

# AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

*Əlyazması hüququnda*

## LƏNKƏRAN İQTİSADI RAYONUNUN AQRAR-EMAL MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MARKETİNG FƏALİYYƏTİNİN FORMALAŞDIRILMASI

İxtisas: 5312.01-“Sahə iqtisadiyyatı”

Elm sahəsi: 53-İqtisad elmləri

İddiaçı: **Hikmət Firdovsi oğlu Səlimov**

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi  
almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın

### **AVTOREFERATI**

**Bakı-2025**

Dissertasiya işi Lənkəran Dövlət Universitetinin “İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə” kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

**Elmi rəhbər:** iqtisad elmləri doktoru, professor  
**Tərbiz Nəsim oğlu Əliyev**

**Rəsmi apponentlər:** iqtisad elmləri doktoru, professor  
**Səfər Həsən oğlu Pürhəni**

iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent  
**Yunus Musa oğlu Sadıqov**

iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent  
**Könül Asaf qızı Ağayeva**

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutunun nəzdində fəaliyyət göstərən ED  
**Dissertasiya Şurası**



Dissertasiya  
Şurasının sədri

iqtisad elmləri doktoru, professor  
**Nazim Müzəffərli (İmanov)**

Dissertasiya Şurasının  
elmi katibi:

iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru  
**Sevda Məmməd qızı Seyidova**

Elmi seminarın sədri:

iqtisad elmləri doktoru, dosent  
**Aqil Məhiyyəddin oğlu Əsədov**

## İŞİN ÜMUMİ XARAKTERİSTİKASI

**Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi:** Tədqiqat işinin aktuallığı Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafının təmin edilməsi zərurəti ilə şərtlənmişdir. Ölkədə həmin sektorun inkişafının sürətləndirilməsində, tarazlı regional və davamlı sosial-iqtisadi inkişafın təmin edilməsində əhalinin qida məhsullarına olan tələbatının ödənilməsində, onların həyat səviyyəsinin yüksəldilməsində aqrar-əməl müəssisələrinin rolu danılmazdır. Regionların sosial-iqtisadi inkişafına dair qəbul edilən dörd Dövlət Proqramının uğurla həyata keçirilməsi bütünlüklə aqrar sferanın və onun lokomotivi sayılan aqrar-əməl müəssisələrinin və onların xammal bazasının bərpa olunmasında, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində mühüm rol oynamışdır.

Son 20 il ərzində Azərbaycanda kənd təsərrüfatının və onun aqrar-əməl müəssisələrinin inkişafına dair qəbul edilən çoxsaylı qanunlar, dövlət proqramları, strateji yol xəritələri, Azərbaycan 2030: sosial iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər, Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası və digər normativ xarakterli aktlar bütünlükdə adı çəkilən sferanın hüquqi bazasını möhkəmlətməmişdir. Onların əsasında Azərbaycanda davam etdirilən geniş miqyaslı iqtisadi islahatlar çərçivəsində aqrar sahədə istehsal infrastrukturunun yeniləşdirilməsi, kooperasiya əlaqələrinin və inteqrasiya proseslərinin sürətləndirilməsi yolu ilə daxili ərzaq bazarında aqrar-əməl məhsullarının idxalının xüsusi çəkisinin azaldılması və ixrac imkanlarının genişləndirilməsi, aqrar-biznesin inkişafı daha da sürətləndirilmişdir. Bütün bunların icrası nəticəsində aqrar sektorda ümumi məhsul istehsalı və ixracda kənd təsərrüfatı, eləcə də aqrar-əməl məhsullarının xüsusi çəkisi gözə çarpacaq dərəcədə artmış, əhalinin bir çox ərzaq məhsulları üzrə özünütəminatmə səviyyəsi yüksəlmişdir.

Əldə edilən nailiyyətlərə baxmayaraq hələ də aqrar sferada yüksək texnoloji inkişafa əsaslanan sənaye yönümlü, dəyər zənciri sisteminə inteqrasiya olunmuş aqrar-sənaye kompleksi təşkil edilməmişdir. Məhz bunların nəticəsidir ki, ölkənin əməl sənayesi

müəssisələrinin anbarlarında hazır məhsul qalığının həcmi yüksələn xəttlə artmışdır.

Digər tərəfdən, son illər fəaliyyətinə xitam verən bir sıra sahibkarlıq subyektləri içərisində aqrar-əmal müəssisələrinin xüsusi çəkisi də yüksəkdir. Tədqiq edilən Lənkəran iqtisadi\* rayonunda hazırda kənd təsərrüfatı və aqrar-əmal müəssisələrində istifadə edilə bilən çoxsaylı digər ehtiyat imkanları da mövcuddur.

Azərbaycanda regional iqtisadiyyatın və aqrar sahənin inkişaf problemləri, ərzaq təhlükəsizliyi, aqrar sahədə struktur dəyişikliyi, onun modernləşdirilməsi, investisiya təminatı, bu sahədə sahibkarlığın inkişafı, onun dövlət tənzimlənməsi, aqrar-əmal müəssisələrinin rəqabət qabiliyyəti problemləri: Z.Ə.Səmədzadə, A.F.Abbasov, B.X.Ataşov, V.Ə.Qasımlı, E.Ə.Quliyev, F.A.Quliyev, Ə.X.Nuriyev, S.V.Salahov, İ.H.İbrahimov, R.P.Sultanova, T.H.Hüseynov, Ş.T.Əliyev, G.Ə.Gənciyev, A.İ.Qurbanzadə və başqalarının əsərlərində araşdırılmış və elmi cəhətdən əsaslandırılmış, önəmli tövsiyələr verilmişdir.

Marketinqin təşkili və idarə edilməsinin nəzəri və praktiki aspektləri isə Azərbaycanda Ş.Ə.Axundov, İ.H.Aliyev, T.Ə.Quliyev, T.İ.İmanov, T.N.Əliyev, F.Ə.Quliyev, F.V.Quliyev, Z.M.Hüseynova, MDB ölkələrinin tədqiqatçılarından - Y.A.Qolikov, T.P.Danko, S.A.Dyomin, V.A.Aleksunin uzaq xarici ölkələrdə - M.Porter və başqaları tərəfindən kifayət qədər araşdırılmış və iqtisad elminə öz töhfəsini vermişdir.

Həmin tədqiqatların əhəmiyyətini azaltmadan onu da qeyd etmək lazımdır ki, Lənkəran iqtisadi rayonunda kənd təsərrüfatı bitkilərinin əkin sahələri ildən-ilə azalır. Müəssisələrdə səlahiyyətli marketinq xidməti olmadığından bazarlar tədqiq edilmir, yeni növ məhsulun mənimsənilməsi prosesi də zəifdir, onların ixrac imkanları aşağıdır. İqtisadi rayonda ətlik-südlük inək, qoyun və toyuq cinslərinin saxlanması işi zəif həyata keçirilir. Burada meyvə, tərəvəz, ət, süd, yumurta, yun, cır meyvə tədarükü

---

\* Qeyd: A R Prezidentinin 07 iyul 2021-ci il tarixli Fərmanı ilə tərkibi və əhatə dairəsi dəyişilmədən Lənkəran-Astara iqtisadi rayonu adlanır.

məntəqələrinin təşkilini qənaətbəxş hesab etmək çətindir. İnzibati rayonlarda aqrobiznesin innovativ inkişafına dəstək infrastrukturunu lazımi səviyyədə formalaşmamış, kənd təsərrüfatı və aqrar-əmal məhsullarının istehsalçıları, vasitəçilərin və istehlakçıların maraqları lazımınca balanslaşdırılmır. Bütün bunlar həmin iqtisadi rayonun aqrar-əmal müəssisələrində marketinq fəaliyyətinin formalaşdırılması məsələlərinin kompleks şəkildə öyrənilməsi zərurətini ön plana çəkərək, elmi cəhətdən əsaslandırılmış tövsiyələrin işlənilməsini və mövzunun aktuallığını şərtləşdirmişdir.

**Tədqiqatın obyektı və predmeti.** Tədqiqat işinin obyektı - Lənkəran iqtisadi rayonunda ASC, MMC statusunda fəaliyyət göstərən aqrar-əmal müəssisələridir. Tədqiqat işinin predmeti isə - aqrar sferada əmal müəssisələrinin marketinq fəaliyyətinin formalaşdırılması və inkişafı üzrə iqtisadi münasibətlər və proseslərdir.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri.** Tədqiqat işində əsas məqsəd - Lənkəran iqtisadi rayonunun aqrar-əmal müəssisələrində marketinq fəaliyyətinin səmərəli təşkili və idarə edilməsi üzrə elmi cəhətdən əsaslandırılmış metodiki və təşkilati-iqtisadi xarakterli tövsiyələr işlənilib hazırlamaqdan ibarətdir.

Həmin məqsədə nail olmaq üçün tədqiqat işində aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuş və məntiqi ardıcılıqla yerinə yetirilmişdir:

- Respublika və xarici ölkə alimlərinin tədqiq edilən mövzuya dair əsərlərinin öyrənilib ümumiləşdirilməsi əsasında aqrar-əmal müəssisələrində marketinq fəaliyyətinin səmərəli təşkili və idarə edilməsinin nəzəri-metodoloji əsaslarının tədqiq olunması;
- Aqrar-əmal müəssisələrində marketinq fəaliyyətinin logistik təminatının təşkilinin nəzəri aspektlərinin şərh olunması;
- Çoxillik statistik, ilkin uçot və hesabat sənədlərinin məlumatları əsasında Lənkəran iqtisadi rayonunun aqrar-əmal müəssisələrində və onların xammal bazası kimi çıxış edən kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və satışı prosesində marketinq fəaliyyətinin təşkilinin mövcud

- vəziyyətinin təhlil edilib qiymətləndirilməsi, müvafiq ehtiyat imkanlarının aşkara çıxarılması;
- Sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyasının hədəflərinə uyğun iqtisadi rayonun aqrar-əmal müəssisələri üçün marketing strategiyasının işlənilməsi;
  - Tədqiq edilən iqtisadi rayonda aqroparkların, klasterlərin və sənaye xidmət məhəllələrinin yaradılması nəticəsində marketing fəaliyyətinin genişləndirilməsi imkanlarının müəyyən edilməsi;
  - Aqrar-əmal müəssisələrində istehsal və ixrac potensialının genişləndirilməsi, marketingin səmərəli təşkili üzrə əməli xarakterli tövsiyələrin işlənilib hazırlanması.

