

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI
KƏND TƏSƏRRÜFATI NAZİRLİYİ**

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT AQRAR UNİVERSİTETİ

Əlyazması hüququnda

OSMANOV FƏRİD TOFIQ OĞLU

**SÜD MƏHSULLARI BAZARININ TƏNZİMLƏNMƏSİ
İSTİQAMƏTLƏRİ**

5312.01 – “Sahə iqtisadiyyatı”

İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın

A V T O R E F E R A T I

GƏNCƏ – 2014

Dissertasiya işi Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkilatı İnstitutunda yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər: iqtisad emləri doktoru, professor
Bəyalı Xanah oğlu Ataşov

Rəsmi opponentlər: iqtisad emləri doktoru, professor
Arif Şəkərəli oğlu Şəkərəliyev

iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Nüşabə Aslan qızı Hacıyeva

Aparıcı təşkilat: Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin İqtisadi İslahatlar Elmi-Tədqiqat İnstitutu

Müdafiə 18 sentyabr 2014-ci il saat 14⁰⁰-da Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin nəzdində fəaliyyət göstərən fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyaların müdafiəsini keçirən FD.04.013 birləşdirilmiş dissertasiya şurasının iclasında aşağıdakı ünvanda olacaqdır.

Ünvan: Az 2000, Gəncə şəhəri, A.İsgəndərov küçəsi, 64. 2-ci mərtəbə.

Dissertasiya işi ilə Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin kitabxanasında tanış olmaq olar.

Avtoreferat 15 avqust 2014-cü ildə göndərilmişdir.

**FD.04.013 birləşdirilmiş
dissertasiya şurasının elmi
katibi, i.f.d., dosent:**

V.T.Əmrahov

İŞİN ÜMUMİ XARAKTERİSTİKASI

Mövzunun aktuallığı. Müasir dövrdə ərzaq problemini aktuallaşdıran cəhətlər son nəticədə ərzaq bazarının formalaşmasına və təşkilati xüsusiyyətlərə də öz təsirini göstərmişdir. Belə ki, XX əsrdə dünyada yaşayan əhalinin sayı xeyli çoxalmışdır. İnsanların sayının artması ərzaqla təminat baxımından çox çətin problemlərin yaranmasına səbəb olmuşdur. Bu problemlərin mərkəzində isə ilk növbədə ərzaq çatışmazlığı dayanır.

Məlum olduğu kimi, insanların ərzaq məhsullarına olan tələbatının ödənilməsində kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının artırılması əvəzsiz rola malikdir. Hesablamalarına görə, cəmiyyət üzvlərinin ərzağa olan tələbatının 70%-dən çoxu kənd təsərrüfatında istehsal edilən məhsullar hesabına ödənilir. Məhz bu baxımdan da aqrar-ərzaq kompleksinin intensiv texnologiyaların tətbiqi hesabına inkişaf etdirilməsi ərzaq probleminin həllində, ərzaq bazarının fəaliyyətinin səmərəliliyinin təmin edilməsində əhəmiyyətli rola malikdir.

Süd məhsulları bazarı ərzaq bazarının mühüm strukturu olmaqla bir tərəfdən ölkə əhalisinin süd və süd məhsullarına olan ehtiyaclarının ödənilməsinə, digər tərəfdən süd və süd məhsulları istehsalını və ixracını stimullaşdırmağa xidmət etməklə xarici investisiyanın da bu sahəyə cəlb edilməsində əvəzsiz rol oynayır. Respublikamızın ekoloji cəhətdən təmiz süd və süd məhsulları ixracı üzrə əhəmiyyətli potensiala malik olduğunu nəzərə alsaq bu sahənin dövlətin iqtisadi siyasətinin də başlıca istiqamətlərindən birini təşkil etdiyini görmək mümkündür. Bu baxımdan son illər qəbul edilmiş bir sıra qanvericilik sənədləri və proqramlar – “Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2004-2008-ci illər)”, “Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2009-2013-cü illər)”, “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”, “2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı” bu istiqamətdə dövlət tərəfindən reallaşdırılan mühüm tədbirlərdən hesab edilə bilər.

Ərzaq bazarının tərkib hissəsi kimi süd məhsulları bazarı da ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, əhalinin süd və süd məhsullarına tələbatının ödənilməsi, məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi, regionların inkişafı baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, il ərzində hər nəfərə ərzaq məhsullarının tövsiyə olunan istehlak strukturunda süd və süd məhsullarının xüsusi çəkisi 21,8% təşkil edir ki, bu da əhəmiyyətinə görə çörəkdən sonra (26,7%) ikinci yer deməkdir.

Son illər süd məhsulları istehsalında, keyfiyyətinin yüksəldilməsində bir sıra mühüm irəliləyişlərin əldə olunmasına baxmayaraq, sahədə həllini gözləyən çoxsaylı problemlər də mövcuddur. Bunlar, əsasən aqrar sahədə bazar münasibətlərinin təşəkkülü ilə bağlı qarşıya çıxan problemlərdən ibarətdir. Respublikada əvvəlki iqtisadi sistemdə mövcud olmuş infrastruktur sistemi dağıldıqdan, eləcə də yeni xidmət qurumları yaradılmadığından süd məhsulları bazarının təşkili müasir tələblərdən xeyli geri qalır. Məhsulun emalı, qablaşdırılması, saxlanması və istehlakçıya çatdırılması istiqamətində fəaliyyət göstərən sahələrin dünya standartlarından geri qalması, daha doğrusu, süd məhsulları bazarında infrastrukturun zəif inkişafı əhalinin bu məhsullara olan tələbatının ödənilməsində çətinliklər yaradır.

Göstərilənlər hələ də ərzaq bazarının, o cümlədən süd və süd məhsulları bazarının fəaliyyətində hələ də müəyyən problemlərin mövcudluğunu təsdiq edir. Bu isə öz növbəsində dolayı yolla ölkənin ərzaq təminatında da özünü büruzə verir. Deməli əhalinin ərzaq məhsullarına, o cümlədən süd və süd məhsullarına olan tələbatının daxili istehsal hesabına ödənilməsi və ərzaq asılılığının aradan qaldırılması üçün müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsi zərurəti hələ də qalmaqdadır.

Bütün qeyd olunanlar tədqiqat mövzusunun aktual xarakter daşdığını və obyektiv zərurətdən irəli gəldiyini göstərir.

Problemin öyrənilməsi vəziyyəti. Ərzaq bazarının formalaşdırılması, onun əhalinin tələbləri səviyyəsində təşkili, əhalinin tələbatının tam və dolğun ödənilməsi üçün bu istiqamətdə dövlət tənzimlənməsinin tətbiqi və onun bütün imkanlarından yararlanması, resurslara qənaət, keyfiyyətin qaldırılması, qiymətlərin optimal səviyyəsinin təmin edilməsi, bazar iqtisadiyyatının reallıqları, mövcud vəziyyət nəzərə alınmaqla istehsalın tənzimlənməsi iqtisadçı alimlərin daim diqqət mərkəzində olmuşdur.

Azərbaycan iqtisadçı alimlərindən Ə.Ə.Mahmudov, A.A.Nadirov, Z.Ə.Səmədzadə, A.K.Ələsgərov, İ.H.İbrahimov, İ.Ş.Qarayev, S.V.Salahov, B.X.Ataşov, R.Ə.Balayev, H.A.Xəlilov, İ.H.Aliyev, H.B.Allahverdiyev, Ə.Ç.Verdiyev, V.M.Niftullayev, İ.V.Əhmədov, A.İ.Məmmədov, A.T.Əhmədov, M.C.Hüseynov, A.F.Abbasov və başqalarının elmi əsərlərində bütünlükdə iqtisadiyyatın, aqrar sahənin, xüsusilə ərzaq bazarının bazar iqtisadiyyatının prinsipləri nəzərə alınmaqla tənzimlənməsi, heyvandarlığın inkişaf etdirilməsi, heyvandarlıq məhsulları istehsalının idarə edilməsi, regionların inkişafı və s. ilə bağlı mühüm tədqiqatlar aparılmışdır. İnkişaf etmiş ölkələrdə iqtisadçı alimlərdən R.Makkonnell, C.Bryu, R.Kantilyon, A.Turbo, A.Smit, D.Rikardo, C.Sey və başqalarının əsərlərinin

də iqtisadiyyatın tənzimlənməsi, daxili bazarın qorunması, inkişafı, onun strukturu, tənzimlənməsinin təşkilatı – iqtisadi mexanizmi, müəssisələrin səmərəli fəaliyyəti ilə bağlı problemlərinə daha çox yer verilmişdir.

