün sahələrində, o cümlədən aqrar sahədə rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal etmək iqtisadi subyektlərin inkişafının əsas amili olmaqla hər bir dövlətin qarşısında duran basılıca vəzifədir.

Bütün bunlar bazar münasibətlərinin təkmilləşməsinə təkan verərək, elmi-texniki tərəqqi meyillərinin genişlənməsi və artmasında əks olunur. Rəqabət qabiliyyətlilik iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrində, o cümlədən kənd təsərrüfatında müxtəlif istehsal texnologiyaları və idarəetmə metodlarının təkmilləşməsinə də mühüm təsir göstərir.

Respublikamızda ardıcıl olaraq aparılan aqrar iqtisadi islahatlar aqrar sahibkarlığın sürətli və dayanıqlı inkişafına şərait yaratmaqla, ərzaq təhlükəsizliyinin daha da gücləndirilməsini təmin edən, ixrac potensialının artırılmasına və kənd yerlərində rifahın yüksəldilməsinə töhfə verən rəqabətqabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı sənayesinin formalaşdırılmasına səbəb olmuşdur. Rəqabət qabiliyyətli aqrar istehsalın formalaşması və inkişafı əsasən intensiv amillərdən səmərəli istifadə edilməklə həyata keçirilmişdir.

Tədqiqatın məqsədi.Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kənd təsərrüfatında rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalının zəruriliyini əsaslandırmaq və onu təmin edən amilləri tədqiq etmək.

Tədqiqatın obyekti.Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalını həyata keçirən sahibkarlıq qurumları.

Tədqiqatın metodları. Tədqiqat zamanı müşahidə, müqayisəli təhlil, məntiqi ümumiləşdirmə, məqsədli sistemli yanaşma, qruplaşdırma və digər üsullardan istifadə olunmuşdur.

MATERİALLAR VƏ MÜZAKİRƏLƏR

Rəqabətin mahiyyəti və ona dair nəzəri baxışlar. Rəqabət qabiliyyətlilik əmtəə və xidmətlərin alıcılar tərəfindən axtarıldığı yerdə və formada, digər potensial tədarükçülərin qiymətləri qədər və ya onlardan daha yaxşı qiymətlərlə, ən azı fürsət dəyərini qazanmaqla təmin etmək qabiliyyətinin göstəricisidir. Rəqabət bazar əlaqələrinə cəlb olunmuş bazarın iştirakçıları arasında xüsusi formada təzahür edən münasibətləri ifadə edir. Rəqabət bir tərəfdən istehsalın kifayət dərəcədə çevik olmasında istehsalçıları stimullaşdırır, digər tərəfdən bu iqtisadi mübarizəyə tab gətirməyənlərin iflasa uğramasına səbəb olur. Rəqabət bazar subyektləri arasında əmtəə və xidmətlər istehsal etməklə daha çox mənfəət əldə etmək uğrunda mübarizədir. Məhsulun rəqabət qabiliyyəti bazar səviyyəsində və ya konkret təsərrüfat üzrə qiymətləndirilə bilər.

Klassik burjua siyasi iqtisadın nümayəndəsi A.Smitə görə rəqabət satıcıların uzunmüddətli perspektivdə bazarda nəzarəti bərqərar etmək üçün bir-biri ilə əlaqəli cəhdlərinin məcmusudur. Buna görə də rəqabət yeni qüvvəyə reaksiya prosesi və yeni tarazlığa nail olmaq yoludur, onun mahiyyəti rəqiblərin nisbi üstünlüklər uğrunda mübarizəsidir. Rəqabətin əsas üsulu qiymətlərin dəyişməsidir [2 s. 28]. O, azad rəqabət üçün müəyyən şərtlərin olmasını: rəqiblərin müstəqil hərəkət etməlidirlər, potensial rəqiblərin sayı olmasını, iqtisadi vahidlərin bazar haqqında informasiyaya malik olmasını, fəaliyyət azadlığı təmin edilməsini və s. vacib hesab edir.