**Tədqiqatın metodları.** Tədqiqat prosesində iqtisadi statistik qruplaşdırma, müsahibə, müşahidə, müqayisəli təhlil, qrafik, sistemləşdirmə və ekspert qiymətləndirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

**Müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar:**

1. Sistemli və kompleks yanaşma əsasında aqrar-əmal sferasının spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla marketingin təşkili və idarə edilməsinin nəzəri-metodoloji bazasının təkmilləşdirilməsi, inkişafa hədəflənən marketing konsepsiyasının formalaşdırılması və onun icrasına yönəldilən strateji məqsədlərə çatmaq yollarının müəyyən edilməsinə ehtiyac duyulur.
2. Marketing yönümünə keçidin metodoloji aspektinin təkmilləşdirilməsi kontekstində aqrar-əmal müəssisələrinin yaradılmasının ilkin mərhələsində ümumi fəaliyyətin alqoritminin işlənilməsi, onların operativ və strateji funksiyalarının təsnifləşdirilməsi və həyata keçirilməsi üzrə müvafiq strategiyanın formalaşdırılması zərurəti yaradılmışdır.
3. Aqrar-əmal müəssisələrində marketing fəaliyyətinin logistik təminatının yaxşılaşdırılması kontekstində marketing, logistika və idarəetmə funksiyalarının inteqrasiyasının təmin edilməsini, özünə ehtiva edən müvafiq strategiyasının həyata keçirilməsi tərəfimizdən təklif edilən alqoritm

regiondakı aqrar-omal müəssisələrinin problemlərinin həllində birbaşa iştirak edəcəkdir.

4. Tədqiq edilən iqtisadi rayon aqrar-omal müəssisələrinin xammal təminatı kontekstində, aqrar-omal müəssisələrində məhsulların istehsalı, ehtiyatları, onların daxili və xarici bazalarda satışının təşkilinin mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi, hər istiqamət üzrə ehtiyat imkanlarının aşkara çıxarılması və onlardan səmərəli istifadə orada istehsal güclərindən səmərəli istifadə olunmasına, hazır məhsul qalığının minimuma endirilməsinə, əhalinin ərzaq və qeyri ərzaq məhsulları ilə özünütəminat səviyyəsinin yüksəldilməsinə imkan vermiş olacaqdır.
5. Ölkənin uzunmüddətli dövr üçün sosial-iqtisadi strategiyasının hədəflərinə uyğun iqtisadi rayonun aqrar-omal müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi strategiyasının formalaşdırılması və onun həyata keçirilməsi nəticəsində aqrar-omal məhsullarının istehsal həcminin və çeşidinin artırılmasına, idxaldan asılılığın azaldılmasına, ixrac imkanlarının yüksəldilməsinə imkan vermiş olacaqdır.
6. Lənkəran iqtisadi rayonunun inzibati rayonlarında ixtisaslaşan və qarışıq tipli aqroparkların, aqro-sənaye klasterlərinin və tədarük məntəqələrinin yaradılması nəticəsində yeni iş yerlərinin yaradılmasına, əsas növ aqrar-omal və ərzaq məhsulları üzrə bolluq yaratmaqla özünütəminat səviyyəsini yüksəltməyə imkan yaradacaqdır.
7. Regionun aqrar-omal müəssisələrinin istehsal və ixrac potensialının genişləndirilməsi, idxaldan asılılığın azaldılması istiqamətində əməli xarakterli tövsiyələrin işlənilməsinə ehtiyac duyulur.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi.** Tədqiqat işinin elmi yeniliyi əsasən onunla bağlıdır ki, ölkədə aparılan uğurlu islahatlar nəticəsində bu sahənin formalaşdırılması işinin sürətləndirilməsini təmin edəcək baxışlar ifadə edilmiş və inkişafı ilə bağlı təklif və tövsiyələr irəli sürülmüşdür. Tədqiqat işinin əsas elmi yenilikləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- Aqrar-emal müəssisələrinin və bütünlükdə aqrar sferanın spesifik xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla sistemli və kompleks yanaşma əsasında, sosial-iqtisadi kateqoriya kimi müasir dövrün çağırılmasına uyğun marketinqin konsepsiyası dəqiqləşdirilmişdir (7. səh. 65-67);
- Aqrar-emal müəssisələrində marketinqin təşkili üzrə mövcud idarəetmə problemləri risk dərəcəsinə görə sıralanmışdır (6. səh. 191-192; 7. səh. 64-66);
- Marketinq strategiyasının həyata keçirilməsi üzrə yanaşmalar təsnifləşdirilmişdir (16. səh. 318-320);
- İqtisadi rayonda aqrar sahənin yenidən formalaşdığı şəraitdə aqrar-emal müəssisələrinin fəaliyyətinin genişləndirilməsi prosesinə təsir göstərən təşkilati-iqtisadi və sosial amillər aşkar edilərək qiymətləndirilmişdir (11. səh. 99-101);
- Aqrar-emal müəssisələrində rəqabət strategiyasının işlənilməsi və həyata keçirilməsinin alqoritmi təklif edilmişdir (13. səh. 133-135);
- İqtisadi rayonda yeni aqrar-emal müəssisələrinin, klasterlərin, aqroparkların və sənaye-xidmət məhəllələrinin yaradılmasının məqsədəuyğunluğu əsaslandırılmış, hər bir inzibati rayon üzrə onların mümkün sayı və iqtisadi rayonun gələcək sosial-iqtisadi inkişafına təsiri müəyyən edilmişdir (5. səh. 40-42; 17. səh. 103-106);
- Lənkəran iqtisadi rayonunda aqrar-emal müəssisələrinin dəyər zənciri üzrə istehsal və ixrac potensialının başlıca istiqamətləri müəyyən edilmişdir (4. səh. 176-177; 9. səh. 181-183; 13. səh. 133-135; 19. səh. 46-47).

**Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti.** Tədqiqat işində aparılan təhlil və qiymətləndirmələr, tədqiqat işi üzrə əldə edilən nəticələr bu sahənin müasir inkişaf istiqamətlərinin müəyyən olunmasına mühüm imkanlar yaradır. Tədqiqatın nəticələrindən Lənkəran iqtisadi rayonu və onun inzibati bölgələrində aqrar sahənin inkişafına dair uzunmüddətli dövr üçün sosial-iqtisadi inkişaf planlarının tərtibində, innovativ inkişaf proqramları hazırlanmasında, regional marketinq sisteminin formalaşması və inkişaf konsepsiyasının işlənməsində, aqrobiznes infrastrukturunun



formalaşması istiqamətində aqrar-emal müəssisələri üzrə yeni məhsulun istehsalına dair məqsədli investisiya layihələrin tərtibində, regional innovasiya proqramlarının işlənilməsində, sahə müəssisələrinin istehsal və ixrac potensialının genişləndirilməsi üzrə tövsiyələrin hazırlanmasında, regionun mövcud iqtisadi durumunun təhlil edilib qiymətləndirilməsində istifadə etmək olar.

**Aprobasiyası və tətbiqi.** Tədqiqat işinin əsas müddəaları müəllifin çap etdirdiyi üçü xaricdə olmaqla 19 (on doqquz) məqalə və tezis şəklində AAK-nın tövsiyyə etdiyi elmi jurnal və konfrans materiallarında öz əksini tapmışdır. Tədqiqatın əsas nəticələri ölkədə ixtisaslaşmış 5 (beş) elmi jurnalda, o cümlədən xaricdə nəşr olunmuş 2 (iki) elmi məqalə və 2 (iki) Beynəlxalq Konfransda məruzə edilmiş tezislərdə öz əksini tapmışdır.

**Disertasiyanın struktur bölmələrinin ayrılıqda həcmi qeyd olunmaqla dissertasiyanın işarə ilə ümumi həcmi.** Disertasiya işinin ümumi həcmi 292391 işarə təşkil edir. O cümlədən titul vərəqi və mündəricat 2078 işarə, giriş 18578 işarə, I fəsil 60672 işarə, II fəsil 100792 işarə, III fəsil 77196 işarə, nəticə 12453 işarə, istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı 19639 işarə və ixtisarlər siyahısı 982 işarədən ibarətdir. İşin həcmi şəkillər, cədvəllər, qrafiklər və ədəbiyyat siyahısı istisna olmaqla 251206 işarə təşkil edir. Dissertasiya işində 168 səhifədən ibarət olmaqla 171 mənbdən istifadə edilmiş, işin məzmununa uyğun 28 şəkil, 30 cədvəl və 12 diaqram tərtib edilmişdir.

# **DİSSERTASIYA İŞİNİN MÜNDƏRİCATI**

## **GİRİŞ**

### **I FƏSİL. AQRAR EMAL MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MARKETİNQ FƏALİYYƏTİNİN TƏŞKİLİ VƏ İDARƏEDİLMƏSİNİN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI**

1.1. Marketinqin mahiyyəti və onun konsepsiyasının formalaşmasının nəzəri əsaslar

1.2. Müəssisələrin idarə edilməsində marketinq yönümünə keçidin metodoloji aspektləri

1.3. Aqrar-emal müəssisələrində marketinq fəaliyyətinin logistik təminatının təşkilinin nəzəri əsasları

### **II FƏSİL. LƏNKƏRAN İQTİSADI RAYONUNUN AQRAR-EMAL MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MARKETİNQİN TƏŞKİLİ VƏ İDARƏEDİLMƏSİNİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ VƏ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ**

2.1. Rayonun coğrafi-iqtisadi xarakteristikası, onun istehsal potensialının strukturuna və aqrar-emal müəssisələrinin xammal təminatına təsirinin təhlili

2.2. Aqrar-emal müəssisələrində məhsullarının istehsalı səviyyəsinin qiymətləndirilməsi

2.3. Aqrar-emal məhsullarının ehtiyatları, onların daxili və xarici bazarlarda satışının təşkilinin təhlili

### **III FƏSİL. LƏNKƏRAN İQTİSADI RAYONUNUN AQRAR-EMAL MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MARKETİNQ FƏALİYYƏTİNİN SƏMƏRƏLİ İDARƏEDİLMƏSİ MEXANİZMİNİN FORMALAŞDIRILMASI**

3.1. Sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyasının hədəflərinə uyğun marketinqin idarə edilməsi mexanizminin formalaşdırılması

3.2. İqtisadi rayonda aqroparkların və klasterlərin yaradılması nəticəsində marketinq fəaliyyətinin genişləndirilməsi imkanları