Lakin, hazırda dünyada baş verən ərzaq kataklizmlərinə rəğmən ölkəmizdə bazarının formalaşması, inkişafı və onun tənzimlənməsi, süd məhsulları bazarının təşkilinin təkmilləşdirilməsi və səmərəli fəaliyyətinə dair xüsusi kompleks tədqiqatlar az aparılmışdır. Həmçinin süd məhsulları bazarında son illər baş vermiş dəyişiklikləri, bu sahədə tələb, təklif və qiymət amillərinin təsiri ilə formalaşmış müasir vəziyyətin ətraflı təhlil edilib qiymətləndirilməsi və müvafiq təkliflərin hazırlanması lazim gəlir. Bununla yanaşı respublikamızın aqrar iqtisadçı alimlərinin yerinə yetirdikləri tədqiqat işlərində ərzaq bazarının makro iqtisadi aspektləri öyrənilmiş, ayrıca süd məhsulları bazarının təşkili, inkişafı, tənzimlənməsi, burada marketing fəaliyyətinin tətbiqi və onun təşkilatı-iqtisadi mexanizminin təkmilləşdirilməsi, süd məhsulları bazarında inteqrasiya əlaqəsinin formalaşdırılması və s. Bu kimi mühüm məsələlər kifayət qədər öyrənilməmişdir. Məhz bu obyektiv zərurət tədqiqatın məqsəd və vəzifələrinin müəyyənləşdirilməsini şərtləndirmişdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Tədqiqatın əsas məqsədi süd məhsulları bazarının tənzimlənməsinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirmək və onun inkişafını təmin edən struktur elementləri arasında qarşılıqlı əlaqələrin təşkilinə dair müvafiq təklif və tövsiyələrin hazırlanmasından ibarətdir. Tədqiqatın məqsədinə müvafiq olaraq aşağıdakı vəzifələr müəyyənləşdirilmiş və yerinə yetirilmişdir:

- süd məhsulları bazarının təşkilinin nəzəri-metodoloji əsaslarının araşdırılması;
- ərzaq bazarının formalaşmasının spesifik xüsusiyyətləri və tərkib elementlərinin müəyyənləşdirilməsi;
- süd məhsulları bazarının tənzimlənməsinin nəzəri əsaslarının və iqtisadi mexanizminin tədqiq edilməsi;
- süd məhsulları bazarının fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və süd məhsulları istehsalının iqtisadi göstəricilərinin təhlili;
- süd məhsulları üzrə istehsal və emal müəssisələri arasında inteqrasiya əlaqələrinin mövcud vəziyyətinin tədqiqi;
- süd məhsulları bazarında marketing xidmətinin təşkilatı – iqtisadi mexanizminin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin əsaslandırılması;
- süd məhsulları bazarının təşkili istiqamətlərinin işlənilməsi;
- süd məhsulları bazarının tənzimlənməsi üzrə elmi cəhətdən əsaslandırılmış təkliflərin hazırlanması.

Tədqiqat obyektini kimi süd və süd məhsulları istehsalçıları, bu istiqad

mətdə fəaliyyət göstərən müxtəlif sahibkarlıq qurumları və istehsal-satış prosesində onlar arasında yaranan iqtisadi münasibətlər seçilmişdir.

Tədqiqatın predmetini bazar iqtisadi münasibətlərinin tələbləri baxımından süd məhsulları bazarının təşkili və tənzimlənməsi istiqamətlərinin əsaslandırılması təşkil edir.

Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasını Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi tərəfindən qəbul olunmuş qanunlar, normativ-hüquqi aktlar, respublika Prezidentinin fərman və sərəncamları, iqtisadçı alimlərin baxılan problemin müxtəlif aspektlərinə dair respublikada və xaricdə nəşr edilmiş əsərləri və tədqiqat araşdırmaları təşkil edir.

Dissertasiya işində ümumiləşdirmə, təhlil, müqayisə, statistik qruplaşdırma, müşahidə, məntiq, dinamika və digər iqtisadi-statistik üsullardan geniş istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya mənbələri. Dissertasiya işində Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin 1995-2012-ci illəri əhatə edən məlumatlarından, İqtisadiyyat və Sənaye, Kənd Təsərrüfatı və Maliyyə Nazirliklərinin, bir sıra elmi-tədqiqat institutlarının, o cümlədən AZETKTİ və Tİ-nun materiallarından və hesabat sənədlərindən istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- dünya ərzaq problemi fonunda ölkəmizin ərzaq bazarının formalaşmasının spesifik xüsusiyyətləri və tərkib elementləri müəyyənləşdirilmişdir;
- süd məhsulları bazarının tənzimlənməsi problemləri araşdırılarkən bu segmentə ərzaq bazarının və aqrar bazarın tərkib hissəsi kimi baxılmışdır;
- son illər respublikamızda qəbul olunan və reallaşdırılan Dövlət Proqramlarının süd məhsulları bazarının fəaliyyətinə təsiri qiymətləndirilmişdir;
- süd məhsulları üzrə istehsal və emal müəssisələri arasında inteqrasiya əlaqələrinin mövcud vəziyyəti tədqiq edilməklə bu əlaqələrin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri müəyyən edilmişdir;
- süd məhsulları bazarında marketing xidmətinin təşkilatı – iqtisadi mexanizminin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri əsaslandırılmışdır;
- süd məhsulları bazarının təşkili zamanı müxtəlif istehsal subyektləri arasında inteqrasiya əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri işlənilməsi;
- süd məhsulları bazarının tənzimlənməsində dövlət yardımlarının əsas istiqamətləri üzrə konkret təkliflər verilmişdir.

Tədqiqatın təcürbi əhəmiyyəti. Dissertasiya işində irəli sürülən təkliflərdən süd məhsulları bazarının təşkili və səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsi ilə bağlı məqsədli layihə və proqramların hazırlanmasında istifadə edilə bilər.

İrəli sürülmüş elmi yanaşmalar gələcəkdə bu istiqamətdə aparılacaq tədqiqatlar üçün yetərli zəmin rolunu oynaya bilərlər.

Tədqiqatın aprobasiyası və nəticələrin tətbiqi. Tədqiqatın əsas müddəaları və nəticələri Azərbaycan Elmi – Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutunda və digər elmi-tədris müəssisələrində keçirilən elmi konfraslarda məruzə edilmiş və bəyənilmişdir.

Dissertasiyanın əsas məzmununu əks etdirən çap əsərləri sırasında “Süd məhsulları bazarında marketing xidmətinin təşkili – iqtisadi mexanizminin təkmilləşdirilməsi” (Bakı, 2009), “Ərzaq bazarının formalaşmasının spesifik xüsusiyyətləri və tərkib elementləri” (Bakı, 2012), “Süd məhsulları istehsalının müasir vəziyyəti” (Bakı, 2012), «Социальные аспекты рынка молочных продуктов» (Москва, 2012) adlı məqalələri göstərmək olar.

Dissertasiya işinin əsas nəticələri gələcəkdə istifadə olunması üçün “Göyçay-süd” ASC tərəfindən qəbul edilmişdir (arayış № 018 08.02.2013-cü il).

Tədqiqat nəticəsində dərc edilmiş məqalələr. Tədqiqatın gedişində onun əsas nəticələrini əks etdirən ümumi həcmi 3,5 ç.v. olan 9 adda elmi məqalə dərc etdirilmişdir.

Tədqiqatın həcmi və strukturu. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və 91 adda istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. İş kompüter yazısı ilə 148 səhifədə yazılmış, mətndaxili 20 cədvəl, 3 sxem və 5 şəkil verilmişdir.

İŞİN ƏSAS MƏZMUNU

Dissertasiya işinin giriş hissəsində mövzunun aktuallığı əsaslandırılmış, onun öyrənilmə səviyyəsi, tədqiqatın məqsəd və vəzifələri, obyekt və predmeti, nəzəri-metodoloji bazası, elmi yeniliyi və təcrübi əhəmiyyəti şərh olunmuşdur.

“Süd məhsulları bazarının təşkilinin nəzəri-metodoloji əsasları” adlı birinci fəsildə ərzaq bazarının formalaşmasının spesifik xüsusiyyətləri və tərkib elementləri araşdırılmış, süd məhsulları bazarı və onun tənzimlənməsinin nəzəri əsasları və süd məhsulları bazarının tənzimlənməsinin iqtisadi mexanizmi tədqiq edilmişdir.

Ərzaq məhsulları istehsalı bütün dövrlərdə hər bir insanın və bütövlükdə cəmiyyətin həyat səviyyəsinin başlıca və əvəzedilməz elementi kimi çıxış etmişdir. İstehlak, qidalanma insanların həyat səviyyəsini xarakterizə edən başlıca iqtisadi və sosial kateqoriyaya çevrilmişdir. Cəmiyyət inkişaf etdikcə, əhali artmağa başladığıca məhsulların çatışmaması müşahidə edilmiş və bu problem getdikcə daha qlobal səciyyə daşmışdır. XX əsrin

sonu XXI əsrin əvvəllərində beynəlxalq münasibətlər sisteminin qloballaşması nəticəsində ərzaq çatışmazlığı problemi milli sərhədlərdən çıxaraq beynəlmilləşmişdir.

Beynəlxalq münasibətlər sisteminin sürətlə qloballaşması, inkişaf etmiş dövlətlərin digər ölkələr üzərində siyasi və iqtisadi təsirlərinin gücləndirilməsi bütün sahələrdə olduğu kimi ərzaq kompleksində də destruktiv təzahürlərini göstərməkdədir. Beləliklə qloballaşma şəraitində əhalinin qidalanması, ərzaq məhsullarına olan tələbatının yerli mənbələr hesabına ödənilməsi imkanlarının məhdudlaşması nəticə etibarilə cəmiyyətin ictimai-siyasi və sosial-iqtisadi həyatının bütün sahələrini əhatə edən, eləcə də dövlətlərarası beynəlxalq münasibətlər sferasına nüfuz edən milli dövlətin suverenliyinin itirilməsi ilə müşayiət olunan aktual problemə çevrilmişdir.

