

UOT: 63. 33. 65.01

AZƏRBAYCANIN TAXIL VƏ TAXIL MƏHSULLARI BAZARININ MARKETİNQ TƏDQIQI

İsmayıl Mahmud oğlu Xeyirxəbərov, i.ü.f.d., dosent,

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

Tel.: (050) 491-91-77; e-mail: xeyirxeberov@list.ru

Xülasə

Məqalədə taxıl və taxıl məhsulları bazarının marketinq tədqiqi aparılmışdır. Taxıl və taxıl məhsulları üzrə xarici bazarlardan asılılıq və ölkədə ərzaqlıq buğdanın keyfiyyətinin aşağı olması marketinq problemi kimi müəyyənləşdirilmişdir. Taxıl və taxıl məhsulları bazarında müşahidə edilən bu problemlərin həlli məqsədilə elmi əsaslandırılmış təkliflər verilmişdir.

Açar sözlər: taxıl və taxıl məhsulları bazarı, bazarın marketinq tədqiqi, özünütəminat, idxaldan asılılıq, ərzaq təhlükəsizliyi.

Giriş

Uzun illərdir ki, Azərbaycanın taxıl və taxıl məhsulları bazarında problemlər yaşanır. Ölkənin beynəlxalq taxıl və taxıl məhsulları bazarından asılılıq və netto-idxalçı kimi çıxış etməsi bu bazarda problemin olmasının göstəricisidir. Azərbaycanda istehsal edilən taxılın məhsuldarlığının aşağı olması və keyfiyyət göstəricilərinin bir sıra hallarda standartlara cavab verməməsi ərzaq bazarının bu məhsul segmenti üzrə beynəlxalq bazarlardan asılılığını şərtləndirmişdir. Bu sahədə müəyyən məqsədyönlü tədbirlər həyata keçirilsə də, hələ asılılıq yüksək olaraq qalır, ona görə də həmin tədbirlərin davam etdirilməsi və ölkənin taxıl və taxıl məhsulları bazarının konyunkturundan asılı olaraq həyata keçirilən tədbirlər üzrə təshihlərin aparılması çox vacibdir. Bu istiqamətdə təsirli tədbirlərin işlənilib hazırlanması taxıl və taxıl məhsulları bazarının marketinq tədqiqini tələb edir.

Azərbaycanda taxıl və taxıl məhsulları bazarının tənzimlənməsi üzrə həyata keçirilən tədbirlər bir sıra hallarda sistemli olmamış, ona görə də həmin tədbirlərin həyata keçirilməsindən əldə edilən effekt gözləntilərdən az olmuşdur. Bu tədbirlərin effektinin artırılması üçün ilk növbədə taxıl və taxıl məhsulları bazarının marketinq tədqiqi aparılmalı və bu bazarda özünü göstərən problemlərin həllinə kompleks və sistemli yanaşma olmalıdır. Bu tədqiqatlar nəticəsində əldə olunan informasiyalar əsasında sözügedən bazarın arzu edilən inkişafını təmin etmək və ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə dair elmi əsaslandırılmış təkliflər işləyib hazırlamaq mümkündür.

Tədqiqatın metodologiyası

Tədqiqat zamanı sistem və kompleks yanaşmadan, marketinq müşahidələrindən, indeks metodundan, həmçinin səbəb-nəticə əlaqələrinin təhlilindən istifadə edilmişdir. Bazarın tədqiqi təkrar

marketing informasiyalarından (marketing tədqiqatlarının məqsədlərindən fərqli məqsədlər üzrə əvvəllər toplanılmış və nəşr edilmiş informasiyalardan) istifadə edilməklə aparılmışdır.

Taxıl və taxıl məhsulları bazarının formalaşdırılmasına marketing yanaşmanın əhəmiyyəti

Azərbaycan əhalisinin ərzaq məhsullarının qərarlaşmış istehlakında çörək və çörək məhsullarının payı çoxdur və əhali təbəqələrinin çoxunun ərzaq məhsullarının gündəlik istehlakından mənimsədiyi enerjinin daha çox hissəsi çörək və çörək məhsullarının payına düşür. Bu, yaxın gələcəkdə də belə olacaqdır, çünki uzun illər ərzində qərarlaşmış istehlak mədəniyyətinin dəyişilməsi ehtimalı, adətən, çox aşağı olur. Ona görə də əhalinin yüksək keyfiyyətli çörək və çörək məmulatlarına tələbatının dolğun ödənilməsi, eyni zamanda balanslı qidalanma baxımından bazara kifayət qədər heyvandarlıq məhsullarının təklifi taxılçılığın və taxıl məhsulları bazarının inkişafından asılıdır. Bu baxımdan taxılçılıq aqrar-ərzaq məhsulları bazarı üçün sisteməmələgətirici rola malikdir və bu sahənin inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq aqrar-ərzaq məhsulları bazarının əlaqəli seqmentlərinin (məsələn, heyvandarlıq məhsulları seqmentlərinin) inkişafı təmin edilir.