3.3. Aqrar-emal müəssisələrinin istehsal və ixrac potensialının genişləndirilməsi

## **NƏTİCƏ**

### **İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI**

### **İXTİSARLARIN VƏ ŞƏRTİ İŞARƏLƏRİN SİYAHISI**

## MÜDAFİƏYƏ TƏQDİM OLUNAN ƏSAS ELMI MÜDDƏALAR

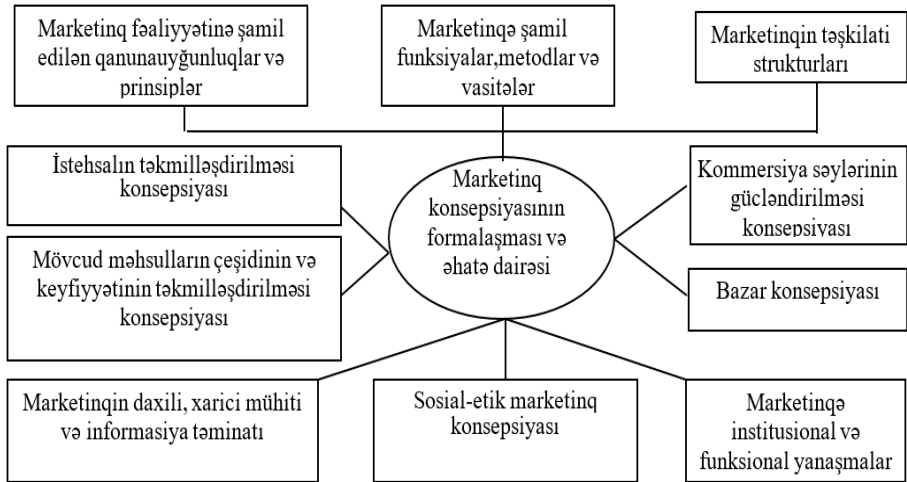
**Müddəa 1. Sistemli və kompleks yanaşma əsasında aqrar-emal sferasının spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla marketingin təşkili və idarə edilməsinin nəzəri-metodoloji bazasının təkmilləşdirilməsi, inkişafa hədəflənən marketing konsepsiyasının formalaşdırılması və onun icrasına yönəldilən strateji məqsədlərə çatmaq yollarının müəyyən edilməsinə ehtiyac duyulur.**

Tərəfimizdən aparılan araşdırmalar göstərir ki, marketing keçən əsrin əvvəllərindən başlayaraq təkamül yolu ilə inkişaf edib təkmilləşsə də, onun təşkili və idarə edilməsinə həsr edilmiş müasir iqtisadi ədəbiyyatlarda marketingin əhəmiyyəti və mahiyyəti haqqında iqtisadçı alimlərin və mütəxəssislərin müxtəlif baxışları ifadə olunur. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə marketingin tətbiqindən uzun müddət keçməsinə baxmayaraq, hələ də bu ölkələrdə marketingin hamı tərəfindən birmənalı şəkildə izahına və yaxud konkret tərifinə rast gəlinmir. Bütünlükdə marketing mürəkkəb sosial-iqtisadi kateqoriya olub bir çox aspektlərə malikdir. Onlara təşkilati, texniki-texnoloji, idarəetmə, iqtisadi, sosial, siyasi, ideoloji və digər aspektləri aid etmək olar.

Marketinglə məşğul olan mütəxəssislərin əksəriyyəti marketingi həm biznes fəlsəfəsi kimi, həm də müəssisənin bazar fəaliyyətinin metodologiyası kimi qəbul edirlər. Bu baxımdan marketingin tərifləri çoxdur. Hətta marketingin təşkili, idarə edilməsinin elmi-nəzəri və əməli aspektləri ilə məşğul olan mütəxəssislərin fikrinə görə, marketingin tərfi marketinglə məşğul olanlar qədərdir. Yanaşmaların bir çoxu üst-üstə düşür, bəziləri sahə xüsusiyyətlərini nəzərə alır, digərləri ona fəlsəfi baxışdan yanaşır, bir qrup alimlər isə marketinglə logistikanı bir müstəvidə araşdıraraq onların bir-biri ilə üzvi əlaqələrini qeyd edirlər.

F.Kotler haqlı olaraq qeyd etmişdir ki, marketingin idarə olunmasını müxtəlif bazarlarda arzulanan satış səviyyəsinin əldə edilməsi üçün lazım olan bir sıra vəzifələrin yerinə yetirilməsi vahid konsepsiyaya əsaslanmalıdır. Həmin alimin əsərində kommersiya təşkilatları üçün marketing konsepsiyasının formalaşması beş əsas

yanaşma bazasında qurulur. Onu rəhbər tutaraq, işdə marketinqin idarə olunması konsepsiyasının quruluşunu tərtib etməyə üstünlük verilmişdir (Şəkil 1).



**Şəkil 1.** Marketingin təşkili və idarə edilməsi konsepsiyasına sistemli yanaşma (müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir).

Marketing konsepsiyası – məqsəddir. Ona çatmaq üçün müxtəlif seqmentli bazarlarda satış səviyyəsinin yüksəldilməsi ilə əlaqədar gözlənilən nəticəyə nail olmaq lazımdır. Bu o deməkdir ki, 1 saylı şəkildə əks etdirilən konsepsiyalar bu vaxtadək öz əhəmiyyətini itirməmişdir. Onların hər biri müxtəlif dövrləri əhatə etmiş və öz xarakterik xüsusiyyətləri ilə fərqlənmişdir. İşdə inkişafa hədəflənən marketing konsepsiyasının formalaşmasının prinsiplial quruluşu verilmişdir.

Lakin aqrar-əmal müəssisələrinin istehsal-satış fəaliyyətinin idarə olunmasının yeni konsepsiyası ənənəvi konsepsiyalardan öz xüsusiyyətləri ilə fərqlənir.

İşdə həmin konsepsiyaların əhatə dairəsi, onun icrasına yönəldilən məqsədlərə çatmaq üçün zəruri hədəflərin tərəfimizdən işlənən təsnifatı sxem şəklində əks etdirilmişdir. Həmin strateji hədəflərin uğurlu icrası tədqiq edilən iqtisadi rayonda aqrar-əmal

müəssisələrin dayanıqlı inkişafına təminat yaratmış olacaqdır. Hesab edirik ki, həmin müəssisələrdə marketinq konsepsiyası GZİT və ABC təhlillərin nəticəsində formalaşdırılmalıdır.

Lənkəran iqtisadi rayonu üçün çayçılığın, çəltikçiliyin tam bərpası və inkişafı marketinq konsepsiyasının üzvü tərkib hissəsini təşkil etməklə həmin məhsulların idxalını azaltmaq və ixracını artırmaqla uzun müddətli dövrün əsas hədəfinə çevrilməlidir.

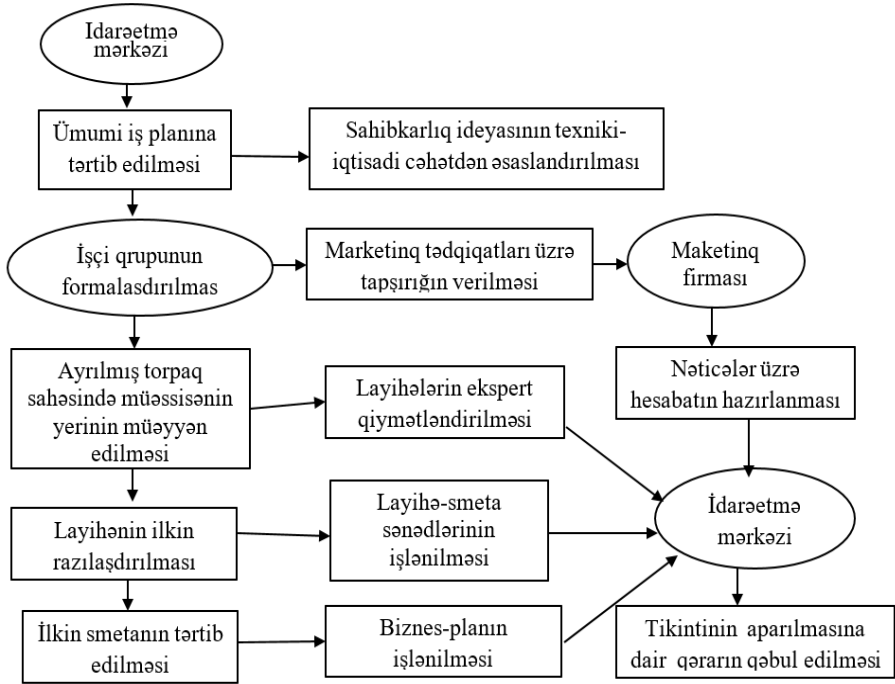
Aqrar-emal sferasının marketinq konsepsiyası baxımından inkişafı istehsal və emal proseslərinin düzgün təşkili və idarə edilməsi sahəsində qabaqcıl ölkələrin iş təcrübəsindən geniş istifadə etməkdən asılıdır.

**Müddəa 2. Marketinq yönümünə keçidin metodoloji aspektinin təkmilləşdirilməsi kontekstində aqrar-emal müəssisələrinin yaradılmasının ilkin mərhələsində ümumi fəaliyyətin alqoritminin işlənilməsi, onların operativ və strateji funksiyalarının təsnifləşdirilməsi və həyata keçirilməsi üzrə müvafiq strategiyanın formalaşdırılması zərurəti yaradılmışdır.**

Bazar münasibətləri şəraitində dəyişən təsərrüfat mexanizminin səmərəli alətlərindən biri kimi marketinq sistemi çıxış edərək, bazarın əlçatanlığını və tənzimlənməsi siyasətini özündə cəmləşdirir. Lənkəran iqtisadi rayonunda fəaliyyət göstərən aqrar-emal müəssisələrində son illər tərəfimizdən aparılan araşdırmalar zamanı birmənalı şəkildə müəyyən edilmişdir ki, məhz marketinq fəaliyyətinin səmərəli təşkili və idarə edilməsi üzrə həmin müəssisələrdə hələ də bir sıra boşluqların mövcud olması qida və içki istehsalı müəssisələrinin anbarlarında hazır məhsul qalığının artmasına, bir çox sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətlərinin dayanmasını şərtləşdirmişdir.

Həmin müəssisələrin rəhbərləri təsis etdikləri mikro və kiçik müəssisələrin idarəetmə strukturunun seçilməsi, tikintinin layihəsmeta sənədlərinin hazırlanması, biznes-planın işlənilməsi, tikintinin aparılması, avadanlıqların alınması, onların quraşdırılması, iş salınması, maddi-texniki təchizat, logistika, marketinq fəaliyyətinin təşkili və digər təşkilati-hüquqi məsələlərin həllində adətən səriştəsiz olurlar. Bu sahədə onlara əməli və metodiki kömək göstərmək üçün aqrar-emal müəssisələrinin yaradılmasının ilkin mərhələlərində

fəaliyyətin ümumi algoritmini təsvir etməyə üstünlük verilmişdir (şəkil 2).



**Şəkil 2.** Aqrar-əmal müəssisələrinin yaradılmasının ilkin mərhələsində fəaliyyətin ümumi algoritmi (müəllif tərəfindən işlənmişdir).

Yeni müəssisələrin yaradılması üzrə bir çox qabaqcıl firmaların iş təcrübəsinin öyrənilib ümumiləşdirilməsi əsasında adı çəkilən mərhələlər tərəfimizdən aşağıdakı kimi təsnifləşdirilmişdir: 1. Maliyyələşdirmədən əvvəlki mərhələ; 2. Maliyyələşdirmə mərhələsi; 3. Postinvestisiyalaşma mərhələsi; 3. İşgüzar mərhələ.