Ərzaq probleminin həlli ərzaq bazarının formalaşmasından, onun təşkili xüsusiyyətlərindən bilavasitə asılıdır. Ərzaq bazarı bazar təsərrüfatçılıq sisteminin ən mühüm və strateji tərkib hissələrindəndir. Lakin, bunula yanaşı ərzaq bazarı özünəməxsus iqtisadi mahiyyətə malikdir. Belə ki, ərzaq bazarının maddi əsasını kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı təşkil etdiyindən və aqrar sahənin isə özünəməxsus spesifik xüsusiyyətləri mövcud olduğundan onun formalaşmasının özəllikləri nəzərə alınmalıdır. İlk növbədə qeyd etmək lazımdır ki, ərzaq bazarı mahiyyət etibarilə cəmiyyət üzvlərinin ərzaq və yeyinti məhsullarına olan tələbatının ödənilməsinə xidmət etməklə onun bütövlükdə bazar təsərrüfatçılıq sistemi ilə ümumi cəhətləri mövcuddur. Belə ki, ərzaq bazarı da tələb və təklif əsasında fəaliyyət göstərir. Ərzaq bazarı istehsalçı və istehlakçı arasındakı təşkilati-iqtisadi və sosial münasibətlərin məcmusunu özündə əks etdirir. Ərzaq bazarı bilavasitə sosial mahiyyətə malikdir. Çünki cəmiyyətin inkişafının bütün dövrlərində ərzaq problemi mövcud olmuş və iqtisadi sistemlərin fəaliyyətində müxtəlif sosial təzadlar doğurmuşdur.

Ərzaq bazarı bütün dövrlərdə kənd təsərrüfatı məhsullarının, emal sənaye məhsullarının ticarətinə əsaslandığından bazarda böhran, qıtlıq və qiymət artımı əslində həmin sahənin mövcud vəziyyətindən qaynaqlanır. Odur ki, ərzaq bazarının formalaşmasına bazar münasibətlərinin qanunauyğunluqları baxımından yanaşılmaqla qeyd etmək lazımdır ki, ərzaq bazarında sahibkarlığın təmin edilməsi kənd təsərrüfatının, ilk növbədə əhalinin tələbatının ödənilməsinə təmin edən ərzaq məhsullarının istehsalının davamlı inkişafından bilavasitə asılıdır. Ərzaq bazarının yerli istehsal hesabına təmin edilməsinin də ən başlıca prioritet istiqamətini kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları istehsalının həcmiminin, əhalinin tələbatına və

emal sənayesinin xammala olan ehtiyacına uyğunlaşdırılması təşkil edir.

Əsası 1995-ci ildən əsası qoyulan aqrar islahatlar kursu milli iqtisadiyyatın aqrar sektorunda köklü dəyişikliklərin baş verməsi ilə müşayiət olunmuşdur. Belə ki, keçmiş kənd təsərrüfatı müəssisələrinin – kolxoz və sovxozların əmlakının və torpaqların özəlləşməsi kənddə azad sahibkarlığın inkişafına əsaslanan müxtəlif mülkiyyət mənsublu təsərrüfatçılıq formalarının yaranmasına gətirib çıxardı. Təbii ki, bütün bunlar aqrar sahədə iqtisadi böhranın dayandırılmasına və məhsul istehsalında artım meyllərinin yaranmasına əlverişli şərait yaratdı. Əgər, 1995-ci ildə kənd və meşə təsərrüfatında ümumi daxili məhsul 540,2 mln. manat idisə, 2000-ci ildə bu göstərici 28,8% artaraq 758,9 mln. manat, 2012-ci ildə isə 3,67 dəfə artaraq 2783,1 mln. manat təşkil etmişdir. Amma məhsulun həcmünün artmasına baxmayaraq ümumi daxili məhsulda kənd və meşə təsərrüfatının xüsusi çəkisi azalmışdır. Əgər 1995-ci ildə ümumi daxili məhsul üzrə kənd və meşə təsərrüfatının xüsusi çəkisi 25,3% idisə, 2012-ci ildə bu göstərici 5,2% təşkil etmişdir. Bu isə əsasən onunla bağlı olmuşdur ki, keçən illər ərzində sənayedə, xüsusilə də neft sənayesində böyük inkişafa nail olunmuşdur.

Ərzaq bazarında qiymət bir qayda olaraq ərzaq məhsullarına tələb və təklifi əsasında formalaşır. Ərzaq bazarındakı qiymətin səviyyəsi məhz ərzaq məhsullarına olan tələb və təklifin qarşılıqlı münasibətlərdən yaranmaqla bütövlükdə istehsalçıların gəlirlərinə, eləcə də istehlakçıların həyat səviyyəsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

İnkişaf etmiş dünya ölkələrinin təcrübəsində də digər iqtisadi strukturlar kimi ərzaq bazarının da fəaliyyəti bazar mexanizmi vasitəsilə tənzimlənir. Burada ərzaq bazarının səmərəli fəaliyyətinə nail olmaq üçün dövlət tərəfindən hüquqi-normativ aktlar qəbul edilməklə, ərzaq bazarı hüquqi-iqtisadi-təşkilati mexanizmlər vasitəsilə tənzimlənir, ərzaq bazarına cəmiyyətdə sosial dayanıqlılığın qorunmasının başlıca təminatçısı kimi yanaşılır. Bu baxımdan da dövlət tərəfindən etibarlı daxili bazar yaradılması və onun qorunması ilə bağlı qəbul edilmiş qanunvericilik aktları bu sahədə tənzimlənmənin qanunvericilik bazasını təşkil edir. Yaradılmış qanunvericilik bazasında aqrar-ərzaq kompleksinin islahatı, mülkiyyətin, torpağın özəlləşdirilməsi, azad sahibkarlığın inkişafı və rəqabət mühitinin formalaşması ilə bağlı məsələlər öz əksini tapmışdır. Qəbul edilmiş “Mülkiyyət haqqında”, “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında”, “Aqrar islahatının əsasları haqqında”, “Torpaq islahatı haqqında”, “İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında” qanunlar və son illərdə qəbul edilən digər Dövlət Proqramları aqrar sahədə islahatların tənzimlənməsinin mühüm

istiqamətini təşkil etdi. Bu qanun və proqramların qəbul edilməsi aqrar sahədə böhranlı vəziyyətin qarşısının alınmasında və tənəzzülün tədricən yüksələn iqtisadi inkişafı əvəz edilməsində mühüm rol oynadı.

Xüsusilə müxtəlif dövrlər üçün hazırlanmış və regionların sosial-iqtisadi inkişafına istiqamətlənmiş Dövlət Proqramları ölkədə qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafında, yeni iş yerlərinin yaradılmasında, xidmət və sosial infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsində, yoxsulluğun azaldılmasında ciddi nailiyyətlər əldə etməyə imkan verdi.

Bu fəsildə əsas məqsəd süd və süd məhsulları bazarının tənzimlənməsinin iqtisadi mexanizminin araşdırılması olduğuna baxmayaraq, problemə kompleks şəkildə yanaşmağa çalışılmışdır. Çünki süd və süd məhsulları bazarı bir tərəfdən ümumi aqrar bazarın bir hissəsidir və buna müvafiq olaraq da, aqrar sahənin tərkib hissəsidir. Bundan əlavə, süd və süd məhsulları ərzaq məhsulları olduğundan onlar, həm də ərzaq bazarının tərkib hissəsi kimi çıxış edir. Ona görə də süd və süd məhsulları bazarının tənzimlənməsinin iqtisadi mexanizmi oxşar prizmadan ümumi şəkildə araşdırılmışdır. Əslində ümumi iqtisadiyyatdan ayrı, konkret olaraq aqrar sahənin, aqrar bazarın və yaxud da süd və süd məhsulları bazarının tənzimlənməsinin məxsusi mexanizmi mövcud deyildir. Hər hansı konkret sahənin tənzimlənməsi məsələləri həll edilərkən əsas meyar ondan ibarət olur ki, ümumi müddəalar, prinsiplər və yanaşmalar həmin sahəyə uyğun şəkildə tətbiq edilir.

İqtisadiyyatın tənzimlənməsi mexanizmləri kimi qiymət, maliyyə, pul-kredit siyasəti, büdcə-vergi sisteminin, dövlətin investisiya siyasəti mexanizmi iqtisadi proseslərin tənzimlənməsinin prioritet istiqamətini təşkil edir.

Qeyd olunanları yekunlaşdıraraq belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, iqtisadiyyatın inkişafında dövlət tənzimlənməsinin əhəmiyyəti əvəzolunmazdır. Xüsusilə də aqrar sahədə bu zərurət daha güclü sezilməkdədir. Belə ki, son illər dünya miqyasında baş verən proseslər, qlobal maliyyə böhranı, dünyada getdikcə daha aktual xarakter alan əhalinin ərzaqla təminatı problemləri bu sahəyə diqqətin artırılmasını tələb edir. Çünki ərzaq məhsullarının, demək olar ki, hamısı aqrar sahədə istehsal olunur. Bu baxımdan tənzimləmə mexanizmlərindən tam istifadə etməklə lazımı sahələrdə istehsalın dəstəklənməsi, inkişafın təmin edilməsi məsələləri həll edilməlidir. Bu zaman yüksək keyfiyyətli süd və süd məhsulları istehsalının artırılması, satışının düzgün təşkili və digər məsələlər də diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.

“Süd məhsulları bazarının mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi” adlı ikinci fəsildə süd məhsulları bazarının fəaliyyəti araşdırılmış, süd məhsulları istehsalının iqtisadi göstəricilərinin, eləcə də süd məhsulları üzrə istehsal və emal müəssisələri arasında inteqrasiya əlaqələrinin mövcud

vəziyyətinin təhlili aparılmışdır.