Taxıl bazarının formalaşdırılmasına marketing yanaşma olmadan bütün bazar iştirakçılarının mənafeələrinin əlaqələndirilməsinə nail olmaq mümkün deyil. Bu baxımdan bu bazarın formalaşdırılmasına marketing yanaşma bir çox iqtisadçı alimlərin əsərlərində baxılır. Bu istiqamətdə tədqiqatların birində vurğulanır: “Biz taxıl bazarına və onun taxıl məhsulu yarımkompleksinin səmərəliliyinə onların əhalinin tələbatının ödənilməsi baxımından müəyyənədicisi təsirini nəzərə almaqla marketing mövqeyindən baxırıq” [4, s.67].

İstənilən bazarın arzu edilən inkişafının təmin edilməsi həm də bu bazarın inkişaf qanunauyğunluqları haqqında bilgilər tələb edir. Bu, taxıl və taxıl məhsulları bazarına da aiddir və həmin bilgilərin əldə edilməsi marketing tədqiqatları əsasında ola bilər. Taxıl bazarında yaranmış problemlərin həllinə dair əsaslandırılmış qərar qəbulu bu bazarın marketing tədqiqi nəticəsində əldə edilən informasiyalar nəticəsində mümkündür: “Bu məsələlərin həlli daxili və xarici taxıl bazarlarının inkişaf qanunauyğunluqları haqqında bilgilər və onların tələblərinə uyğunlaşmaq bacarığı, həmçinin imkan daxilində onlarda qərarlaşmış situasiyaya təsir etməyə imkan verən instrumentarilər dəstinə sahib olma tələb edir. Buna tam həcmdə nail olma taxıl bazarının idarə edilməsinə marketing yanaşma əsasında mümkündür. Bu zaman marketing fəaliyyətinin prinsipləri və onların reallaşdırılması üsulları həm dövlət, həm də müəssisələr üçün universaldır” [5, s.33].

Taxıl bazarının formalaşdırılmasına marketing yanaşmanın əhəmiyyətini göstərməklə tanınmış rus iqtisadçı alimləri Klyukaç V.A., Altuxov A.İ., Vasyutin A.S. bazarın tənzimlənməsi üzrə tədbirlərin işlənilib hazırlanmasına marketing tədqiqatları əsasında yanaşmanın vacibliyini qeyd edirlər [5].

Taxıl və taxıl məhsulları üzrə idxaldan asılılığın və özünü təminatın tədqiqi

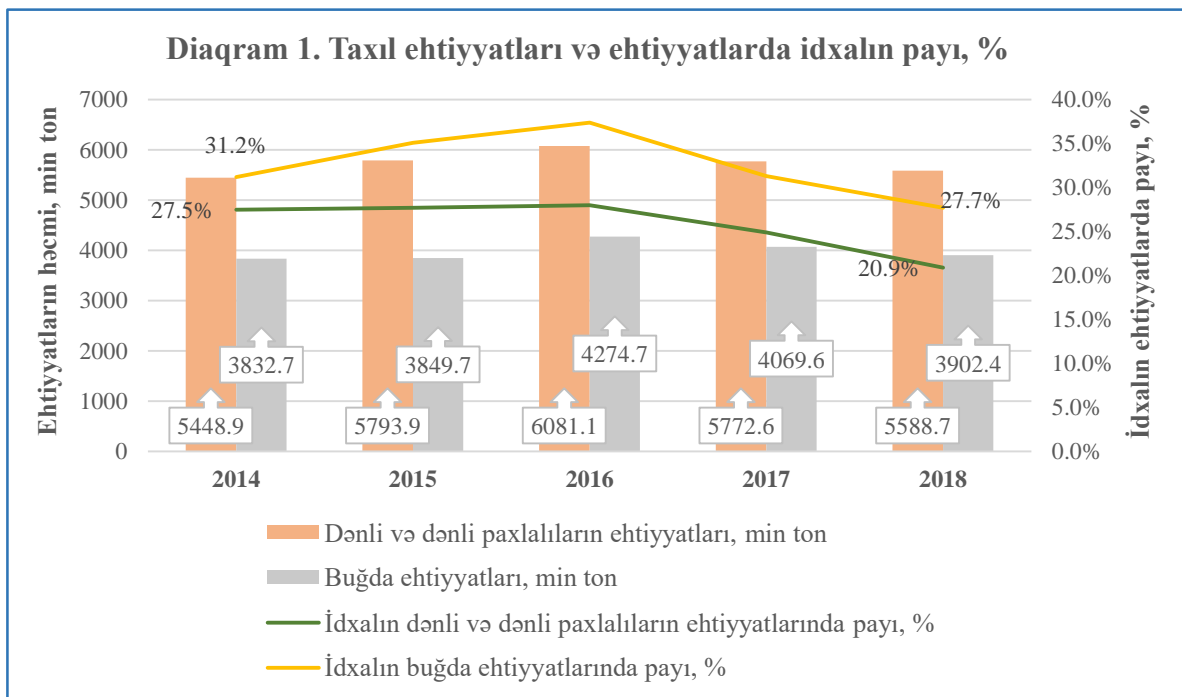
Mütəxəssislərin qənaətinə görə, aqrar-sənaye kompleksinin inkişafının 40%-i taxılçılığın inkişafı ilə bilavasitə əlaqədardır. Onların fikrincə, taxılçılığın inkişafından alınan multiplikativ effekt bütövlükdə kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatın tərkibində inkişafından alınan effektdən 1,5–2 dəfə çoxdur. Bütün bu deyilənlərlə yanaşı, taxıl həm ərzaq təhlükəsizliyinin, həm də məhsul istehsalçılarının gəlirliliyinin təmin edilməsində daha böyük paya malik strateji əhəmiyyətli məhsul hesab edilir. Bir sıra hallarda taxıl həm də dəyər ölçüsü funksiyasını yerinə yetirən məhsul kimi istifadə edilir. Bu xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla bazar iqtisadiyyatının inkişaf etdiyi ölkələrdə dövlət taxıl və taxıl məhsulları bazarında cərəyan edən prosesləri arzu edilən məcraya yönəltmək üçün həmin bazara daha