Beynəlxalq səviyyədə iqtisadiyyatın xarici rəqabət qabiliyyəti, uzunmüddətli perspektivdə əlavə dəyər əldə etmək üçün əlverişli olan sosial və elmi mühiti formalaşdırmaq qabiliyyəti kimi qiymətləndirilə bilər [4, s. 67]. Rəqabət qabiliyyətlilik dedikdə firmanın rəqabətlə üzləşmək və rəqabətlə üzləşərkən uğur qazanmaq və bazarda istehlakçı tələblərinə cavab verən məhsulları satmaqla mənfəəti təmin etmək qabiliyyətidir. [3, s.43]. Freebairnə (1986) görə rəqabət qabiliyyətlilik mal və xidmətlərin alıcılar tərəfindən axtarıldığı yerdə və formada, digər potensial təchizatçıların qiymətləri qədər yaxşı və ya daha yaxşı qiymətlərlə təmin etmək qabiliyyətinin göstəricisidir və rəqabətqabiliyyətlilik ən azı istifadə olunan resursların gəlirlərinin imkan dəyərini qazanmaqdır [5, s.102].

Rəqabətlik istehsalçı səviyyəsi düzgün mövqedə, uzunmüddətli yaşayış və iqtisadi cəhətdən dayanıqlı inkişafda özünü göstərir [2, s. 26].

Neoklassik məktəbin nümayəndəsi ingilis iqtisadçısı A.Marşall rəqabəti qıt iqtisadi əmtəələr və təbii ki, istehlakçının pulu uğrunda mübarizə ilə əlaqələndirirdi. Marşall yazırdı ki, azad rəqabət tələb və təklif qüvvələrinin sərbəst hərəkət etdiyi, hər iki tərəfdən tacirlərin möhkəm birliyinin olmadığı, hər birinin müstəqil fəaliyyət göstərdiyi, azad rəqabətin geniş şəkildə inkişaf etdiyi şəraitdə baş verməlidir. Azad rəqabət A.Marşall tərəfindən optimal əmək bölgüsünə aparın, iqtisadiyyatın səmərəliliyini təmin edən təşkilatlanma yolu kimi şərh olunur [1, s. 92].

Yozef Şumpeter deyirdi ki, hər halda iqtisadi artım nöqteyi- nəzərindən rəqabət köhnə ilə yeninin: yeni əmtəələr, yeni texnologiyalar, tələbatların ödənilməsinin yeni mənbələri, işin təşkilinin yeni növlərinin - rəqabətidir.

M.Y.Porterin rəqabətin beş qüvvəsi modelik adlı nəzəriyyəsində beş rəqabət qüvvəsi fərqləndirilir: biri-biri ilə bəhsləşən satıcılar arasında rəqabət; əvəzləyici olan və qiymət cəhətdən rəqabət qabiliyyətli əmtəələr tərəfdən rəqabət; yeni rəqiblərin meydana gəlməsi təhlükəsi; təchizatçıların iqtisadi irakanları və ticarət qabiliyyətləri; alıcıların iqtisadi imkanları və ticarət qabiliyyətləri

Rəqabət qabiliyyəti daxili və xarici bazarlarda müqayisəli üstünlüklərə malik olan sahələrdə istehsalla məşğul olan və mövcud resursları səmərəli şəkildə bölüşdürməklə normal gəlir əldə edə bilən kənd təsərrüfatı müəssisələrinin həyat qabiliyyətlidir. Deməli, bazarda müəyyən qədər əlavə mənfəət əldə edə bilən kənd təsərrüfatı müəssisələri rəqabət qabiliyyətlidir.