Süd və süd məhsulları ərzaq məhsullarının tərkib hissəsi kimi ölkənin ərzaq təminatında özünəməxsus rol oynayır. Süd məhsulları bazarının səmərəli fəaliyyəti isə bilavasitə bu bazarı süd məhsulları ilə təmin edən aqrar sahə ilə bilavasitə bağlıdır. Araşdırmalar göstərir ki, respublikada aqrar sahənin inkişaf səviyyəsi bazar iqtisadi münasibətlərinin meyarları baxımından yüksək səviyyədə deyil. Bu isə o deməkdir ki, aqrar sahənin inkişafı hələ tələb olunan səviyyəyə çatmayıb. Halbuki ölkədə yüksək məhsuldarlıqlı kənd təsərrüfatının formalaşdırılmasına imkan verə bilən təbii-iqlim şəraiti, əmək potensialı bütövlükdə istehsal resursları mövcuddur. Odur ki, təbii-iqtisadi potensialdan səmərəli istifadə etməklə həm aqrar sahənin inkişafını, həm də ölkənin ərzaq və digər kənd təsərrüfatı məhsullarına olan tələbatını fasiləsiz ödəmək mümkündür. Deməli əslində ölkənin ərzaq məhsulları ilə təmin olunmasında xüsusi rolu süd məhsulları bazarının fəaliyyəti araşdırılarkən paralel olaraq kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının mövcud səviyyəsi də təhlil edilməlidir. Bu zaman təbii olaraq daxili istehsalın idxal məhsulları ilə rəqabət aparma imkanları və süd məhsullarının ixrac potensialı da diqqətdən yayınmamalı, bu məsələlər kompleks qiymətləndirilməlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, son illər bütövlükdə aqrar sahənin inkişafı üçün bir sıra tədbirlər görülməsinə baxmayaraq, respublikanın regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı ilə bağlı və əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair müxtəlif dövrlər üçün qəbul olunmuş Dövlət Proqramları və s. əhalinin istehlakının strukturunda yerli məhsulların xüsusi çəkisi artsa da bəzi ərzaq məhsullarına, o cümlədən süd və süd məhsullarına olan tələbatın yerli istehsal hesabına təmin olunmasına hələ də nail olunmamışdır. Bu vəziyyət təbii olaraq daxili ərzaq bazarının idxaldan asılılığının maksimum azaldılması və ərzaq ehtiyatlarının yaradılması məsələsinə kompleks yanaşma tələb edir.

Qeyd olunanlarla əlaqədar olaraq son illərdə Azərbaycan Respublikasında qida məhsullarının istehlakı səviyyəsinə nəzər salaq (cədvəl 1).

Cədvəlin məlumatlarından görünür ki, bütün məhsullar üzrə istehlak səviyyəsi fizioloji qida normalarından aşağı olmuşdur. Belə ki, 2012-ci ildə çörək və çörək məmulatlarının orta illik faktiki istehlakı adambaşına 144,3 kq olmuşdur ki, bu da normadan 3,8% azdır. Bütün digər məhsullar üzrə də 2012-ci ildə faktiki istehlak normadan aşağı olmuşdur. Yalnız bitki yağı üzrə faktiki istehlak normaya yaxın olmuşdur. Belə ki, 2012-ci ildə bitki yağları üzrə fizioloji qida normasının ödənmə səviyyəsi 99% olmuşdur. Buna baxmayaraq, bir faktı da qeyd etmək istərdik ki, son illər dövlət

tərəfindən həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində bu istiqamətdə mühüm irəliləyişlər əldə edilmişdir. Belə ki, 2000-ci illə müqayisədə 2012-ci ildə heyvandarlıq məhsulları üzrə istehlak səviyyəsində ciddi artım müşahidə edilməkdədir. Müqayisə olunan dövrdə ət və ət məhsulları üzrə istehlak göstəricisi 51,58%, süd və süd məhsulları üzrə 90,80%, yumurta üzrə 38,39%, balıq və balıq məhsulları üzrə isə 3,09 dəfə artmışdır ki, bu da sevindirici haldır.

Cədvəl 1

Azərbaycan Respublikasında hər nəfərə görə il ərzində qida məhsullarının istehlakı

Məhsul növü	Fizioloji qida normaları, kq	İllər üzrə faktiki istehlak, kq					2012-ci ildə normanın ödənmə səviyyəsi, %	2000-ci illə müqayisədə 2012-ci ildə artma (+), azalma(-),% - lə
		2000	2005	2010	2011	2012		
Çörək və çörək məmulatları	150	158,3	156,5	153,4	147,7	144,3	96,2	-8,84
Ət və ət məhsulları	72	22,1	29,4	31,5	32,4	33,5	46,53	51,58
Süd və süd məhsulları	380	154,3	274,8	301,0	312,8	294,4	77,47	90,80
Kartof	80	34,2	48,5	54,6	59,3	63,1	78,88	84,50
Yumurta (ədədlə)	280	112	126	131	143,7	155	55,36	38,39
Tərəvəz və bostan bitkiləri	146	72,4	77,9	87,1	92,9	98,5	67,47	36,05
Meyvə və giləmeyvə	80	41,7	54,5	65	68,5	74,8	93,50	79,38
Şəkər və qənnadı məmulatları	34	16,8	30,8	31,5	32	31,7	93,24	88,69
Bitki yağı	10	3,1	8,3	8,8	9,3	9,9	99,00	3,19 dəfə
Balıq və balıq məhsulları	20	2,3	6,6	6,9	6,9	7,1	35,50	3,09 dəfə

Əhalinin etibarlı ərzaq təminatının başlıca şərtlərindən biri makroiqtisadi sabitliyə əsaslanan davamlı inkişafın əldə olunması və əhalinin gəlirlərinin yaşayış normalara əsaslanan tələbatının ödənilməsinə təmin etməsidir. Son beş ilin iqtisadi göstəricilərinin təhlili göstərir ki, Azərbaycan bu illər ərzində nəinki makroiqtisadi sabitliyi qoruyub saxlamış, hətta iqtisadi artıma görə dünyanın aparıcı ölkələrindən birinə çevrilmişdir. 2012-ci ildə 2000-ci illə müqayisədə ümumi daxili məhsul faktiki qiymətlərlə 11,44 dəfə artmışdır. Bu artım əsasən sənaye sektorunun dinamik inkişafı sayəsində mümkün

olmuşdur. Həmin illərdə faktiki qiymətlərlə sənayenin artımı 17,37 dəfə, kənd və meşə təsərrüfatında artım 3,74 dəfə təşkil etmişdir. Yüksək iqtisadi artım əhalinin sosial rifahının yaxşılaşdırılması üçün geniş imkanlar açmışdır. Keçən on iki il ərzində orta aylıq nominal əmək haqqı 9 dəfə artmışdır. Ölkədə minimum əmək haqqının, pensiya və müavinətlərin, büdcədən maliyyələşən təşkilatlarda əmək haqlarının artırılması, eyni zamanda ünvanlı sosial yardım mexanizminin tətbiqi nəticəsində əhalinin adambaşına orta aylıq gəlirləri davamlı olaraq artmaqdadır. Qeyd olunan tədbirlər ölkədə yoxsulluğun səviyyəsinin də azaldılmasına imkan vermişdir.

Aqrar islahatlar nəticəsində son illər kənd təsərrüfatı sürətlə inkişaf etmiş, adambaşına düşən ərzaq məhsullarının istehsalı xeyli artmışdır. Bununla belə, süd məhsulları da daxil olmaqla, ümumən kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal göstəriciləri sahənin potensial imkanlarından xeyli aşağıdır.

Faktiki vəziyyətin təhlili göstərir ki, son illərdə süd məhsulları üzrə məhsuldarlıq göstəricilərində irəliləyiş müşahidə olunsa da, bu irəliləyiş cüzi olmuşdur. Məhsuldarlığın demək olar ki, dəyişməz qalmasına baxmayaraq, müqayisə olunan dövrdə süd və süd məhsulları istehsalı artmışdır. Bu artım əsasən inək və camışların baş sayının artırılması hesabına əldə edilmişdir. Araşdırma nəticəsində müəyyənləşdirilmişdir ki, inək və camışların sayı 2000-ci ilin 01 yanvar tarixinə 2 mln. baş idisə, 2012-ci ilin müvafiq dövründə bu göstərici 35% artaraq 2,7 mln. başa çatmışdır. Beləliklə, araşdırmadan müəyyən olur ki, süd istehsalındakı artım əsasən ekstensiv amillər hesabına əldə edilmişdir.

Süd və süd məhsullarının özülünü xam süd təşkil etdiyini nəzərə alaraq, bu məhsullar üzrə iqtisadi göstəricilərin təhlilini əsasən xam süd istehsalı üzrə aparılmasını məqsəduş saymışıq. Çünki digər süd məhsulları üzrə maya dəyəri, satış qiyməti, əldə olunan mənfəət, rentabellik səviyyəsi kimi göstəricilərin formalaşması, fikrimizcə, süd istehsalı üzrə həmin göstəricilərin səviyyəsindən birbaşa asılıdır. Araşdırmalar göstərir ki, süd istehsalı üzrə məhsuldarlıq göstəriciləri yüksək səviyyədə deyildir. Məhsuldarlıq göstəricilərinin aşağı olması öz növbəsində məhsul vahidinə əmək məsərifinin artmasına, maya dəyərinin yüksək olmasına, son nəticədə isə bazarda məhsulun satış qiymətinin yüksək olmasına səbəb olur.