İşdə həmin mərhələlərin məzmunu, xarakteristikası hər mərhələ üzrə strateji və marketinq funksiyalarının əhatə dairəsi formalaşdırılmışdır.

Marketinqin idarə edilməsi sistemli yanaşmaya söykənməlidir, çünki marketinq fəaliyyətinin müxtəlif öhdəlikləri: – məqsədi,

funksiyası, obyektı, metodu və vasitələri müəssisədə marketing konsepsiyasının səmərəli həyata keçirilməsinə təminat yaradır. Həmin sistemli yanaşma bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan aşağıdakıları özündə əks etdirir:

1. Marketingin informasiya sistemini (marketing üzrə xarici informasiyalar, daxili hesabat, marketing tədqiqatları);

2. Marketingin idarə edilməsi sistemi (bazar imkanlarının təhlil edilməsi, marketing mühiti, bazarlar, rəqiblər, qaydalar, məqsədli bazarın seçilməsi, marketing kompleksinin işlənilməsi, marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsi);

3. İdarəetmənin prinsipləri və metodları (təhlil metodları, planlaşdırma və proqnozlaşdırma metodları, nəzarət və stimullaşdırma metodları, eləcə də məqsəduyğunluq, qənaətçilik və adaptasiya olunmaq prinsipləri).

Bütün bunlar onu göstərir ki, marketingin idarə edilməsi sistemi – marketing funksiyalarının əməli şəkildə həyata keçirilməsi və marketing strukturunun formalaşdırılması zamanı gerçəkləşdirilən idarəetmə prinsiplərinin məqsədyönlü məcmusudur.

Həmin təsnifata marketing tədqiqatlarının aparılması mərhələsi də daxil edilməlidir. İşdə həmin tədqiqatlar prosesində istifadəsi zəruri hesab edilən modellərin təsnifatı verilmişdir.

**Müddəa 3. Aqrar-əmal müəssisələrində marketing fəaliyyətinin logistik təminatının yaxşılaşdırılması kontekstində marketing, logistika və idarəetmə funksiyalarının inteqrasiyasının təmin edilməsini, özünə ehtiva edən müvafiq strategiyasının həyata keçirilməsi tərəfimizdən təklif edilən alqoritmin regiondakı aqrar-əmal müəssisələrinin problemlərinin həllində birbaşa iştirak edəcəkdir.**

Tədqiqatın nəticəsi olaraq sahə üzrə xidmət müəssisələri şəbəkəsinin genişləndirilməsi, aqrar-sənaye inteqrasiyasının inkişafının dəstəklənməsi, satış və istehsal vasitələri bazarında rəqabət mühitinin daha da sağlamlaşdırılması, ixrac bazarlarına çıxış imkanlarının artırılması istiqamətində əlavə dəyər yaradan tədbirlərin həyata keçirilməsinə zəruri ehtiyac duyulur.

Bu məqsədlə aqrar-əmal müəssisələrində marketingin, logistikanın səmərəli təşkili, onlar arasında qarşılıqlı əlaqələrin

yaradılması vacibdir. İşdə marketing logistikasının əhatə dərəsi, müasir marketing konsepsiyasının əsas funksiyaları “marketing-loqistika” sisteminin elementlərin, onun idarəetmə funksiyasına inteqrasiyası tərəfimizdən tərtib edilən 1 sayılı cədvəldə, qarşılıqlı əlaqəsi isə 3 sayılı şəkildə əks etdirilmişdir.

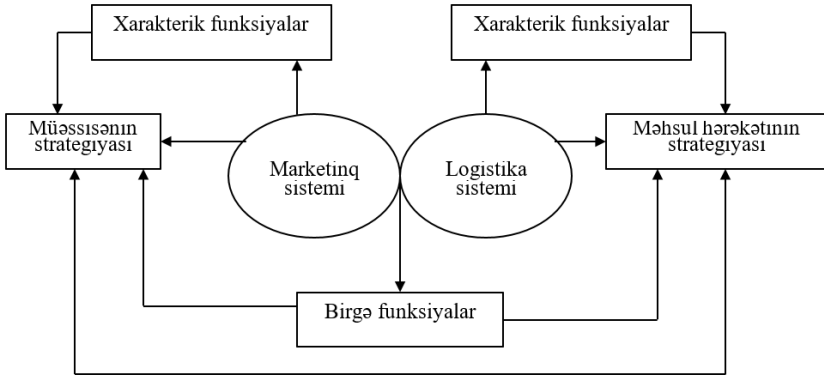
### Cədvəl 1.

Aqrar-emal müəssisələrinin əsas fəaliyyət istiqamətləri üzrə logistika, marketing və idarəetmə funksiyalarının inteqrasiyası

Funksiyaların xarakteri	Logistika	Marketing
Müəssisənin yerləşdirilməsi	+	+
Məhsulun, çeşidin, istehsal strukturunun və qablaşdırılmasının işlənilməsi	+	+
İstehsal prosesinin idarə edilməsi	+	
Avadanlıqların seçilməsi və texnoloji proseslərin işlənilməsi	+	
Müəssisənin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin planlaşdırılması	+	
Nəqliyyat-anbar şəbəkəsinin planlaşdırılması	+	+
Daxili və xarici nəqliyyat sisteminin idarə edilməsi	+	+
Material ehtiyatlarının idarə edilməsi	+	
Hazır məhsul ehtiyatlarının idarə edilməsi	+	+
İstehsalın maddi-texniki təminatı	+	
İstehsal prosesi üçün məhsulların hazırlanması	+	
Bölgü sistemində nəqliyyat modelinin seçilməsi	+	+
Göstərilən xidmətlərin planlaşdırılması	+	+
Servis sisteminin idarə edilməsi	+	+
İstehsalın dispetçerləşdirilməsi	+	+
Təchizatın dispetçerləşdirilməsi	+	
Satışın dispetçerləşdirilməsi	+	+
İstehsalın və nəqliyyat-anbarların güclərinin layihələndirilməsi		

\*) Cədvəl mövzuya dair ədəbiyyatların sistemləşdirilməsi nəticəsində müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir





**Şəkil 3.** Strateji qərarların işlənməsi prosesində marketing və logistikanın funksional qarşılıqlı əlaqəsi (müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir).

Fikrimizcə, son illər istehsal – təsərrüfat, təchizat, xidmət və satış üzrə geriləyən aqrar-emal müəssisələrinin rəhbər işçiləri və mütəxəssisləri üçün həmin alqoritm metodiki yanaşma kimi istifadə edilə bilər. Aqrar-emal müəssisələrində marketing, logistika və rəqabət strategiyalarının işlənməsi prosesinə regional elm mərkəzlərinin və ali məktəblərin alimlərinin cəlb olunması da elmlə istehsalat arasında üzvü əlaqənin genişləndirilməsinə təkan vermiş olacaqdır.

**Müddəa 4. Tədqiq edilən iqtisadi rayon aqrar-emal müəssisələrinin xammal təminatı kontekstində, aqrar-emal müəssisələrində məhsulların istehsalı, ehtiyatları, onların daxili və xarici bazalarda satışının təşkilinin mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi, hər istiqamət üzrə ehtiyat imkanlarının aşkara çıxarılması və onlardan səmərəli istifadə orada istehsal güclərindən səmərəli istifadə olunmasına, hazır məhsul qalığının minimuma endirilməsinə, əhalinin ərzaq və qeyri ərzaq məhsulları ilə özünütəminat səviyyəsinin yüksəldilməsinə imkan vermiş olacaqdır.**

Hər bir iqtisadi regionun (rayonun) istehsal potensialı formalaşan istehsal münasibətləri şəraitində yerli resurslara söykənən kənd təsərrüfatı və sənaye məhsullarının həcmnin müəyyən

kəmiyyəti və keyfiyyəti ilə xarakterizə edilir. Bu baxımdan aqrar-  
emal müəssisələrinin istehsal potensialının əsas elementlərinə –  
material, əmək və torpaq resursları, sahibkarlığı və kapitalı aid etmək  
olar. Onlardan səmərəli istifadə isə hər bir rayonun coğrafi-iqtisadi,  
təbii resursları, iqlimi, əhalinin vərdişi və onların məşğulluq  
səviyyəsindən asılıdır. Bu məqsədlə işdə aqrar-sənaye kompleksinin  
sahə və funksional strukturunun prinsipial sxemi verilmiş və  
Lənkəran iqtisadi rayonunda iqtisadiyyatın prioritet istiqamətləri  
təsnifləşdirilmiş, regional daxili məhsulun quruluşu, onun və sənaye  
məhsulunun inzibati rayonlar üzrə tərkibi və istehsal edilən əsas növ  
kənd təsərrüfatı məhsullarının respublika səviyyəsində xüsusi çəkisi  
müəyyən edilmişdir.

Hər bir rayonun istehsal potensialı bir sıra əsas göstəricilərin  
kəməyi ilə xarakterizə edilir. Onlara sənaye və kənd təsərrüfatı  
məhsullarının, tikinti işlərinin, pərakəndə ticarət dövriyyəsinin  
həcmi, məşğul əhalinin, fəaliyyət göstərən müəssisələrin və fərdi  
sahibkarların sayı, əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətin dəyəri və  
digər göstəriciləri aid etmək olar. Həmin göstəricilərin  
dinamikasında baş verən dəyişiklik aşağıdakı kimi formalaşmışdır  
(bax cədvəl 2.).

İşdə tədqiq edilən iqtisadi rayonda əsas fondların istifadəyə  
verilməsi və əsas kapitəla yönəldilən investisiyaların məbləği,  
məşğul əhalinin sayı və məşğulluq səviyyəsi, orada kənd təsərrüfatı  
bitkilərinin əkin sahəsində baş verən dəyişikliklər, eləcə də kənd  
təsərrüfatı bitkilərinin məhsuldarlığı regionun inzibati rayonları üzrə  
təhlil edib qiymətləndirilmiş, heyvanların, quşların və arıların  
sayında baş verən dəyişiklik təhlil edilərək onların aqrar-emal  
müəssisələrinin fəaliyyətinə təsiri göstərilmişdir.

İşdə tədqiq edilən iqtisadi rayonda aqrar-emal müəssisələrinin  
istehsal-təsərrüfat fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilərin təhlili  
aparılmış və müəyyən edilmişdir ki, iqtisadi rayonda 130 sənaye  
müəssisəsi fəaliyyət göstərir. Onların içərisində müasir texnika və  
texnologiya ilə təchiz edilmiş çörək – bulka məmulatları, süd emalı,  
konserv zavodları, çay fabrikləri çoxçeşidli məhsullar istehsal edirlər.