Kənd təsərrüfatında rəqabət qabiliyyətliliyin qiymətləndirilməsi istiqamətləri Məhdud resurslardan səmərəli istifadə digər sahələrdə olduğu kimi aqrar sferada da rəqabət qabiliyyətinin formalaşmasının əsas hissəsidir və istehsal sahələrinin bazarda lider mövqeyini təmin edir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyi bazar tələbini və satışın səviyyəsini müəyyən edən bir sıra göstəricilərin mövcudluğunu nəzərdə tutur. Rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirərkən uyğun alətlərin seçilməsi anlayışı inkişaf etdirilməlidir. Bununla əlaqədar aşağıdakı məsələlərin nəzərə alınmasına xüsusi diqqət yetirilməsi vacibdir:

- rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi ilə əlaqədar müxtəlif sayda obyektin olması;

- kənd təsərrüfatı məhsulları ticarətində ixrac-idxal məhdudiyyətlərinin nəzərə alınmasının zəruriliyi;

- keyfiyyətli və müqayisə edilə bilən məlumatların mövcudluğu.

Ərzaq bazarının rəqabət qabiliyyətliliyinin araşdırılmasında bir sıra amillərdən və digər bazarlarla müqayisədə dövlət tənzimlənməsinin artırılmasından qaynaqlanan xüsusiyyətlərin nəzərə alınması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir: yüksək qiymət elastikliyinə malik məhsullara qeyri-elastik tələb; investisiya səviyyəsi aşağı olan sahələrdə maddi-texniki bazanın zəif inkişafı və əksinə; infrastrukturun inkişafı üçün kifayət qədər maliyyə resursuna tələb; xarici texniki və iqtisadi dəyişikliklərə uyğunlaşma səviyyəsi və s. Qeyd etmək lazımdır ki, əsas kapitalla yönəldilən investisiyalarda kənd təsərrüfatının payı 2023-cü ildə 2,7% olmuşdur.

İqtisadi ədəbiyyatda kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət üstünlüklərini təmin etmək üçün əsasən aşağıdakı amillər önə çəkilir: ixtisaslı işçi qüvvəsi, resursların mövcudluğu, inkişaf etmiş infrastruktur və logistika şəbəkəsi, bazarın təbiəti, tələb, müasir texnologiyaların mövcudluğu, korporativ idarəetmənin keyfiyyəti, rəqabətin intensivliyi [7, s.73]. 2023-cü ildə ölkədə mövcud olan 5249,9 min nəfər işçi qüvvəsindən 4963,3 min nəfəri məşğul əhalidir ki, onun da 1777,4 min nəfəri (35,8) kənd təsərrüfatı, meşə və balıqçılıqla məşğul olur.

Araşdırmalara göstərir ki, rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına qiymətlərin və xarici ticarətin sərbəstləşdirilməsi ilə bağlı yaranan müəyyən şərtlər təsir edir. Bu, ilk növbədə kənd təsərrüfatı məhsulları və kənd təsərrüfatında istehlak olunan sənaye məhsullarının qiymətlərindəki tarazılıqla bağlıdır. Həmçinin kənd təsərrüfatı xammalı və ərzaq bazarında məhsullarının həcmində artması kənd təsərrüfatı istehsalına dövlət dəstəyini, bazar mexanizminin səmərəliliyinin artırılmasını tələb edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, təbii-iqlim və resurs şərtləri baxımından müqayisəli üstünlüklərin olmasına baxmayaraq, hazırda yerli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının rəqabət üstünlükləri kifayət səviyyədə deyil. Bu isə yerli məhsulların idxal məhsulları ilə müqayisədə rəqabət imkanlarını məhdudlaşdırır və idxaldan asılılığı şərtləndirir. Onu qeyd etmək vacibdir ki, 2023-cü ildə ölkədə idxal ixracı diri heyvanlar və heyvan mənşəli məhsullar üzrə 397734,4 min ABŞ dolları, bitki mənşəli məhsullar üzrə 87111,5 min ABŞ dolları, heyvan və bitki mənşəli piylər və yağlar üzrə 161946,5 min ABŞ dolları, hazır ərzaq məhsulları, alkoqollu və ya alkoqolsuz içkilər, sirkə, tütün və onun əvəzediciləri üzrə 965388,7 min ABŞ dolları üstələmişdir [1, s.574].