Son illərdə südün hər sentnerinə əmək məsərfi kənd təsərrüfatı müəssisələrində əsasən artmışdır. Belə ki, müqayisə etdiyimiz 2005-2012-ci illərdə respublikada fəaliyyət göstərən kənd təsərrüfatı müəssisələrində südün hər sentnerinə əmək məsərfi 1,04% artaraq 47,9 adam-saat olmuşdur. Amma ayrı-ayrı regionlarda bu göstərici müxtəlif olmuşdur. Fərdi

sahibkar təsərrüfatlarında isə vəziyyət nisbətən dəyişkəndir. Müqayisə etdiyimiz 2005-2012-ci illərdə respublikada fəaliyyət göstərən fərdi sahibkar təsərrüfatlarında südün hər sentnerinə əmək məsərfi 0,41% azalaraq 48,2 adam-saat olmuşdur.

Artıq qeyd etdiyimiz kimi, əmək məsərfi məhsulun maya dəyərinin formalaşmasında mühüm rol oynayan amillərdən biridir. Son illərdə südün maya dəyəri üzrə göstəriciləri əsasən artmışdır. Bu artım özünü həm regionlar üzrə, həm də təsərrüfat kateqoriyaları üzrə büruzə vermişdir. Belə ki, 2012-ci ildə kənd təsərrüfatı müəssisələrində südün bir sentnerinin maya dəyəri 33,80 manat olmuşdursa, fərdi sahibkar təsərrüfatlarında bu göstərici 27,50 manat olmuşdur. Bununla yanaşı qeyd etmək istərdik ki, 2005-ci ilə müqayisədə 2012-ci ildə kənd təsərrüfatı müəssisələrində südün maya dəyəri 46,66% artmışdırsa, fərdi sahibkar təsərrüfatlarında bu göstərici 56,58% artmışdır. Ümumiyyətlə, müqayisə olunan dövrdə demək olar ki, bütün regionlar üzrə həm fərdi sahibkar təsərrüfatlarında, həm də kənd təsərrüfatı müəssisələrində südün maya dəyəri artmışdır.

Ümumilikdə götürüldükdə isə, müqayisə dövründə südün maya dəyərinin yüksəlməsini normal qəbul etmək olar. Çünki bütün dünya üzrə məhsulların qiymətlərinin qalxdığı, xüsusilə də yanacaq və sürtgü materiallarının qiymətlərinin sürətlə qalxdığı bir dövrdə süd üzrə maya dəyərinə artım, fikrimizcə, o qədər də mənfi hal kimi qiymətləndirilməməlidir.

Süd və süd məhsulları istehsalının səmərəliliyinə təsir edən əsas iqtisadi amillərdən biri də onun satış qiymətidir. Məhsul istehsalının səmərəliliyinin müəyyənləşdirilməsində bu amil həlledici rol oynayır. Belə ki, məhsulun satış qiyməti, hər hansı bir müəssisənin gəlirlərinin formalaşmasına birbaşa təsir edən amil kimi çıxış edir. 2005-2012-ci illəri əhatə edən dövr ərzində ümumilikdə südün satış qiymətində artma müşahidə edilir. Bu, artıq qeyd edilən səbəblər üzündən istehsal xərclərinin artması və bununla əlaqədar olaraq maya dəyərinin artması ilə bağlı prosesdir, həmçinin müəyyən miqdarda inflyasiya və əhalinin pul gəlirlərinin artması da bu prosesdə öz rolunu oynamışdır.

Araşdırmalar nəticəsində müəyyənləşdirilmişdir ki, son illər təsərrüfatlarda südün satış qiyməti maya dəyərini üstələmişdir ki, bu da son nəticədə istehsalın səmərəliliyinin artırılmasına, rentabelliğin yüksəldilməsinə imkan vermişdir. Belə ki, kənd təsərrüfatı müəssisələrində 2005-ci ildə bir sentner südün satış qiyməti ilə maya dəyəri arasında fərq cüzi olmuşdur. Amma növbəti illərdə, dövlətin həyata keçirdiyi tədbirlər nəticəsində, vəziyyət tədricən inkişafa doğru dəyişmişdir. Əgər 2005-ci ildə hər sentnerdən əldə edilən mənfəət 6,42 manat idisə, 2008-ci ildə bir sentnerdən əldə edilən

mənfəət 12,27 manat, 2009-cu ildə 12,63 manat, 2010-cu ildə 11,66 manat, 2011-ci ildə 9,43 manat təşkil edərək əsasən artmışdır. 2012-ci ildə isə mənfəətin səviyyəsi ən yüksək - 12,59 manat olmuşdur. Qeyd olunanlara əsasən demək olar ki, süd istehsalı təsərrüfatlar üçün iqtisadi cəhətdən səmərəli olmuşdur.

Ölkənin ərzaq bazarının fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi zamanı əsas məsələlərdən biri də heyvan mənşəli ərzaq məhsullarının ehtiyatları, son illərdə bu məhsulların istehsal dinamikası, burada idxalın xüsusi çəkisi və s. haqqında araşdırmaların aparılması olmuşdur. Bu baxımdan 2 sayılı cədvələ nəzər salaq.

Cədvəl 2

Azərbaycan Respublikasında heyvan mənşəli əsas ərzaq məhsullarının ehtiyatları (min ton)

Göstəricilər	İllər					2008-ci illə müqayisədə 2012-ci ildə artma (+); azalma (-)
	2008	2009	2010	2011	2012	
Ət və ət məhsulları						
İlin əvvəlinə qalıq	9,1	8,6	8,8	9,0	9,2	1,1%
İstehsal	175,6	237,1	253,8	263,7	285,6	62,7%
İdxal	29,5	45,8	36,1	38,7	26,5	-10,2%
Cəmi	214,2	291,5	298,7	311,4	321,3	50%
Cəmi ehtiyatlarda idxalın xüsusi çəkisi (%)	13,8	15,7	12,1	12,4	8,2	-40,6%
Süd və süd məhsulları						
İlin əvvəlinə qalıq	202,3	167,2	172,6	171,6	119,7	-40,8%
İstehsal	1381,6	1433,1	1536,2	1622,2	1719,6	24,5%
İdxal	162,6	612,3	647,2	654,6	642,3	3,9 dəfə
Cəmi	1746,5	2212,6	2356,0	2448,4	2481,6	42,1%
Cəmi ehtiyatlarda idxalın xüsusi çəkisi (%)	9,3	27,7	27,5	26,7	25,9	2,8 dəfə
Yumurta (mln. ədəd)						
İlin əvvəlinə qalıq	14,3	26,2	28,8	19,6	25,3	76,9%
İstehsal	1160,5	1221,2	1178,6	1011,0	1226,7	5,7%
İdxal	16,8	21,6	25,7	294,9	53,9	3,2 dəfə
Cəmi	1191,6	1269,0	1233,1	1325,5	1305,9	9,6%
Cəmi ehtiyatlarda idxalın xüsusi çəkisi (%)	1,4	1,7	2,1	22,2	4,1	2,9 dəfə
Balıq						
İlin əvvəlinə qalıq	0,6	0,7	0,9	0,6	1,0	66,7%
İstehsal	20,9	45,1	45,3	45,5	50,6	2,4 dəfə
İdxal	13,1	13,5	14,1	17,7	19,6	49,6%
Cəmi	34,6	59,3	60,3	63,8	71,3	2,1 dəfə
Cəmi ehtiyatlarda idxalın xüsusi çəkisi (%)	37,9	22,8	23,4	27,7	27,5	-27,4

Cədvəlin məlumatlarından görünür ki, son illər ərzində respublikada heyvan mənşəli ərzaq məhsullarının ehtiyatları əsasən artmışdır. Artım həm yerli istehsal, həm də idxal hesabına əldə edilmişdir. Müqayisə olunan dövrdə respublikada süd məhsulları üzrə daxili ehtiyatlar 2,9 dəfə artmışdır. Bu dövrdə daxili istehsal göstəriciləri də artmışdır ki, bu da sevindirici haldır. Amma müqayisə olunan dövrdə süd və balıq məhsulları üzrə idxal göstəriciləri də yüksəlmişdir. 2008-ci illə müqayisədə 2012-ci ildə süd məhsulları idxalı 3,9 dəfə artmışdır.

Süd və süd məhsulları bazarının fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi məqsədilə Bakı şəhərində kiçik ticarət obyektləri və supermarketlərdə satılan süd məhsullarının strukturu, qiyməti və keyfiyyəti ilə bağlı araşdırmalar aparılmışdır. Araşdırma nəticəsində müəyyənləşdirilmişdir ki, ticarət obyektlərində əsasən yerli, Rusiya və Avropa ölkələri istehsalı olan süd məhsulları satılır. Bazarda məhsullarına rast gəlinən əsas yerli süd məhsulları istehsalçıları Milk-Pro, Palmali Şirkətlər Qrupu və Azərbaycan Ərzaq Şirkətidir.