Lənkəran iqtisadi rayonunun istehsal potensialını  
xarakterizə edən əsas göstəricilər

**Cədvəl 2.**

Göstəricilər	İllər				2010-2022-ci illərdə artım tempi %-lə
	2010	2015	2016	2022	
Sənaye məhsulunun həcmi, milyon manat	49,5	74,7	102,2	361,0	7,3 dəfə
Kənd təsərrüfatı məhsulunun həcmi, milyon manat	385	608,4	602,0	999,7	2,6 dəfə
Tikinti işlərinin həcmi, milyon manat	20,7	31,8	26,1	107,1	5,2 dəfə
Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi, milyon manat	799,8	1266,3	1485,0	2273,7	2,8 dəfə
Əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətlərin dəyəri, milyon manat	175,1	270,5	285,9	344,7	196,9
Region iqtisadiyyatında məğul əhəlinin sayı, min nəfər	381,0	416,0	423,9	437,4	114,8
İqtisadi rayonda fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatların sayı, vahid	4637	6071	6413	7658	165,1
Onlardan: Kiçik müəssisələrin sayı, vahid	3847	4869	5232	6034	156,8
Fərdi sahibkarların sayı, min nəfər	22,5	43,0	64,1	116,7	5,2 dəfə

Mənbə: “Azərbaycanın regionları”, Bakı, DSK, 2018, s.301-306; 2020, s.320-323, 2023, s.25 “Sosial iqtisadi inkişaf”, Aylıq statistik məcmuə №12, Bakı, DSK, 2010, s.109-113, 2015, s.115-120, 2016, s.112-117, 2017, s.109-114; 2022, s.111-114

<https://www.stat.gov.az/source/lobour/az/009-1>

İqtisadi rayonda sənaye fəaliyyəti ilə məşğul olan 1531 fərdi sahibkar vardır ki, onların sayı 2010-2022-ci illər ərzində 3,9 dəfə artmışdır. Lakin ayrı-ayrı inzibati rayonlar üzrə onların artım tempi daha yüksəkdir. Hesablamalar göstərir ki, 2022-ci ildə iqtisadi rayonda sənaye fəaliyyəti ilə məşğul olan bütün fərdi sahibkarların 36,3 %-i Masallı, 26,6 %-i Lənkəran, 19,5 %-i Cəlilabad, 8,2%-i Astara, 6,1 %-i Lerik, 3,6 %-i isə Yardımlı rayonunda fəaliyyət göstərirlər. İqtisadi rayonda 2010-2020-ci illərdə sənaye müəssisələrinin sayı 38 vahid artması, istehsal edilən məhsulun (işin, xidmətin) həcmnin 7,3 dəfə, o cümlədən, emal sənayesi məhsullarının həcmnin 13,9 dəfə artmasına imkan yaratmış, sonuncunun xüsusi çəkisi 23,3 punkt, özəl sektorun sənaye məhsulunun tərkibindəki payı isə 22,3 punkt yüksəlmişdir. Təəssüflə qeyd etmək lazım gəlir ki, fəaliyyəti təhlil edilən sənaye müəssisələrinin anbarlarında hazır məhsul qalığının həcmi təhlil

dövründə 2,6 milyon manatdan 19,8 milyon manata yüksəlmiş və onun həcmi 7,6 dəfə çoxalmışdır (cədvəl 3).

Lənkəran iqtisadi rayonunda sənaye müəssisələrinin fəaliyyətini  
xarakterizə edən əsas göstəricilər

**Cədvəl 3.**

№	Göstəricilərin adları	İllər							2010-2022-ci illərdə artım tempi, faizlə (kənarlaşma ±)
		2010	2014	2015	2016	2020	2021	2022	
1.	Fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayı, vahid	92	77	90	95	107	118	130	141,3
2.	Sənaye fəaliyyəti ilə məşğul olan fərdi sahibkarların sayı, nəfər	390	871	944	943	1396	1486	1531	3,9 dəfə
3.	Məhsulun (işin, idmətin) həcmi, milyon manat	49,5	71,0	74,7	102,2	192,0	340,9	361,0	7,3 dəfə
4.	Emal sənayesi məhsullarının həcmi, milyon manat	26,1	41,2	44,6	68,5	128,3	270,3	280,6	10,8 dəfə
5.	Emal sənayesi məhsullarının bütün sənaye məhsulunun tərkibindəki xüsusi çəkisi, faizlə	52,7	58,0	59,7	67,2	66,8	79,3	77,7	+ 25,0
6.	Özəl sektorun ümumi sənaye məhsulunun həcmindəki xüsusi çəkisi, faizlə	56,2	58,7	60,6	67,4	68,5	80,3	78,5	+ 22,3
7.	Hazır məhsul qalığının həcmi, milyon manat	2,6	4,7	2,9	9,0	20,6	19,0	19,8	7,6 dəfə
8.	Qalıq məhsulun bütün sənaye məhsulunun tərkibindəki xüsusi çəkisi, faizlə	5,3	6,6	3,9	8,8	10,7	5,3	5,5	+ 0,2
9.	İşçilərin orta siyahı sayı, nəfər	3895	5827	5537	5978	6741	7316	7800	2 dəfə
10.	İşçilərin orta aylıq əmək haqqı, manat	212,5	285	320	339	416	465	509	2,4 dəfə
11.	Əsas kapitala yönəldilən investisiyalar, milyon manat	10,9	27,4	27,9	28,1	15,8	12,1	32,9	3 dəfə
12.	Əsas istehsal fondlarının dəyəri, milyon manat	172,4	218	226	237,4	284,4	301,5	322,6	187,1
13.	Fondverimi, manat	0,29	0,33	0,33	0,43	0,68	1,13	1,12	3,86 dəfə
14.	Fond tutumu, manat	3,48	3,07	3,03	2,32	1,48	0,88	0,89	25,6
15.	Fondla silahlanma, min manat	44,3	37,4	40,8	39,7	42,2	41,2	41,4	93,5

Mənbə: Cədvəl "Azərbaycanın sənayesi" statistik məcmuəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib hesablanmışdır. Bakı, "DSK", 2013, s. 207, 208; 2018, s. 202; 2020, s. 101-107, 2023, s. 150-158

İqtisadi rayonun aqrar sənaye kompleksinin funksional strukturunda kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı başlıca yer tutur

və onlar aqrar-emal müəssisələrinin xammal bazası kimi çıxış edir. Adambaşına düşən əsas növ kənd təsərrüfatı məhsullarının respublika və tədqiq edilən iqtisadi rayon üzrə müqayisəli təhlili göstərir ki, kartof, süd istehsalı üzrə Lənkəran iqtisadi rayonunda səviyyəsi daha yüksəkdir. Ət istehsalı, meyvə və giləmeyvə, yumurta, buğda istehsalında gerilik müşahidə edilir.

İşdə iqtisadi rayonda əhalinin illik gəlirləri və inzibati rayonların reytingi müəyyən edilmişdir. Hesablamalar göstərir ki, 2010-2022-ci illərdə Astara rayonunda əhalinin gəlirləri 2,1 dəfə, Cəlilabadda 2,34 dəfə, Lerikdə 1,7 dəfə, Masallıda 1,82 dəfə Yardımlıda 1, 9 dəfə, Lənkəranda isə 2,43 dəfə artmışdır. Həmin inzibati rayonlar içərisində əhalinin ən aşağı illik gəliri Yardımlı, ən yüksək gəliri isə Lənkəranda müşahidə olunmuşdur. Həmin göstərici üzrə təhlil dövründə rayonların reytingi də dəyişməmişdir (cədvəl 4).

Əlverişli coğrafi şəraitə və zəngin təbii sərvətə malik Azərbaycanda çəltiyin, çayın, sitrus meyvələrinin, kartofun, dənli bitkilərin, bitki yağlarının böyük həcmdə davamlı idxalı yolverilməzdir. Bu faktı ət, süd və onlardan hazırlanan məhsullara da şamil etmək olar. İşdə iqtisadi rayonda fəaliyyət göstərən 15 orta və iri aqrar-emal müəssisələrin fəaliyyəti ətraflı təhlil edilərək istehsalın həcmnin və çeşidinin azalmasına təsir edən amillər təsnifləşdirilmişdir.

Bunlarla yanaşı həmin müəssisələrin istehsal etdiyi, eləcə də idxal edilən məhsulların miqdarı da nəzərə alınmaqla regionun inzibati rayonları üzrə pərakəndə ticarət müəssisələrində ərzaq və qeyri-ərzaq məhsullarının ehtiyatları, yerli əhalinin həmin məhsullarla təminatı, yerli istehsalla idxalın nisbəti, idxaldan asılılıq səviyyəsi, ixrac edilən kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının həcmi, eləcə də əsas növ bitkiçilik və heyvandarlıq məhsulları ilə özünütəminatmə səviyyəsinin həddi göstərilmiş, aqrar-emal məhsullarının istehsalı, ehtiyatlarının formalaşdırılması, kənd təsərrüfatı və emal məhsulları ilə özünütəminat istiqamətində çoxsaylı ehtiyat imkanlarından səmərəli istifadə edilməsinə hədəflənən kompleks xarakterli tövsiyələr verilmişdir.

Lənkəran iqtisadi rayonunda əhalinin illik gəlirləri və inzibati rayonların reytingi (tutduğu yer)

**Cədvəl 4.**

№	Rayonların adları	2010		2015		2022	
		Əhalinin gəlirləri mln. man.	Əhalinin gəlirlərinə görə rayonların reytingi	Əhalinin gəlirləri mln. man.	Əhalinin gəlirlərinə görə rayonların reytingi	Əhalinin gəlirləri mln. man.	Əhalinin gəlirlərinə görə rayonların reytingi
1.	Astara	142,5	4	204,0	4	304,3	4
2.	Cəlilabad	337,6	3	524,5	1	720,2	2
3.	Lerik	91,3	5	117,8	5	155,6	5
4.	Masallı	371,8	2	483,2	2	676,4	3
5.	Yardımlı	64,2	6	84,0	6	116	6
6.	Lənkəran	373,4	1	519,2	2	908,6	1

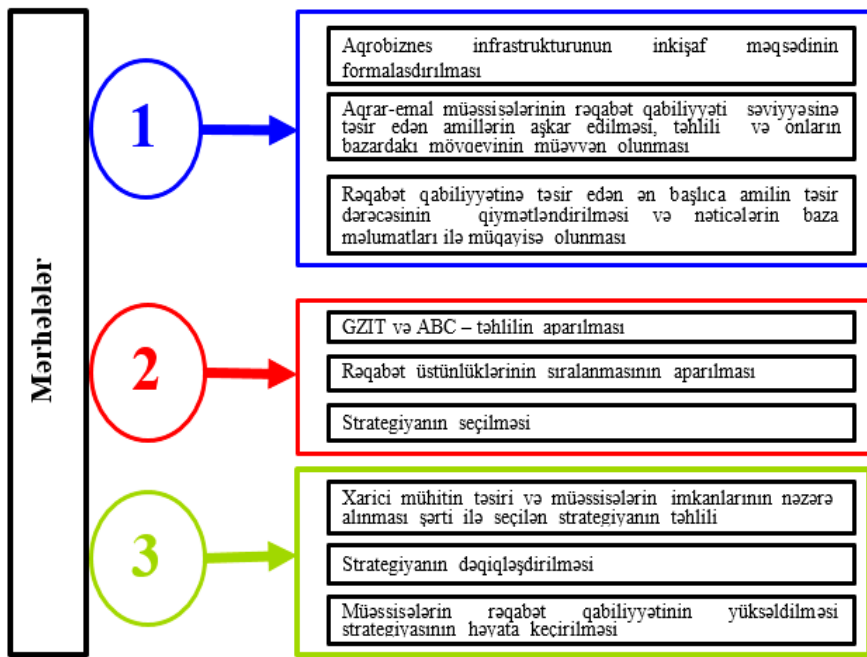
Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən

[https://www.stat.gov.az/course/system\\_nat.../az/035.xls](https://www.stat.gov.az/course/system_nat.../az/035.xls) mənbəyin məlumatları tərəfindən tərtib edilib, hazırlanmışdır.