Göstərmək lazımdır ki, rəqabət qabiliyyətli aqrar istehsalın ekoloji təmiz məhsulların hesabına formalaşması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə genetik dəyişikliklərin aparılması dünyada ciddi narahatlıqla qarşılır. Bu sahədə insan sağlamlığına təhlükə yaradan texnologiyalardan, kimyəvi pereparatlardan, yeni dəyişdirilən sort və cinslərdən istifadə olunması əhalinin etibarlı ərzaq təminatına təhlükə yaradır. Əslində ərzaq bazarının rəqabət qabiliyyəti və onun davamlılığı ölkənin ərzaq təhlükəsizliyini təmin etmək üçün əsasdır. Bu baxımdan bazarın fəaliyyətinin səmərəliliyi müvafiq tənzimləmə mexanizmləri ilə müəyyən edilir. Beləliklə, kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması aqrar ərzaq bazarının fəaliyyətinin əhəmiyyətli bir elementidir və dövlətin iqtisadi təhlükəsizliyini möhkəmləndirməyə xidmət etdiyi üçün aqrar siyasətin prioritet istiqamətlərindən biri kimi çıxış edir.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasında resurslardan səmərəli istifadə strategiyası. Araşdırmalara əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün, resursların səmərəli istifadəsi və yeniliklərin tətbiqi strategiyasını tətbiq etmək ən zəruri tədbirlər kimi özünü göstərir. Resurslardan səmərəli istifadə strategiyası istehsal prosesində resurslara qənaəti təmin edən texnologiyaların payının artmasını, resurslardan istifadənin yaxşılaşdırılmasını, optimallaşdırılmasını və stimullaşdırılması metodlarının inkişafını nəzərdə tutur ki, bu da mövcud olan bütün imkanlarından daha səmərəli istifadə etməyə imkan verir.

Göstərilənlərdən məlum olur ki, yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətinin formalaşması innovativ yanaşmaya əsaslanmalı və aşağıdakı strategiyalara söykənməlidir:

- yeni texnologiyaların inkişafı, istehsalın və əməyin təşkilinin müasir metodlarının köməyi ilə məhsulların maya dəyərinin aşağı salınması;
- məhsulların qiymətlərinin tənzimlənməsi;
- ərzaq bazarının tələbindən asılı olaraq məhsul istehsalı həcmının tənzimlənməsi;
- məhsulların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması;
- yeni satış bazarının inkişafı, istehlakçılara göstərilən xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi.

İnnovasiyalardan istifadə torpağın keyfiyyətini artırmaq, məhsuldarlığı artırmaq, məhsulun keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq, enerji istehlakını azaltmaq, əmək və maddi xərclərə qənaət, təbii mühitin deqradasiya proseslərini aradan qaldırmaq istehsal həcmının artırılmasına yönəldilir. Göstərilənləri nəzərə alaraq innovasiya tətbiqini stimullaşdırmaq üçün aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsi vacibdir:

- yeni texnologiyaların istehsalını həyata keçirən istehsalçılara vergi güzəştlərinin tətbiqi;
- yeniliklər, eləcə də mövcud nəticələr və təcrübədən istifadə imkanları barədə informasiya əldə etməyə imkan verən məlumat sisteminin formalaşdırılması;
- yeniliklərin inkişafı və tətbiqini təşviq edən investisiya və innovasiya fondunun yaradılması.