Süd və süd məhsulları bazarının fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətində aparılan araşdırmalar əsasında aşağıdakı əsas məqamları qeyd etmək olar:

- respublikada mövcud süd və süd məhsullarının strukturunda yerli məhsullar üstünlük təşkil edir. 2012-ci ildə respublikada süd və süd məhsulları üzrə cəmi ehtiyatlar 2481,6 min ton təşkil etmişdir ki, bunun da 25,9%-i idxalın payına düşmüşdür;

- süd və süd məhsulları bazarında yerli məhsullarla yanaşı əsasən Rusiya, Türkiyə və Avropa ölkələri məhsullarına da rast gəlinir və həmin məhsulların xaricdən gətirilməsinə baxmayaraq, onların satış qiyməti yerli məhsulların satış qiymətinə yaxındır, onlar arasındakı fərq çox kiçikdir. Bu fərqin kiçik olması yerli məhsulların rəqabətqabiliyyətinə təsir edir;

- şəxsi yardımçı təsərrüfatların istehsalı olan süd və süd məhsulları yağlılığına, dadına, keyfiyyətinə görə həm idxal olunan, həm də yerli emal müəssisələrinin məhsullarından daha üstün olsalar da, reklam amillərinin nəzərə alınmaması bu məhsulların satışına və istehlakına mənfi təsir göstərir;

- süd və süd məhsullarına tələbat istehlak normasına əsasən tam ödənilmir. Bunun əsas səbəbi istehlakçıların alıcılıq qabiliyyətinin aşağı olmasıdır. Belə ki, bu məhsulların satış qiyməti maya dəyərində yaxındır və minimum mənfəət normasına uyğun gəlir. Belə bir şəraitdə tələbatın tam ödənilməməsinin səbəbinin istehlakçıların gəlirlərinin aşağı səviyyədə olması qənaətinə gəlmək olar.

Beləliklə, süd və süd məhsulları bazarının səmərəli şəkildə tənzimlənmə-

si, bazarda yerli məhsullarla idxal məhsulları arasında optimal balansı nail olunması, istehlakçıların alıcılıq qabiliyyəti ilə məhsulların satış qiymətlərinin uyğunlaşdırılması üçün qeyd olunan məsələlər daim diqqət mərkəzində saxlanmalıdır ki, gələcəkdə bu istiqamətdə hər hansı tədbir həyata keçirilərkən daha pozitiv nəticələrin əldə edilməsi təmin edilsin.

Üçüncü fəsildə **süd məhsulları bazarının təşkilati-iqtisadi mexanizminin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri** müəyyənləşdirilmişdir.

Azərbaycan müstəqülük əldə etdiyi ilk gündən başlayaraq yeni iqtisadi sistemin əsaslarını yaratmağa başladı. Bu proses ümummilli lider Heydər Əliyevin hakimiyyətə gəlişindən sonra daha da gücləndi. Bu işə ictimai mülkiyyətin özəlləşdirilməsi yolu ilə formalaşdırılmışdır. Özəlləşdirmənin həyata keçirilməsində müvəffəqiyyətə nail olunması digər amillərlə yanaşı rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalının da ərsəyə gəlməsinə əlverişli şərait yaratmışdır.

Digər sahələrdə olduğu kimi, süd və süd məhsulları bazarında da müəssisələrin, təsərrüfatların rəqabətqabiliyyətinin təmin edilməsi üçün tələbata uyğun məhsul istehsal etmək üçün marketing fəaliyyətinin tətbiqi, marketing xidmətinin təşkilati – iqtisadi mexanizminin təkmilləşdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Araşdırmalar göstərir ki, süd və süd məhsulları bazarında fəaliyyət göstərən müəssisə və təsərrüfatlarda marketingin tətbiqi səviyyəsi eyni deyildir. Xam süd istehsal edilən təsərrüfatlarda marketingin tətbiqi demək olar ki, çox zəifdir. Süd emalı müəssisələrində isə bundan fərqli olaraq marketingin tətbiqi daha yaxşıdır. Həmin müəssisələr bu və ya digər dərəcədə bazar araşdırmaları aparır, öz rəqiblərinin fəaliyyətlərini izləyir, istehsal etdikləri məhsullara istehlakçıların rəylərini öyrənir, məhsulların qablaşdırılması prosesini təkmilləşdirir, reklam fəaliyyətini həyata keçirərək satışın stimullaşdırılması və s. tədbirlər həyata keçirirlər. Lakin, qeyd edilən bu fəaliyyətə bütün müəssisələrdə rast gəlinmir, hətta bu fəaliyyətin həyata keçirildiyi müəssisələrdə də bəzən marketing xidməti şöbəsi olmur və bu işlər satışla məşğul olan şöbə tərəfindən həyata keçirilir.

Süd məhsulları istehsal edən müəssisənin marketing strukturlarının formalaşmasına və səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsinə təsir edən amillər mikro və makro mühit amillərinə ayrılır ki, marketing fəaliyyətinin təşkili zamanı bu amillər kompleks şəkildə öyrənilməli və izlənməlidir.

Qeyd edək ki, real həyatda marketing xidmətinin təşkilinin müxtəlif formaları mövcuddur. Bunların içində Azərbaycan şəraiti və süd məhsulları bazarı üçün daha məqbul sayıla biləcək formaları və onların təkmilləşdirilməsi istiqamətləri, fikrimizcə, aşağıdakılardan ibarət olmalıdır.

Marketingin funksional təşkili. Müəssisənin marketing xidmətinin funksional təşkili əsasən bu xidmətin yerinə yetirəcəyi funksiyalarla əlaqədar olaraq yerinə yetirilir. Bu təşkilati struktur sxem 1-də təsvir edilmişdir.



Şək. 1. Müəssisədə marketingin funksional təşkili

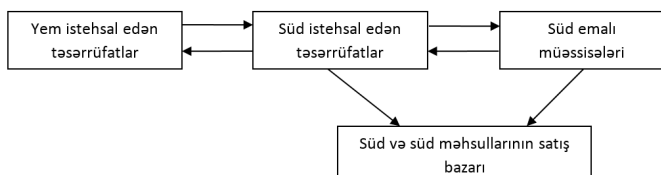
Süd və süd məhsulları bazarının fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi məqsədilə Bakı şəhərində kiçik ticarət obyektləri və supermarketlərdə satılan süd məhsullarının strukturu, qiyməti və keyfiyyəti ilə bağlı araşdırmalar aparılmışdır. Araşdırma nəticəsində müəyyənləşdirilmişdir ki, ticarət obyektlərində əsasən yerli, Rusiya və Avropa ölkələri istehsalı olan süd məhsulları satılır. Bazarda məhsullarına rast gəlinən əsas yerli süd məhsulları istehsalçıları Milk-Pro, Palmali Şirkətlər Qrupu və Azərbaycan Ərzaq Şirkətidir.

Bazarda baş verən dəyişikliklərə uyğunlaşma baxımından marketingin funksional təşkili formasının tətbiqi daha məqsədəuyğundur. Belə ki, marketingin təşkilinin bu təşkilati formasından istifadə zamanı tələbin kəmiyyət dəyişmələrinə çevik reaksiya vermək lazımdır. Çünki bu struktura daxil olan bölmələrin hər biri problemin konkret məqamının araşdırılması və həlli ilə məşğul olur. Bazarın tədqiqi bölməsi məhsul üzrə bazarda ümumi vəziyyəti öyrənir, təhlillər aparır və müvafiq nəticə və təklifləri məhsul çeşidinin planlaşdırılması bölməsinə ötürür. Burada, təqdim olunan informasiya əsasında məhsulun parametrləri müəyyənləşdirilir. Bundan sonra məhsulun istehsalı ilə yanaşı reklam məsələləri öz həllini tapır. Məhsula uyğun tələbin formalaşdırılması və satışın stimullaşdırılmasında reklam çox böyük rol oynayır.

Marketing xidmətinin funksional təşkili zamanı meydana çıxan əlaqələndirmə problemlərini həll etmək və satışın təşkili üçün koordinasiya bölməsi fəaliyyət göstərir. Bu zaman bölmənin başlıca vəzifəsi bir və ya eyni qəbildən olan məhsulların buraxılması ilə əlaqədar marketing xidmətinin müxtəlif bölmələrinin işini koordinasiya etməkdən ibarət olur.

Qeyd etmək istərdik ki, marketing xidmətinin bu təşkilati formasının tətbiqi eynicinsli məhsul istehsal edən süd məhsulları istehsalçılarına bazara uyğun məhsul istehsalına şərait yaratmaqla müəssisənin səmərəli fəaliyyətini təmin edə bilər.

Artıq qeyd etdiyimiz kimi, ərzaq məhsulları bazarının tərkib hissələrindən biri süd və süd məhsulları bazarıdır və ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində mühüm rol oynayır. Süd və süd məhsulları bazarının səmərəli fəaliyyəti birbaşa onun təşkili istiqamətlərindən asılıdır. Burada əsas məqam süd məhsulları bazarına daxil olan bütün subyektlərin bir-biri ilə inteqrasiya və kooperasiya əlaqələrinə girməsini və istehsal, daşınma, emal, satış və s. proseslərin təşkili zamanı yaranan istehsal-iqtisadi münasibətlərin qarşılıqlı əlaqə əsasında qurulmasını təmin etməkdən ibarət olmalıdır. Süd məhsulları bazarında istehsal və satış fəaliyyəti ilə məşğul olan subyektlərə süd istehsalı ilə məşğul olan heyvandarlıq təsərrüfatları və süd emalı müəssisələri aiddir. Bunlardan əlavə, heyvandarlıq təsərrüfatlarını yemlə təmin edən təsərrüfatlar da bu qrupa aid edilə bilər (sxem 2).



Şək. 2. Süd məhsulları bazarında istehsal subyektləri arasında qarşılıqlı əlaqələr.

Beləliklə, süd məhsulları bazarında istehsal və satış prosesinin təşkili zamanı istehsal-iqtisadi əlaqələr əsasən üç qrup təsərrüfatlar arasında yaranır. Fikrimizcə, süd məhsulları bazarının daha səmərəli fəaliyyətini təmin etmək üçün bu qarşılıqlı əlaqələr daha da genişləndirilməli, yarımşahələr arasında inteqrasiya və kooperasiya əlaqələri daha da təkmilləşdirilməlidir.