**Müddəa 5. Ölkənin uzunmüddətli dövr üçün sosial-iqtisadi strategiyasının hədəflərinə uyğun iqtisadi rayonun aqrar-əməl müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi strategiyasının formalaşdırılması və onun həyata keçirilməsi nəticəsində aqrar-əməl məhsullarının istehsal həcmi və çeşidinin artırılmasına, idxaldan asılılığın azaldılmasına, ixrac imkanlarının yüksəldilməsinə imkan vermiş olacaqdır.**

Lənkəran iqtisadi rayonunda aqrar-əməl sferasında marketinqin təşkili və idarə edilməsi üzrə əşkara çıxarılan çoxsaylı ehtiyat imkanlarından lazımınca istifadə olunması üçün müvafiq marketinqin strategiyası istiqamətlər üzrə formalaşdırılmışdır.

Həmin strategiyanın həyata keçirilməsi üçün aqrar-əməl müəssisələrində rəqabət strategiyasının işlənilməsinin alqoritminin “marketinq-logistika” əlaqəsinin xammal bazasından səmərəli istifadə etmək kontekstində baxılması önəmli hesab edilir. Fikrimizcə, həmin sferada rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi üç mərhələdə həyata keçirilməsi mövcud boşluqların aradan qaldırılmasına imkan vermiş olacaqdır. (Şəkil 4.)



**Şəkil 4.** Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi strategiyasının formalaşdırılması algoritmi (müəllif tərəfindən işlədilmişdir).

Aqrar-əmal müəssisələrində rəqabət qabiliyyətini yüksəltmək üçün zəruri hesab edilən tədbirləri aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək olar:

- Beynəlxalq təcrübədə yaradılan yeniliklərdən aqrar-əmal sahəsində fasiləsiz istifadə edilməsi;
- İstehsal edilən aqrar-əmal məhsulları üzrə mütərəqqi formaların axtarılması;
- Yüksək keyfiyyətli xammal və materiallardan, kənd təsərrüfatı məhsullarından istifadə edilməsi;
- Milli və beynəlxalq standartların tələblərinə cavab verən aqrar-əmal məhsullarının istehsal həcmində və çeşidində artırılması;

- Daxili və xarici bazarlarda fasiləsiz marketing tədqiqatlarının aparılması;

- Rəqiblərin fəaliyyətinin öyrənilməsi, təhlil nəticəsində onların müsbət və mənfi cəhətlərinin nəzərə alınması;

- Ən səmərəli reklam növlərindən istifadə etmək;

- İstehsal edilən məhsullar üzrə “Əmtəə nişanı”, “brend məhsul”un qeydiyyatdan keçirilməsi;

- Öz məhsulunun və rəqib müəssisənin istehsal etdikləri məhsullara olan tələbatın qiymət amili üzrə aşkar olunması, qiymətin, müddətin və zamanətin tənzimlənməsi (aşağı salınması) üzrə aksiyaların keçirilməsi;

- Kadrların öyrədilməsi, yenidən hazırlanması və ixtisasların hazırlanması;

- İşçilərin əməyinin motivləşdirilməsi və iş şəraitinin yaxşılaşdırılması;

- Bütün bunların nəticəsində aqrar-əmal müəssisələrində istehsal edilən məhsulların bazarda rəqabət qabiliyyətini təmin edən texniki, iqtisadi və keyfiyyət göstəricilərinə nail olmaq.

Hesab edirik ki, həmin tədbirlərdən səmərəli istifadə nəticəsində aqrar-əmal müəssisələri öz rəqabət qabiliyyətini yüksəltməklə yanaşı maliyyə dayanıqlığını da təmin etmiş olacaqdır.

Aqrar-əmal müəssisələrində uğurlu marketing strategiyasının formalaşdırılmasını şərtləşdirən istiqamətlərdən biri də – kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə logistik infrastrukturunun inkişaf etdirilməsidir. Lənkəran iqtisadi rayonunda kənd təsərrüfatı məhsullarının müasir tələblərə cavab verən topdansatış və logistika mərkəzləri yaradılmalı, qəsəbələrdə və iri kəndlərdə isə pərakəndə satış şəbəkələri genişləndirilməlidir. Bu vacib məsələnin həllində, dövlət-özəl tərəfdaşlığı çərçivəsində “Ərzaq məhsulları tədarükü və təchizati” ASC-nin imkanlarından geniş istifadə olunmalıdır. İqtisadi rayonda kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə logistik infrastrukturunun vacib elementləri sırasında – yüksək baytarlıq-sanitariya tələblərinə uyğun yeni ət kəsimi məntəqələri və meyvə-tərəvəz, kartof və bostan məhsullarının saxlanması üçün soyuducu anbarların təşkilini vacib hesab edirik. Fikrimizcə, inzibati rayonların hər 2-3 iri kənd ərazi dairələrinin birində (təxminən 20 vahid) və qəsəbələrdə (13 vahid)



kiçik və orta həcmli soyuducu anbarların tikilməsi əhalinin il boyu həmin məhsullara olan tələbatını ödəməklə yanaşı, emal müəssisələrinin fasiləsiz işi də təmin ediləcək, idxalın həcmi azalamaqla qiymətlərin bahalaşmasının qarşısı alınmış olacaqdır. Bizim fikrimizcə, yerli sahibkarların təqdim etdiyi layihələr əsasında güzəştli kreditlərdən istifadə etməklə, iqtisadi rayonun 13 qəsəbəsində və iri kənd ərazi dairələrində “Yaşıl market” və “Fermə mağazası” şəbəkələrinin yaradılması məhsulların tədarükünə əsaslı təkan vermiş olacaqdır. Ölkəmizdə uğurla icrasına başlanılan “Elektron kənd təsərrüfatı” portalı (proqramı) kontekstində iqtisadi rayonun aqrar idarələrində elektron məlumat bazasının yaradılması və informasiya-məsləhət xidməti şəbəkəsinin formalaşdırılması, məhsulların ticarəti üzrə uçot sisteminin təkmilləşdirilməsi nəticə etibarilə istehlakçılara xidmətdə mühüm rol oynayacaqdır.

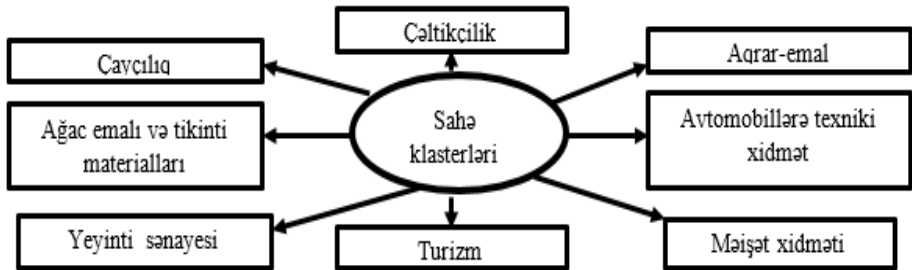
**Müddəa 6. Lənkəran iqtisadi rayonunun inzibati rayonlarında ixtisaslaşan və qarışıq tipli aqroparkların, aqrə-sənaye klasterlərinin və tədarük məntəqələrinin yaradılması nəticəsində yeni iş yerlərinin yaradılmasına, əsas növ aqrar-emal və ərzaq məhsulları üzrə bolluq yaratmaqla özünütəminat səviyyəsini yüksəltməyə imkan yaradacaqdır.**

Ölkə əhalisinin təxminən yarısının kənd yerlərində yaşaması faktları orada aqrar sferanın bütün alt sahələrinin davamlı inkişafını təkidlə tələb edir. Bu məqsədlə həmin strateji innovativ meyarlar əsasında qurulması, o cümlədən aqroparkların və aqrar-sənaye klasterlərinin yaradılması əsas hədəflərdəndir.

Hesab edirik ki, yüksək iqtisadi nəticələr əldə etməyə imkan verən Rusiya və Belarus təcrübəsini rəhbər tutaraq aqroparkları tədqiq edilən iqtisadi rayonun inzibati ərazi dairələri üzrə pay torpaqlarının birgə istifadə prinsipi əsasında yaratmaq yüksək səmərə verə bilər. Lənkəran iqtisadi rayonun mövcud inzibati ərazi dairələrində məşğul əhalinin sayı ən azı 1200 nəfər, ən çoxu isə 4200 nəfər təşkil edir. Bu potensialdan səmərəli istifadə etmək və onların sürətli miqrasiyasının qarşısını almaq üçün dövlət dəstəyi əsasında məqsədli layihələri həyata keçirməklə və yaxud investorları fəal cəlb etməklə tədqiq edilən iqtisadi rayonda müxtəlif tipli aqropark yaratmaq olar. Lakin bu mürəkkəb proses mərhələlərlə, fermerlər

arasında geniş maarifləndirmə işi aparmaq, güzəştlər tətbiq etmək əsasında mümkündür. Bu vacib məsələnin həllinə: Kiçik və Orta Biznesin İnkişaf Agentliyini, Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığın İnkişafı Fondunu, eləcə də Sahibkarlıq Təşkilatları Milli Konfederasiyasını, zəruri hallarda isə xarici firmaları müştərək fəaliyyət məqsədilə cəlb etmək olar. Qeyd edilənləri nəzərə alaraq, yaxın gələcəkdə iqtisadi rayonun kənd təsərrüfatının strukturuna uyğun Astara rayonunda 13, Masallıda 15, Lənkəranda 10, Cəlilabadda 17, Lerik və Yardımlı rayonlarının hər birində 18 aqropark yaratmaq tövsiyyə olunur. Araşdırmalar göstərir ki, ölkədə hazırda fəaliyyətdə olan aqroparklarda il ərzində 6 milyon manatlıq məhsul istehsal edilir ki, burada orta hesabla 80 iş yerinin yaradılmasını nəzərə alsaq, onda aqroparkların təşkili başa çatdıqdan sonra iqtisadi rayon üzrə kənd təsərrüfatı məhsullarının əlavə həcmi 546 milyon manat və 7280 iş yeri artmış olacaqdır.