Rəqabət qabiliyyətli məhsulların istehsalını təmin edən tədbirlər. Beynəlxalq təcrübədə rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalı və istehsalın təhlükəsizliyi üçün dövlət səviyyəsində aşağıdakı tədbirlər görülməsi məqbul hesab edilir: standartlaşdırma, sertifikatlaşdırma və fitosanitar qaydaların həyata keçirilməsinə dair qanunvericilik bazasının formalaşdırılması; daxili məhsulların növlərə görə fərqlənən tariflərinin artmasına və rüsumların saxlanılmasına əsaslanan daxili bazarın qorunması üçün effektiv gömrük və tarif mexanizminin yaradılması; ümumi daxili məhsulun formalaşmasına verdiyi töhfəni nəzərə alaraq aqrar sahənin büdcə maliyyələşdirilməsinin artırılması; ixrac subsidiyalarının səviyyəsinin artırılması; güzəştli vergilər və kreditlərin tətbiqi. Son illərdə aqrar sahədə aparılan islahatların ən böyük töhfələrindən biri də istehsal vasitələrinin əldə olunmasına tətbiq olunan güzəştlərdir. Bue ki, bir sıra texnika və texnoloji avadanlıqların ölkəyə idxalı rüsumdan azad edilmiş, satışı subsidiyalaşdırılmışdır. Məsələn, fermer tərəfindən texnikanın ilkin dəyərinin 20% ödənildikdə, büdcə vəsaiti hesabına idxal dəyərinin 40 faizi həcmində güzəşt edilir. Hazırda ölkəyə idxal edilən, həmçinin yerli damazlıq təsərrüfatlardan satılan cins damazlıq heyvanların qiymətinin 60 faizi dövlət büdcəsi hesabına subsidiyalaşdırılır. Son illərdə aqrar sahədə innovativ texnologiyaların tətbiqinin genişləndirilməsi istiqamətində mühüm irəliləyişlər əldə edilmişdir. [8, s.2].

Əməyin təşkili səviyyəsinin aşağı olması kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi problemini müstəqil həll etmək imkanlarını məhdudlaşdırır. Müəssisələrin inteqrasiya olunmuş strukturlar şəklində əməkdaşlıq prinsipləri üzərində fəaliyyəti, mövcud potensiallarından rəqabətə davamlı istehsalın inkişafı üçün birgə istifadə etmələri məhsuldar qüvvələrin və istehsal vasitələrinin rəqabət bölgüsü üçün əlverişli şərait yaradır. İnteqrasiya prosesi və əlaqələrin genişlənməsi, hər bir inteqrasiya olunmuş subyektin inkişafı üçün bərabər iqtisadi fürsət yaradır və iqtisadi fəaliyyətlərin könüllü şəkildə həyata keçirilməsi tələb edir. İnteqrasiyalı fəaliyyət, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının azad fəaliyyətini və rəqabət imkanlarını məhdudlaşdırmamalı, iqtisadi müstəqilliklərini azaltmamalı, bərabər əməkdaşlıq üçün şərait yaratmalıdır.

Aqromarketing fəaliyyətinin təkilinin kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyində əhəmiyyəti.

Hazırda aqrar-sənaye müəssisələrinin fəaliyyətində marketing, rəqabət üstünlüklərinə nail olmaq üçün səmərəli idarəetmənin əsası olaraq getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Marketing menecmentinin köməyi ilə istehlakçıların istəklərini və istehsalçıların maraqlarını nəzərə alaraq məhsul çeşidini inkişaf etdirmək, qiymət siyasətini həyata keçirmək və məhsulları tanımaq mümkündür. Bu səbəbdən aqrar-sənaye sferasında marketingin idarə olunması problemi həm nəzəri, həm də praktik baxımdan aktualdır. Marketing fəaliyyətinin təşkili əsasən aşağıdakı vəzifələri həll etmək üçün nəzərdə tutulur:

- kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal həcmi bərpa etmək;
- əhalinin ən mühüm ərzaq məhsullarına tələbatının (kəmiyyət, keyfiyyət və istehlak xüsusiyyətləri baxımından) və istehlak məhsullarının istehsalı üçün xammala olan ehtiyacların maksimum ödənilməsi;
- aqrar-sənaye sferasında sahələrarası mübadilənin səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi;
- ərzaq məhsullarının daha əlverişli daxili və xarici bazarlara çıxışının təmin edilməsi.