Kənd təsərrüfatı kooperasiyası kənd təsərrüfatı istehsalçıları (kooperativlərini) birgə məhsul istehsal etmək və ya öz təsərrüfatlarının iqtisadi tələbatını ödəmələri məqsədilə (emal, məhsul satışı, istehsal vasitələri ilə təchiz etmə və s.), həmçinin digər fəaliyyət növlərini həyata keçirmək üçün birləşdirir.

İnkişaf etmiş ölkələrin əksəriyyətində kənd təsərrüfatı kooperativləri müəyyən istehsal sahələrində müvafiq emal və xidmət müəssisələrinin yaradılması yolu ilə texniki xidməti təşkil edən mürəkkəb sosial-iqtisadi orqanizmə çevrilmişdir. Bu halda xammal istehsalı, onun emalı, istehsalın texniki və texnologiyası vasitələrlə təminatı məsələləri kooperativin funksiyalarına daxil olduğundan xammal və hazır emal məhsullarının əldə olunması prosesində tələb olunan bütün istehsal və dövriyyə vasitələri təchizatı məsələləri də kooperativin funksiyalarına daxil edilir.

Bu baxımdan ölkə daxilində süd məhsulları bazarına daxil olan təsərrü-

fatlar arasında inteqrasiya və kooperasiya əlaqələrinin dörd əsas istiqamətdə təşkil edilməsini təklif edirik:

- yem istehsalçıları arasında;
- süd istehsalçıları arasında;
- yem istehsalçıları ilə süd istehsalçıları arasında;
- süd istehsalçıları ilə emal müəssisələri arasında.

Qeyd olunanları ümumiləşdirərək belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, süd məhsulları bazarının səmərəli təşkili üçün geniş potensial imkanlar mövcuddur. Bu imkanların reallaşdırılması üçün hər şeydən əvvəl səmərəli dövlət tənzimlənməsi həyata keçirilməlidir. Tənzimləmə mexanizmlərinin düzgün tətbiqi, vacib tənzimləyici tədbirlərin həyata keçirilməsi yolu ilə qeyd olunan problemlərin həlli mümkün olar. Əsas məsələ ondan ibarətdir ki, ilkin mərhələ üçün süd məhsulları bazarının təşkili istiqamətində bütün qeyd olunan işlərin reallaşdırılması üçün təşəbbüskar kimi dövlət çıxış etsin, bu istiqamətdə müəyyən stimullaşdırıcı vasitələr tətbiq etməklə sahibkarları həvəsləndirsin.

Əldə olunan müsbət nəticələri ilə yanaşı aqrar sahədə bir sıra həlli vacib olan problemlər mövcuddur ki, onlar da süd məhsulları bazarının fəaliyyəti ilə bağlı məsələlərdir və onların ardıcıl həlli mühüm əhəmiyyət daşıyır. Bunlara ümumilikdə götürdükdə aşağıdakıları aid etmək olar:

Bitkiçilik sahəsində, o cümlədən yemlik bitkiçilik sahəsində - məhsuldarlıq səviyyəsinin artırılması, becərmə texnologiyaların və aqrotexniki qaydaların lazımı səviyyəyə çatdırılması, dağlıq və dağətəyi torpaqların becərməyə cəlb edilməsi, sahəyə investisiya qoyuluşunun artırılması, fermer təsərrüfatlarının yüksək keyfiyyətli toxumlarla təmin olunması, aqrokimyəvi tədbirlərin müvafiq texnika ilə təchizat məsələlərinin həll edilməsi;

-heyvandarlıq sahəsində - süni mayalandırma məntəqələrinin fəaliyyətlərinin gücləndirilməsi, avadanlıq, toxum, maye azot, xüsusi nəqliyyat vasitələri ilə təminatın yaxşılaşdırılması, yem bazasının möhkəmləndirilməsi üçün əsaslı tədbirlərin görülməsi, süd istehsalı, emalı və idxalı üzərində ciddi baytarlıq nəzarətinin təmin olunması, heyvanların cins tərkibinin yaxşılaşdırılması və s.

Bunlarla yanaşı 2012-ci ildə ölkə üzrə adambaşına süd və süd məhsulları üzrə faktiki istehlak 294,4 kq. olmuşdur ki, bu da adambaşına düşən orta illik fizioloji qida normasının 77,5%-ni təşkil edir. Qeyd etmək istərdik ki, bir nəfərin orta illik ümumi qida istehlakında ən böyük xüsusi çəki çörək və çörək məhsullarının payına düşür ki, bu da 26,7% təşkil edir. Qida məhsullarının istehlakı strukturunda ikinci yer süd və süd məhsullarına məxsusdur ki, bu da 21,8%-ə bərabərdir.

Faktiki vəziyyətin təhlili göstərir ki, süd məhsulları bazarının tənzimlənməsi vacibdir və aqrar siyasətin prioritet istiqamətlərindən olmalıdır. Bu baxımdan tənzimləmə mexanizmlərindən daha səmərəli istifadə olunmalı və prioritetlər daha dəqiq müəyyənləşdirilməlidir və bu zaman inkişaf etmiş dövlətlərin tənzimləmə təcrübəsi öyrənilməli və həmin təcrübənin yerli şərait nəzərə alınaraq istifadə imkanları qiymətləndirilməlidir. Bu baxımdan fikirimizcə süd məhsulları bazarının tənzimlənməsinin prioritet istiqamətləri müəyyənləşdirilməzdən əvvəl bəzi inkişaf etmiş ölkələrdə aqrar sahənin dövlət tənzimlənməsi təcrübəsini nəzərdən keçirmək məqsədəuyğun olardı.

İlk öncə qeyd etmək istərdik ki, ayrıca süd məhsulları bazarının tənzimlənməsi mexanizmi və ya süd məhsulları bazarının tənzimlənməsi üçün ümumi aspektlərdən kənar, yalnız bu bazar üçün nəzərdə tutulmuş konkret tənzimləmə təcrübəsi mövcud deyildir. Süd məhsulları bazarının tənzimlənməsi problemlərindən danışarkən məsələyə ümumi aspektdən yanaşılır və bu bazarın özəllikləri nəzərə alınmaqla tənzimlənmənin bu və ya digər forması, metodu tətbiq edilir. Bununla yanaşı, fikirimizcə hazırda respublikamızda aqrar sahənin tənzimlənməsində hüquqi baza kifayət qədər mükəmməl hesab oluna bilər və buna görə də süd məhsulları bazarında tənzimləmə problemlərindən danışarkən əsasən əvvəlki paragraflarda təklif olunan tədbirlərin reallaşdırılması üçün bu istiqamətdə dövlətin maliyyə dəstəyinin təkmilləşdirilməsi məsələlərinin tədqiqini vacib hesab edirik.

Hesab edirik ki, süd məhsulları bazarının səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün burada müxtəlif istiqamətlərdə kooperativlərin yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Həmin kooperativlərin yaradılması və onların fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün isə ilkin olaraq maliyyə resursları tələb olunur. Bu baxımdan sahəyə güzəştli şərtlərlə kreditlərin verilməsi məqsədəuyğun olar.

Xarici ölkələrdə aqrar sahəyə maliyyə vəsaitlərinin cəlb edilməsinin mühüm formalarından biri də investisiya kreditləşməsidir. Əksər Avropa ölkələrində dövlət tərəfindən güzəştli investisiya kreditləri gələcək fermer təsərrüfatlarının sayını artırmaq məqsədilə gənc ailələrə verilir. Azərbaycanda da bu təcrübədən istifadə etmək olar. Fikirimizcə, böyük şəhərlərin keyfiyyətli süd məhsulları ilə təminatını yaxşılaşdırmaq məqsədilə bu cür investisiya kreditlərinin tətbiqi effektiv nəticələrin əldə edilməsinə şərait yaratmış olar. Belə ki, Bakı, Sumqayıt, Gəncə kimi şəhərlərin ətraf kəndlərindəki gənc ailələrə süd istehsalı və satışı müqabilində müxtəlif maliyyə güzəştlərinin tətbiqi süd istehsalının artımına və həmin şəhərlərin keyfiyyətli süd məhsulları ilə təminatının yaxşılaşdırılmasında əhəmiyyətli rol oynaya bilər.

Aqrar sahəyə maliyyə dəstəyinin mühüm istiqamətlərindən birini də büdcədən ayrılan subsidiyalar təşkil edir. ABŞ-da aqrar sahəyə ayrılan büdcə xərclərinin təxminən 60%-i fermerlərin gəlirlərinin sabitləşdirilməsinə yönəldilmiş məqsədli proqramların reallaşdırılmasına və az gəlirli fermerlərə yardım göstərilməsinə, 10%-i regionlarda kənd təsərrüfatının inkişafına, 5%-i elmi tədqiqatların aparılmasına, 25%-i isə kənd yerlərində əhalinin sosial təminatı və ətraf mühitin mühafizəsinə sərf edilir. Beləliklə, ABŞ-da kənd təsərrüfatına ayrılan büdcə xərclərinin 60%-dən çox hissəsi birbaşa sahənin inkişafına, burada istehsalın stimullaşdırılmasına yönəldilir. Bu baxımdan respublikamızda da analoji işlər aparılır. Buna misal olaraq son illər bir birinin ardınca həyata keçirilən iri miqyaslı Dövlət Proqramlarını göstərmək olar ki, həmin proqramlar çərçivəsində ölkədə aqrar sahənin, regionların hərtərəfli inkişafı, kənd təsərrüfatı istehsalının stimullaşdırılması istiqamətində mühüm tədbirlər həyata keçirilmiş və keçirilməkdə davam edir.