İqtisadi ədəbiyyatlarda aqroparkları çox vaxt klasterlə eyniləşdirirlər. Lakin bu fikirlə razılaşmaq çətindir, çünki aqropark klasterin az sayda olan lokal funksiyasını yerinə yetirir. Aqrar-emal kompleksinin davamlı inkişafının zəmanətçisi kimi dəyər zəncirini özündə ehtiva edən aqrar-sənaye klasterləri çıxış etməlidir və onun özəyini daxili və xarici bazarda tanınan, nüfuzlu, alıcıların rəğbətini qazanmış, müasirliyi ilə seçilən kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı, emalı və satışı ilə məşğul olan müəssisələr təşkil etməlidir. Alternativ variant kimi, klasterin özəyi statusunda innovasiya yönümlü iri aqrar-emal müəssisəsi çıxış edə bilər. İşdə onun alqoritmi işlənmiş, iqtisadi rayon üzrə yaradılması mümkün olan sahə klasterlərinin təsnifatı verilmiş (şəkil 5.) və aqrar sənaye klasterinin ümumiləşdirilmiş prinsipial quruluşu, eləcə də inzibati rayonlar üzrə orta ölçülü, yerli xammal bazasına və əmək resurslarına əsaslanan müasir tələblərə cavab verən sənaye xidmət məhəllələrinin yaradılmasının məqsədə uyğunluğu əsaslandırılmışdır.



**Şəkil 5.** Lənkəran iqtisadi rayonu üzrə perspektivdə yaradılması mümkün olan sahə klasterlərin təsnifatı (müəllif tərəfindən işlənilmişdir).

Bizim fikrimizcə, yaxın gələcəkdə yuxarıda tövsiyə edilən biznes infrastrukturunun yaradılması nəticəsində iqtisadi rayonun aqrar sahələrində “tarladan süfrəyə” prinsipi üzrə ehtibarlı “istehsal-satış” dəyər zəncirinin formalaşmasına, müəssisələrdə səlahiyyətli marketing strukturunun yaranmasına, çoxçeşidli məhsul istehsalına, müəssisələrin il ərzində fasiləsiz işinə, daxili bazarın ərzaq məhsulları ilə tam təmin edilməsinə, ixracın artmasına, itkilərin minimuma endirilməsinə, servis xidmətinin yaxşılaşdırılmasına münbit şərait yaranacaqdır.

**Müddəa 7. Regionun aqrar-əmal müəssisələrinin istehsal və ixrac potensialının genişləndirilməsi, idxaldan asılılığın azaldılması istiqamətində əməli xarakterli tövsiyələrin işlənilməsinə ehtiyac duyulur.**

Ölkənin iqtisadi regionlarının dayanıqlı və tarazlı inkişafının təmin olunması üçün yerlərdə təbii resurslardan səmərəli istifadəni, ətraf mühitin etibarlı mühafizəsini, mövcud olan istehsal potensiallarından səmərəli istifadəni tələb edir. Bu baxımdan, həyata keçirilməsi labüd olan tədbirlər sırasına aşağıdakıları aid etmək olar:

- Elmi-texniki tərəqqinin son nailiyyətlərinin istehsal və əmal sahəsində geniş tətbiqi;
- İstehsal potensialının genişləndirilməsi;
- Aqrar-əmal sferasına yerli və xarici investorların cəlb edilməsinin stimullaşdırılması;

- Həmin sferada daxili və beynəlxalq konyuktura uyğun məhsullar istehsalı üzrə səmərəli ixtisaslaşmanın aparılması;
- Yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması;
- Yerli kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının ixrac həcmının artırılması.

Fikrimizcə, tədqiq edilən iqtisadi rayonda kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehsal potensialını genişləndirmək üçün mövcud imkanlar yenidən qiymətləndirilməli və hər bir inzibati rayon üçün innovativ inkişaf planları və yaxud regional innovativ inkişaf proqramları işlənilməlidir. İqtisadi rayonda bostan, tərəvəz və meyvə məhsullarının dəyər zənciri (becərmə – ilkin emal – təkrar emal – satış) istehsalının intensiv yolları göstərilməli və satışın stimullaşdırılmasının təkmil mexanizmi işlənilməlidir. Ümumiyyətlə, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının təşkilinə **“iqtisadi rayon – çoxçeşidli məhsul – dəyər zənciri”** elementlərini özündə əks etdirən üçölçülü məkan prizmasından baxmaq lazımdır. Ölkədə, o cümlədən, iqtisadi rayonda əhalinin kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarına özünütəminat səviyyəsini yüksəltmək, idxaldan asılılığı azaltmaq və ixrac imkanlarını artırmaq üçün buğda, kartof, fəraş tərəvəz məhsulları istehsalı istiqamətində fəaliyyət gücləndirilməlidir. Meşə məhsullarından genişçeşidli içkilər, cəmlər, qurudulmuş meyvələr, təbii dərman bitkiləri hazırlamaq üçün tədarük-dayaq məntəqələrinin yaradılması və onların köməyi ilə toplanmış xammal təyinatlı məhsulların emal müəssisələrinə təhvil verilməsi ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə, iqtisadi rayonun ixrac potensialının gücləndirilməsinə imkan vermiş olacaqdır.

Lənkəran iqtisadi rayonunda adambaşına düşən quş əti və yumurtanın orta respublika göstəricisindən aşağı olduğunu nəzərə alaraq göstərilən qida məhsullarının istehsalı və ixracı üzrə təsirli tədbirlərin icrasına ehtiyac duyulur. Bu məqsədlə iqtisadi rayonda yeni toyuq cinslərinin saxlanılmasına üstünlük verilməlidir. Hesab edirik ki, iqtisadi rayonda mal əti və ət məhsulları üzrə idxaldan asılılıq səviyyəsini minimuma endirmək üçün ətlik-südlük cins xırda və iri buynuzlu heyvanların saxlanılması prosesi intensiv xarakter almalıdır. Onun gerçəkləşdiyi şəraitdə heyvan dərilərinin toplanması

prosesinə işlək təşviq mexanizmi tətbiq etməklə fərdi sahibkarları və mikro müəssisələri həmin prosesə fəal cəlb etmək lazımdır.

İqtisadi rayonun aqrar-əmal sənaye müəssisələrində üfüqi, çoxkanallı, kombinasiya edilmiş marketinq sistemindən, eləcə də françayzer firmalarının ticarət markasından və nişanından istifadə etməklə onların xarici bazarlara çıxış imkanlarını və ixrac potensialını yüksəltmək olar.

### **Tədqiqat işi üzrə formalaşan nəticə və tövsiyələr**

Lənkəran iqtisadi rayonunun inzibati bölgələri üzrə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və əmal müəssisələrində apardığımız sistemli təhlil və qiymətləndirmə nəticəsində çoxsaylı təşkilati-iqtisadi, texniki-texnoloji, sosial-ekoloji xarakterli istifadə edilməyən ehtiyat imkanlarının mövcud olduğu aşkara çıxarılmışdır. Onlardan səmərəli istifadə edilməsi üzrə aşağıdakı əməli xarakterli tövsiyələrin həyata keçirilməsini məqsəduyğun hesab edirik.

İstehsal potensialından səmərəli istifadə edilməsi məqsədilə:

- İstehsal edilən məhsulların miqyasının (həcminin) optimallaşdırılması hesabına qalığı məhsulların həcminin və çeşidinin minimuma endirilməsi;

- Müəssisənin yerləşdiyi ərazidə əhalinin müxtəlif növ ərzaq (qida) məhsullarına olan tələbatının maksimum səviyyədə ödənilməsi;

- İstehlakçıların yüksək tələbatına cavab verən yüksək keyfiyyətli məhsulların istehsalı;

- İdxalı əvəz edən və ixrac yönümlü çoxçeşidli qida məhsullarının istehsal edilməsi;

- Rayonlararası qida məhsullarının mübadiləsinin həyata keçirilməsi.

Marketinq strukturunun təkmilləşdirilməsi üzrə:

Aqrar-əmal müəssisələrinin miqyasından (kiçik, orta və iri) asılı olaraq marketinq xidmətinin aşağıdakı təşkilati formalarından istifadə etmək məqsəduyğundur: funksional, istehsal-funksional, bazar regional.

Lakin təşkilati struktur seçilərkən minimum idarəetmə xərcləri prinsipinə riayət olunmalıdır. Kiçik aqrar-əmal müəssisələrində

marketing funksiyası səriştəli, lakin geniş səlahiyyətə malik, qeyri-müəyyən şəraitdə qərar qəbul etmək iqtidarına malik marketoloqa (mütəxəssisə) həvalə edilməsi məqsəduyğundur.

İqtisadi rayonda sənaye və kənd təsərrüfatı sahələrinin sürətli inkişafı məqsədilə:

- Astara rayonunda balın emalı və qablaşdırılması müəssisəsinin yaradılması;
- Lerik rayonunda çayçılığın inkişafının dəstəklənməsi və yeni aqrar-emal müəssisələrinin yaradılması;
- Lənkəran və Masallı rayonlarında çay plantasiyalarının, sitrus və tut bağlarının, çəltik sahələrinin genişləndirilməsi;
- Masallı rayonunda fəaliyyətini dayandırmış sənaye və aqrar-emal müəssisələrinin işinin bərpa edilməsi;
- Yardımlı rayonunda fındıq sahələrinin inkişafı və kiçik həcmli fındıq emalı müəssisəsinin təşkili;
- İqtisadi rayonun bütün ərazilərində kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalının dəstəklənməsi, onlara xidmət edən infrastrukturun maddi-texniki bazasının möhkəmləndirilməsi.