Qeyd edilənlər baxımından marketing idarəetmə sisteminin inkişafı kənd təsərrüfatında istehsal olunan məhsulların satışının əsas səviyyələrini əhatə etməli, ərzaq bazarının fəaliyyətinin ərzi və sahə prinsipləri əsasında səmərəliliyini təmin etməlidir. Marketing fəaliyyətinin ilkin səviyyəsi, müəssisələr tərəfindən təmsil oluna bilər. Bu, həm ixtisaslaşma sahələri, istehsal həcmi, müstəqillik dərəcəsi, həm də mülkiyyət formaları və məhsulların reallaşdırılması qabiliyyətləri ilə fərqlənən böyük bir müəssisələr qrupunu əhatə edən marketing fəaliyyətindəki əsas əlaqədir.

Marketing xidmətinin təşki sxemləri və prinsipləri kənd təsərrüfatı sahələrinin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq formalaşdırılır. Göstərilənləri nəzərə alaraq aqrar müəssisələrdə marketing xidmətlərinin formalaşması ilə bağlı aşağıdakı mərhələləri ayırmaq mümkündür:

- müvafiq marketing funksiyalarının və fərdi marketing tapşırıqlarının hazırlanması;
- marketing funksiyalarının həyata keçirilməsi ilə məşğul olan peşəkar qrupların yaradılması;
- istehsal və satış funksiyasının aktivləşdirilməsi və marketing fəaliyyətinin gücləndirilməsi;
- müstəqil marketing şöbəsinin funksional şöbələrinin inkişafı.

Marketing fəaliyyəti marketingin idarə olunmasının ikinci səviyyəsidir. Aqrar-sənaye sferası müəssisələrinin bu səviyyədə idarə olunmasında marketingin spesifikliyi ondadır ki, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları istehsalla yanaşı satışın təşkilində də bir sıra problemlərlə qarşılaşır. Ona görə marketing fəaliyyətinin təşkilində başlıca məqsəd mövcud və potensial tələbin, bazar şərtlərinin öyrənilməsi və proqnozlaşdırılması əsasında kənd təsərrüfatı istehsalının səmərəli inkişafını təmin etməkdir. Beləliklə, aqrar sahədə marketing fəaliyyətinin təşkili ilk növbədə aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir:

- kənd təsərrüfatı məhsullarının səmərəli satışı üçün yerli istehsalçıların səylərinin koordinasiyası;
- kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı üçün effektiv bazar sisteminin müəyyən edilməsi;
- əhalinin ərzaq məhsullarına, qida istehsalı müəssisələrinin xammala olan tələbatlarının daha dolğun şəkildə ödənilməsi;

- marketing sahəsində kənd təsərrüfatı istehsalçılarına metodiki və praktik yardımın göstərilməsi.

Marketing fəaliyyətinin təşkilinin növbəti səviyyəsi aşağıdakı vəzifələrlə təmsil oluna bilər: dövlət qurumlarının tərkibində elmi və metodiki marketing mərkəzinin təşkili; ixtisaslaşmış məhsulların istehsalı və satışı üçün respublika miqyaslı strukturların yaradılması və s. Ərzaq məhsullarının istehsalı və satışı üçün nəzərdə tutulan belə təşkilati strukturlar müəyyən məhsul növlərinə ehtiyacları ödəmək məqsədinin vəhdəti ilə birləşən subyektlər sistemidir. Təbii ki, burada yerli və xarici bazarların tələblərinə uyğun kəmiyyət, keyfiyyət, rəqabət üstünlükləri və çeşidləri baxımından istehsal və satışın həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur.

Aqrar sahədə marketing sisteminin uğurlu fəaliyyəti üçün əvəzəlməz şərt, əməliyyat məlumat mübadiləsinin təmin edəcək vahid informasiya məkanının yaradılmasıdır. Vahid informasiya məkanı yaratmaq üçün tələb olunan ilkin məlumatların toplanması marketing mütəxəsssləri tərəfindən həyata keçirilir. Bu prosesdə kənd təsərrüfatında, emal müəssisələrində, topdan və pərakəndə ticarət müəssisələrində, bazarlarda toplanan məlumatlar proqram təminatı ilə emal üçün sistenləşdirilir, mütəxəssslər tərəfindən işlənir və marketing mərkəzinə ötürülür.