Ümumiyyətlə, bazar iqtisadiyyatının inkişaf etdiyi bütün ölkələrdə dövlət tərəfindən kənd təsərrüfatının inkişafına hər cür köməklik göstərilir. Azərbaycanda isə hələlik onun ayrı-ayrı elementlərindən istifadə olunur. Fikirimizcə, gələcəkdə bu istiqamətdə fəaliyyət daha da genişləndirilməli, kənd təsərrüfatı istehsalçılarının dəstəklənməsinin daha mütərəqqi yolları axtarılıb tapılmalıdır. Süd məhsulları bazarının tənzimlənməsi baxımından qeyd olunan məsələlər xüsusilə əhəmiyyətli olması ilə seçilir. Bu onunla bağlıdır ki, süd məhsulları tez xarab olur və onları uzun müddət saxlamaq mümkün deyildir. Buna görə də, süd məhsulları bazarının tənzimlənməsi məsələləri araşdırılarkən, bu sahəyə dövlət dəstəyinin istiqamətləri müəyyənləşdirilərkən qeyd olunan amil diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.

Süd məhsulları bazarının tənzimlənməsi məsələlərindən danışarkən mühüm əhəmiyyət kəsb edən məqamlardan biri də daxili bazarda xarici süd məhsullarının xüsusi çəkisinin hələ də yüksək olaraq qalması, onların keyfiyyəti və onlara nəzarət məsələləridir.

Qeyd olunanlardan əlavə süd məhsulları bazarının tənzimlənməsinin prioritet istiqamətlərindən biri kimi təkmilləşdirilmiş heyvandarlıq əsaslı milli resursların idarəedilməsi və istifadəsi üçün ekoloji xidmətlərin təşkili, fikirimizcə, mühüm əhəmiyyət kəsb edən məqamlardan biridir. Belə ki, Azərbaycanın heyvandarlıqla məşğul olan fermerləri ölkənin ən vacib torpaq istifadəçiləridir. Bu səbəbdən onlar ölkənin davamlılıq məqsədlərinə nail olunmasında üstün rola malikdir. Bu rol qismən az olan meşə örtüyü və otlaq sahəsi kimi istifadə olunan landşaftın sərt təbiəti və əhəmiyyətli ekoloji həssaslıq baxımından xüsusilə vacibdir. Fermerlər və naxırçılar

tərəfindən səmərəli ekoloji mühitin formalaşdırılması, otlaq sahələrinin səmərəli istifadəsi aktual problemlərdəndir. Böyük otlaq sahələrinin davamlı istifadəsi və idarəedilməsi özlüyündə su ehtiyatlarının idarə olunması üçün həmçinin münasibdir. Bu zaman münbit otlaq sahəsi və suayrıcısının səmərəli idarəedilməsi su mənbəsinin etibarlılığını və axının aşağısında əkinçiliklə məşğul olan fermerlər üçün suyun əldə olunmasının mümkünlüyünü artırır. Beynəlxalq səviyyədə təcrübə mübadiləsi və resursların cəlb edilməsi həm Azərbaycanın milli ehtiyatlarının daha davamlı istifadəsinə, həm də otlaq sahələrinin azalmasının təhlükəli səviyyəsinin və bununla əlaqədar bu sahələrdə məhsuldar potensialların zəifləməsinin qarşısının alınmasına töhfə verə bilər.

Südlük istiqamətli heyvandarlığın inkişafının təmin edilməsi və süd məhsulları bazarının daha səmərəli tənzimlənməsi baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edən məqamlardan biri də heyvandarlıqda fəvqəladə hallarla bağlı risklərin idarəedilməsi məsələsidir. Heyvanla bağlı fəvqəladə hallar həm insan sağlamlığına potensial təsir göstərən yoluxucu heyvan xəstəliklərinin, həm də təbii və antropogen səbəblərdən baş verən fəlakətlərlə əlaqədardır. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, heyvanla bağlı spesifik fəvqəladə halların idarəedilməsi strategiyalarının mövcudluğu hadisə zamanı cəld və təsirli tədbirlər görülməsi üçün hökumətin imkanlarını artırır. Bu kontekstdə xüsusilə vacib olan məsələ bütün mühüm maraqlı tərəflərin (dövlət, özəl sektorlar, və vətəndaş cəmiyyəti təşkilatları) iştirakının təmin olunmasıdır. Bu zaman böhran hallarında başlıca qabaqlayıcı tədbirlərlə yanaşı kompensasiya, maddi yardım mexanizmləri isə salınmalı və eyni zamanda sığorta təminatı diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.

Tədqiqat işinin sonunda əldə edilən nəticələr, elmi-təcrübi əhəmiyyətə malik təklif və tövsiyələr yer almışdır.

Dissertasiya işinin müddəaları, əldə edilən nəticələr, irəli sürülən təkliflər dərc olunmuş aşağıdakı məqalələrdə öz əksini tapmışdır:

1. Süd məhsulları bazarında marketinq xidmətinin təşkilati-iqtisadi mexanizminin təkmilləşdirilməsi. Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutu. Azərbaycan Respublikası əhalisinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatının iqtisadi problemlərinə həsr edilmiş praktik konfransın materialları. Bakı, 2009, s.202-203.

2. Süd məhsulları bazarının təşkili istiqamətləri. Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutunun elmi əsərləri, Bakı, 2010, №3, s.104-108.

3. Süd məhsulları bazarının tənzimlənməsinin prioritet istiqamətləri. "Azərbaycan aqrar elmi" jurnalı, Bakı, 2011, №1, s.132-135.

4. Süd məhsulları üzrə istehsal və emal müəssisələri arasında inteqrasiya əlaqələri. Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutunun elmi əsərləri. Bakı, 2011, №4, s.177-182.

5. Вопросы регулирования аграрной отрасли при вступлении Азербайджана в ВТО. Международный технико-экономический журнал. Москва, 2012, №3, стр. 13-17.

6. ərzaq bazarının formalaşmasının spesifik xüsusiyyətləri və tərkib elementləri. AMEA İqtisadiyyat İnstitutunun elmi əsərləri. Bakı, 2012, №2, s. 265-271.

7. Süd məhsulları istehsalının müasir vəziyyəti. "Kooperasiya" elmi-nəzəri jurnal. Bakı, 2012, №4 (27), s. 21-27.

8. Социальные аспекты рынка молочных продуктов, Международный научный журнал. Москва, 2013, №3, стр.59-63.

9. Ölkədə ərzaq ehtiyatlarının formalaşma xüsusiyyətləri. AMEA İqtisadiyyat İnstitutunun elmi əsərləri. Bakı, 2013, №4, s. 303-309.

Османов Фарид Тофиг оглы
Направления регулирования рынка молочных продуктов
Р Е З Ю М Е

Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованной литературы.

Во введении обоснована актуальность исследуемой проблемы, определены цели, задачи, теоретическая и методологическая база исследования, раскрыта научная новизна и практическая значимость диссертации.

В первой главе рассмотрены теоретико-методологические основы формирования рынка молочных продуктов. Здесь исследованы специфические особенности и составные элементы формирования рынка продуктов, раскрыта сущность экономических механизмов регулирования рынка молочных продуктов.

Во второй главе дана оценка современного состояния рынка молочных продуктов, анализированы экономические показатели производства молочных продуктов и деятельность рынка молочных продуктов. В этой главе также исследовано современное состояние интеграционных связей между производителями молока и перерабатывающими предприятиями.

В третьей главе определены направления организации механизма совершенствования регулирования рынка молочных продуктов. Здесь разработаны направления совершенствования механизма маркетинговых услуг на рынке молочных продуктов и определены приоритетные направления регулирования этого рынка.

В заключительной части диссертационной работы изложены выводы и предложения, полученные в результате проведенных исследований.

Osmanov Farid Tofig ogli
The directions of regulation of milk products' market
S U M M A R Y

The dissertation work consists of introduction, conclusion and suggestions and the list of used literature.

The actuality of the given problems are revealed, the goal is determined, theoretical and methodological bases of investigation, scientific novelty and practical importance have been revealed.

Theoretical and methodological problems of regulation of milk products' market is investigated in the first chapter. Moreover, the specific characteristics of food market is researched, the theoretical bases and economic mechanism of the regulation of milk products' market is investigated.

In the second chapter the current situation of milk products' market have been evaluated. Here, the economic indicators of milk production are analyzed and the activity of milk products' market is evaluated. Also, the integration relations between milk producers and milk processors have been analyzed in this chapter.

The third chapter is devoted to the problems of improvement of organizational-economic mechanism of regulation of milk products' market. Here, the directions of establishment of marketing service in milk products' market have been investigated. Also, the directions of formation of milk products' market and the priorities of its regulation have been defined.

Conclusions and suggestions, gained at the result of carried out research work have been given in the final part of the work.

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

На правах рукописи

Каğıз formatı (210x297) ¼
Каğıз №1, uçot cap vərəqi 1,0 ç.v.
sifariş № 122, tiraj 100

“Araz” poliqrafiya müəssisəsi

Rezoqrafiya üsulu ilə çap olunmuşdur
Gəncə şəhəri, Ş.Bahəddin küçəsi, 59

ОСМАНОВ ФАРИД ТОФИГ ОГЛЫ

**НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА
МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ**

5312.01 – «Отраслевая экономика»

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

Диссертации на соискание ученой степени
доктора философии по экономике

Гянджа - 2014