İqtisadi rayonun təbii resurslarında və iqtisadi potensialından səmərəli istifadə etmək və davamlı sosial-iqtisadi inkişafına nail olmaq üçün, MDB ölkələrinin qabaqcıl iş təcrübəsindən istifadə etməklə:

- İnzibati rayonun kənd və qəsəbələrində ərazilərində, onların iqtisadiyyatının xüsusiyyətinə və quruluşuna uyğun ixtisaslaşdırılmış və qarışıq tipli aqroparkların (aqroşəhərciyin) yaradılması;
- Özəyi orta və iri aqrar-emal müəssisəsi olmaqla, elm, təhsil, sığorta, maliyyə-kredit, kommunikasiya, lizinq, tikinti və digər zəruri təşkilatların iştirakı ilə Lənkəran, Astara, Masallı və Cəlilabad rayonlarının hər birində 2, Lerik və Yardımlı rayonlarının hər birində isə 1 aqrar-sənaye klasterlərinin yaradılması;
- İqtisadi rayonun iri qəsəbələrində sənaye-xidmət məhəllələrinin yaradılması;

- Hər bir inzibati rayonda aqroparkların və klasterlərin yaradılması nəticə etibarlı ilə **“təchizat → emal → satış → daşınma → saxlama → kadr təminatı”** sxeminin uğurlu icrasına imkan vermiş olacaqdır;
- Aqrar-emal müəssisələrinin xammal təchizatını yaxşılaşdırmaq üçün iqtisadi regionun inzibati rayonlarının bütün iri qəsəbə və kəndlərində əhalinin istifadəsindən artıq qalan meyvə, tərəvəz, süd, yumurta, ət, toyuq və digər qida məhsullarının toplanması üçün tədarük məntəqələrinin yaradılması;
- İqtisadi rayonun aqrar-emal müəssisələrinin investisiya təminatının yaxşılaşdırılması, innovasiya aktivliyinin yüksəldilməsi, məhsul çeşidinin artırılması, idxalı əvəz edən, ixracıya uyğun məhsul istehsalına nail olmaq, xarici bazarlara çıxışı asanlaşdırmaq, qabaqcıl firmaların məhsul brendindən istifadəyə əlçatanlığı təmin etmək, bütünlükdə istehsal mədəniyyətini yüksəltmək məqsədi ilə müştərək müəssisələrin (fəaliyyətin) təşkili;
- İqtisadi rayonda əvvəllər fəaliyyət göstərən və sonradan özəlləşdirilən aqrar-emal müəssisələrində geniş istifadə edilən Texniki Şərtlərin (TŞ) beynəlxalq standartlarla əvəz edilməsi üçün mütərəqqi əmək, material, elektrik və istilik enerjisi normalarının işlənilməsi və həyata keçirilməsi;
- Çayın və çəltiyin becərilməsi və emalı üzrə innovasiya texnologiyalarının tətbiqi və qabaqcıl təcrübədən istifadəyə üstünlük verilməsi;
- İqtisadi rayonda çəltiyin, çayın, sitrus meyvələrinin istehsalı və emalı sahələrində elmi və kadr potensialını gücləndirmək üçün iqtisadi rayonda fəaliyyət göstərən ali və orta ixtisas müəssisələrində marketinq və logistika ixtisasları üzrə kadr hazırlığının həyata keçirilməsi;
- Aqrar-emal məhsullarının istehsalı və ixracının stimullaşdırılması üçün xarici bazarlarda milli regional məhsula şərait yaradılmalı, ixracın kreditləşdirilməsi sistemi inkişaf etdirilməli, iqtisadi rayonda ixrac məhsullarının

- pasportu, onlara texniki dəstək proqramı, milli brendlərin hərəkətinin dəstəklənməsi strategiyasının işlənməsi;
- İnzibati rayonlarda fəaliyyət göstərən mikro və kiçik müəssisələrin, fermer təsərrüfatlarının dayanıqlı inkişafı üçün onların informasiya texnologiyaları, kredit, investisiya və material-texniki resurslar bazarına açıq çıxışının yerli icra orqanlarının köməyi ilə təmin edilməsi.
  - Aqrar sahənin bütün idarəetmə səviyyələrində, aqrar-əməl müəssisələrinin funksional bölmələrində məhsulların təchizatı, satışı, saxlanması, daşınması prosesində informasiya-kommunikasiya vasitələrindən və texnologiyalarından geniş istifadə edilməsi.

**Tədqiqatın əsas məzmunu müəllifin nəşr etdirdiyi aşağıdakı əsərlərdə öz əksini tapmışdır:**

1. Əliyev T.N., “Lənkəran iqtisadi regionunun sənaye potensialından səmərəli istifadə edilməsi yolları”, “Təbiət və humanitar elm sahələrinin inkişafı problemləri” mövzusunda Respublika Elmi Konfransının materialları, “LDU”, 2017, s.44-45.

2. Əliyev T.N., Səlimov H.F. “Lənkəran iqtisadi rayonunda əməl sənayesi müəssisələrinin mövcud potensiallarından səmərəli istifadə edilməsi yolları”. “Əmək və sosial münasibətlər” Elmi-praktiki jurnal №1(7). Bakı, ƏSMA, 2017, s. 86-90.

3. Салимов Х.Ф. «Усовершенствование организации маркетинга в аграрно-перерабатывающих предприятиях». Материалы 16-й Международной научной конференции на тему «Проблемы развития предприятий: теория и практика» Самара, 16-17 ноября 2017, часть 3, с. 87-89.

4. Səlimov H.F. “Aqrar-əməl məhsullarının daxili və xarici bazarlarda satışının tədqiqi”. “Müasir dünyada inteqrasiya və elmin aktual problemləri” mövzusunda Respublika Elmi Konfransının materialları. Lənkəran, “LDU”, 22-23 dekabr 2017, s. 176-177.

5. Səlimov H.F. “Aqroparkların yaradılması və inkişafı üzrə beynəlxalq təcrübə”. “Müasir inkişaf mərhələsində elm, təhsil və



istehsalatın vəhdəti” mövzusunda keçirilən Respublika EPK-nın materialları. Lənkəran, “LDU”, 7-8 may 2018, s. 40-42.

6. Səlimov H.F. “Aqrar-əmal müəssisələrində marketingin idarə edilməsi”. “Azərbaycanda iqtisadi islahatların həyata keçirilməsinin aktual problemləri” mövzusunda Respublika Elmi-Praktiki Konfransın materialları. Bakı, AMİU, 2018, s. 191-192.

7. Səlimov H.F. “Aqrar-əmal müəssisələrində marketing konsepsiyasının formalaşdırılmasının metodoloji aspektləri”. AMEA-nın Xəbərləri. İqtisadiyyat seriyası, №5, Bakı, “Elm”, 2018, s. 63-70.

8. Səlimov H.F. “Aqrar-əmal müəssisələrində marketingin idarə edilməsi sisteminin formalaşdırılmasının metodiki aspektləri”. “Kooperasiya” Elmi-praktiki jurnal №4, Bakı, AKU, 2018, s. 105-112.

9. Салимов Х.Ф. «Организация маркетинговой деятельности на агропромышленных предприятиях Ленкоранского экономического региона Азербайджана». International Scientific Journal, Theoretical, Applied Scienc. Philadelphia, USA, 2018, p. 176-184.

10. Səlimov H.F. “Əmal müəssisələrində marketingin logistika ilə qarşılıqlı əlaqəsinin iqtisadi üstünlükləri”. AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutu, “Elmi əsərlər”, №4, Bakı, “Elm və bilik”, 2018, s. 97-102.

11. Səlimov H.F. “Lənkəran iqtisadi regionunun aqrar-əmal müəssisələrində marketing fəaliyyətinin icrasını ləngidən amillər”. “İnteqrasiya mühitində Azərbaycan elminin qarşısında duran vəzifələr” mövzusunda gənc tədqiqatçıların (magistr və doktorant) Respublika Elmi Konfransının materialları. Lənkəran, “LDU”, 2018, s. 99-101.

12. Səlimov H.F. “Aqrar-əmal müəssisələrinin maliyyə təminatı mexanizminin formalaşdırılması”. “Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun inkişaf perspektivləri” mövzusunda Respublika Elmi Konfransın materialları. Sumqayıt, “SDU”, 2019, s. 396-399.

13. Səlimov H.F. “Marketingin aqrar-əmal müəssisələrinin rəqabət potensiallı məhsul istehsalının formalaşmasında əhəmiyyəti”. “Tədris prosesində elmi innovasiyaların tətbiqi yolları” mövzusunda

Respublika Elmi-Praktik Konfransının materialları. Lənkəran, “LDU”, 2019, s. 133-135.

14. Səlimov H.F. “Aqrar sektorun inkişafında kooperativlərin fəaliyyətinin modern inkişaf yolları”, “Müasir təlim texnologiyalarının tətbiq olunmasının təhsilin keyfiyyətinə təsiri” mövzusunda gənc tədqiqatçıların Respublika Elmi-Praktik Konfransının materialları, “LDU”, 2019, s.100-102.

15. Салимов Х.Ф. «Состояние и пути рационального использования производственного потенциала агроперерабатывающих предприятий в Азербайджане». Международный научно-практический журнал – экономические отношения (Импакт-фактор РИНЦ: 0,368) №2, том 9, М, 2019, с. 779-794.

16. Səlimov H.F. “Aqrar-əməl sənayesində marketinq strategiyalarından istifadənin sosial-iqtisadi əhəmiyyəti”, “Regional inkişafın təmin olunmasında innovativ tendensiyalar: reallıqlar və müasir çağırışlar” adlı Respublika Elmi Konfransının materialları, “MDU”, 2020, s.318-320.

17. Səlimov H.F. “Lənkəran iqtisadi rayonunda aqroparkların və klasterlərin yaradılması nəticəsində marketinq fəaliyyətinin genişləndirilməsi imkanları”, AMEA-nın xəbərləri, İqtisadiyyat seriyası №5, Bakı, “Elm”, 2021, s.101-110.

18. Səlimov H.F. “Lənkəran iqtisadi rayonunun coğrafi-iqtisadi xarakteristikası, istehsal potensialının strukturuna və aqrar-əməl müəssisələrinin xammal təminatına təsirinin təhlili”, “Azərbaycan yeni inkişaf mərhələsində - qloballaşma və postpandemiya dövründə ərzaq və qida təhlükəsizliyi: müasir vəziyyət, çağırışlar, perspektivlər” mövzusunda (onlayn – distant formatda) Beynəlxalq Elmi-Praktik Konfransın Materialları, “LDU”, 2021, s.352-357.

19. Səlimov H.F. “Lənkəran-Astara iqtisadi rayonunun aqrar-əməl müəssisələrinin istehsal və ixrac potensialının genişləndirilməsi”, “Heydər Əliyevin milli iqtisadi inkişaf modeli Azərbaycanın iqtisadi müstəqilliyinin əsasıdır” mövzusunda Elmi-praktiki konfrans materialları”, “LDU”, 2023, s.45-47.

Dissertasiyanın müdafiəsi 18 aprel 2025-ci il tarixində saat 11<sup>00</sup>-da Azərbaycan Respublikasının Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutunun nəzdində fəaliyyət göstərən ED-1.10 Dissertasiya Şurasının iclasında keçiriləcəkdir.

Ünvan: AZ 1143, Bakı şəhəri, H.Cavid pr.115

Dissertasiya ilə Azərbaycan Respublikasının Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutunun kitabxanasında tanış olmaq olar.

Dissertasiya və avtoreferatın elektron versiyaları Azərbaycan Respublikasının Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutunun rəsmi internet saytında (economics.com.az) yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat 11 fevral 2025-ci il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb: 04.02.2025

Kağızın formatı: A5

Həcm: 42197

Tiraj: 100