Beləliklə, bazar iqtisadiyyatının formalaşması kənd təsərrüfatı istehsalçıları tərəfindən məhsul satışının ən səmərəli kanallarını və formalarını seçmələrini, eyni zamanda məhsullarının istehlakçılara təşviq etmələrini tələb edir. Bu işə kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması ilə bilavasitə bağlıdır və istehsalçılara yalnız əhalinin ehtiyaclarını ödəmək üçün deyil, həm də istehsalın genişləndirilməsi üçün ehtiyatlar yaratmağa imkan verir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Tədqiqat nəticəsində aqrar sahə müəssisələrinin və aqrar-ərzaq məhsullarının rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinin zəruriliyi və onu təmin edən amillər müəyyən edilmişdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti. Tədqiqatın nəticələrindən aqrar sahədə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan iqtisadi subyektlər tərəfindən kənd təsərrüfatında istehsal etdikləri məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsində istifadə edilə bilər.

Tədqiqat işinin iqtisadi səmərəsi. Alınmış nəticələrdən, irəli sürülmüş təklif və tövsiyələrdən gələcəkdə kənd təsərrüfatında istehsal etdikləri məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyini yüksəltməklə sahibkarlığın daha səmərəli inkişaf etdirilməsində istifadə edilə bilər.

Nəticə. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalında yüksək rəqabət qabiliyyətliliyi təmin etmək üçün, funksional vəzifələrin bölüşdürülməsinə və bütün strukturlar arasında qarşılıqlı faydalı iqtisadi əlaqələrin təşkilinə xüsusi diqqət yetirilməsi vacibdir. Bu istiqamətdə aşağıdakı məsələlərin icrası zəruridir: beynəlxalq standartların tələblərinə cavab verən yüksək keyfiyyətli xammal istehsalının həyata keçirilməsi, rəqabət qabiliyyətli istehsalda məhsuldarlığın artması, xərclərin azaldılması, keyfiyyətin yaxşılaşdırılması və s. Göstərilənlər baxımından prioritet sahələr bunlardır: istehsalın yenidən qurulması və texniki yenilənməsi, innovasiyaların tətbiqi və enerjiyə qənaət edən texnologiyaların inkişafı.

Qeyd edilənlərdən məlum olur ki, kənd təsərrüfatında yüksək rəqabətqabiliyyətli məhsullar istehsalının formalaşması üçün vahid bir mexanizmin formalaşdırılması vacibdir. Bu yolla bütün idarəetmə səviyyələrini əhatə etməklə maliyyə, maddi, əmək ehtiyatlarının və məhsulların səmərəli satış sisteminin konsentrasiyasını təmin etmək mümkündür.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycanın statistik göstəriciləri. Bakı-2024.
2. Bernuès, A.; Rodriguez Ortega, T.; Alfnes, F.; Clemetsen, M.; Eik, L.O. Quantifying the multifunctionality of fjord and mountain agriculture by means of sociocultural and economic valuation of ecosystem services. Land Use Policy 2015, 48, 170–178.
3. [10, s.43]. Banse, M., Gorton, M., Hartell, J., Hughes, G., Köckler, J., Möllman, T. and Munch, W. (1999), 'The Evolution of Competitiveness in Hungarian Agriculture: from Transition to Accession',

paper presented *the IXth European congress of Agricultural Economists*, Warsaw, Poland, 24th-28th August.

4. Renting, H.; Rossing, W.A.H.; Groot, J.C.J.; Van der Ploeg, J.D.; Laurent, C.; Perraud, D.; Stobbelaar, D.J.van Ittersum, M.K. Exploring multifunctional agriculture. A review of conceptual approaches and prospects for an integrative transitional framework. *J. Environ. Manag.* 2009, 90, 112–123

5. Köckler, J. AND Quiring, A. (1997), *Perspektiven der agrarsektoralen Entwicklungen in den MOE Staaten; Notwendigkeit eines differenzierten Analyseansatzes*. Paper presented at the Seminar on Achtunddreißigste Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e. V., Land - und Ernährungswirtschaft in einer erweiterten EU, Freising Weihenstephan, 6-8th October

6. Avdasheva S. B., Shastitko A. E., Kalmychkova E. N. Antiinhişar siyasətinin iqtisadi əsasları: dünya təcrübəsi kontekstində Rusiya təcrübəsi // Ali İqtisadiyyat Məktəbi İqtisadiyyat Jurnalı .2007. V. 11, No 1. S. 89–123.

7. Зверев А.Ф. Формирование и развитие продовольственного рынка с учетом агрозональной специфики региона: монография / А.Ф. Зверев, А.Д. Громов. – Иркутск: ИрГСХА,- 2007. – 141 с.

8. <https://xalqgazeti.az/az/iqtisadiyyat/146525-azerbaycanda-kend-teserrufati-sahesinin-inkisaf>
Azərbaycanda kənd təsərrüfatı sahəsinin inkişaf tempi dünya üzrə orta göstəricidən yüksəkdir

УДК 330.13.6

НЕОБХОДИМОСТЬ КОНКУРЕНТНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ И ФАКТОРЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ЕЕ

¹Якуб Фейзулла оглы Алифов, ²Вусал Ягуб оглы Алифов

³Фарид Шакир оглы Велиев

Азербайджанский Государственный Аграрный Университет

¹yaqubalifov @ gmail.com, ²alifovvusal @ gmail.com,

³ferid.veliev.89@mail.ru

Резюме. Производство конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции внутри страны и на мировом рынке является основной задачей каждого государства. Таким образом, производство конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции приводит к повышению качества продукции, снижению затрат на производство продукции с использованием современной техники и технологий. В статье изучено современное состояние производства с учетом экономических возможностей развития сельского хозяйства нашей республики. В статье рассмотрены сущность конкуренции и ее теоретические взгляды, направления оценки конкурентоспособности в сельском хозяйстве, значение формирования конкурентоспособного сельскохозяйственного производства за счет экологически чистой продукции, стратегия эффективного использования ресурсов в повышении конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. важно реализовать его на государственном уровне для производства конкурентоспособной продукции и обеспечения безопасности производства, исследовано значение агромаркетинга в производстве конкурентоспособной продукции и т.д. По итогам исследования были сделаны предложения по производству конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: инфраструктура, ценовая эластичность, рыночный спрос, логистическая сеть, ресурс, экспорт.

UDC 330.13.6

THE NECESSITY OF COMPETITIVE AGRICULTURAL PRODUCTION AND FACTORS THAT ENSURE IT¹Yaqub Feyzulla oğlu Alifov, ²Vusal Yaqub oğlu Alifov³Farid Shakir oğlu Veliyev

Azerbaijan State Agrarian University

¹yaqubalifov @ qmail.com , ²alifovvusal @ qmail.com,[³ferid.veliyev.89@mail.ru](mailto:ferid.veliyev.89@mail.ru)

*Summary.*The production of competitive agricultural products within the country and in the world market is a basilica task facing every state. Thus, the production of competitive agricultural products leads to an increase in the quality of products, a decrease in the costs incurred for product production by using modern techniques and technologies. The article examines the current state of production in our republic, taking into account the economic opportunities for the development of agriculture. The article examines the nature of competition and theoretical views on it, the directions of assessing competitiveness in agriculture, the importance of forming competitive agricultural production at the expense of ecologically clean products, the strategy of efficient use of resources in increasing the competitiveness of agricultural products, measures that must be implemented at the state level for the production of competitive products and the safety of production, the importance of agromarketing in the production of competitive products, etc. At the end of the study, proposals are put forward regarding the production of competitive agricultural products.

Key words: infrastructure, price elasticity, market demand, logistics network, resource, export.

Redaksiyaya daxilolma: 25.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025