çox müdaxilə edir: “Kənd təsərrüfatı məhsulları, xammalı və ərzaq bazarları arasında taxıl bazarı həm də özünün spesifik xüsusiyyətlərilə xarakterizə edilir. Müasir şəraitdə dünyanın bütün taxıl istehsal edən ölkələrində onlardan ən başlıcası dövlətin tələb və təklifin formalaşdırılmasında daim güclənən rolu ilə bağlıdır. Bu onunla şərtlənir ki, taxıl bütün ərzaq sisteminin əsasını təşkil edir, onunla təminat dövlətin iqtisadi müstəqilliyinin mühüm göstəricisidir” [5, s.34].

Son iki onillikdə Azərbaycanda taxılçılığın inkişafında müəyyən nailiyyətlər əldə edilmişdir. Belə ki, 1995-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə taxılın əkin sahəsi 1,6 dəfə, məhsuldarlığı 2 dəfə, taxıl istehsalı isə 3,2 dəfə artmışdır. 2008-2017-ci illər ərzində isə taxılın əkin sahəsi 897,0 min hektardan 977,2 min hektara qədər, bu illər ərzində taxıl istehsalı 2502,63 min tondan 2912,06 min tona qədər, hər hektardan məhsuldarlıq isə 2,79 tondan 2,98 tona qədər artmışdır. İndeks metodu əsasında aparılan təhlil göstərir ki, qeyd edilər illər ərzində 409,43 min ton taxıl istehsalının artımının 54,65%-i (223,76 min ton) əkin sahəsinin, 45,35%-i (185,67 min ton) isə məhsuldarlığın artımı hesabına təmin edilmişdir.

Azərbaycanda istehsal edilən taxılın əhəmiyyətli hissəsi fərdi sahibkarların, ailə və ev təsərrüfatlarının payına düşür. 2013-2017-ci illər ərzində taxıl əkin sahəsinin 90,9–92,1%-i, ölkədə istehsal edilən taxılın isə 91,0–91,9%-i bu təsərrüfatların payına düşmüşdür. Taxılın qalan hissəsi isə kənd təsərrüfatı müəssisələri tərəfindən istehsal edilmişdir. Baxılan illər ərzində adambaşına taxıl istehsalı 244,8–307,4 kq arasında, buğda istehsalı isə 148,5–196,8 kq arasında dəyişmişdir.

Ölkəmizdə taxılçılığın inkişafı üzrə müəyyən nailiyyətlərə baxmayaraq, hələ də taxıl və taxıl məhsulları ehtiyatlarının tərkibində idxalın payı çoxdur və bu, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması baxımından narahatlıq doğurmaya bilməz (*Diaqram 1.*).



2014-2018-ci illər ərzində dənli və dənli-paxlalıların (çəltik daxil edilmədən) ehtiyatlarının tərkibində həmin məhsulların idxalının həcmi 20,9-27,5% arasında dəyişmişdir. Sözügedən göstəricinin səviyyəsi buğda üzrə 27,7–31,2%, düyü üzrə isə 62,9-71,3% arasında olmuşdur. Bu illər ərzində idxal olunan buğdanın həcmi 1080,9–1195,7 min ton, bu məhsulun idxalının dəyəri isə 206,0–293,9 mln. ABŞ dolları arasında tərəddüd etmişdir.

Taxıl və taxıl məhsulları üzrə idxaldan asılılıq səviyyəsinin dinamikası aşağıdakı cədvəllərin məlumatları ilə xarakterizə edilir (*Cədvəl 1.*).

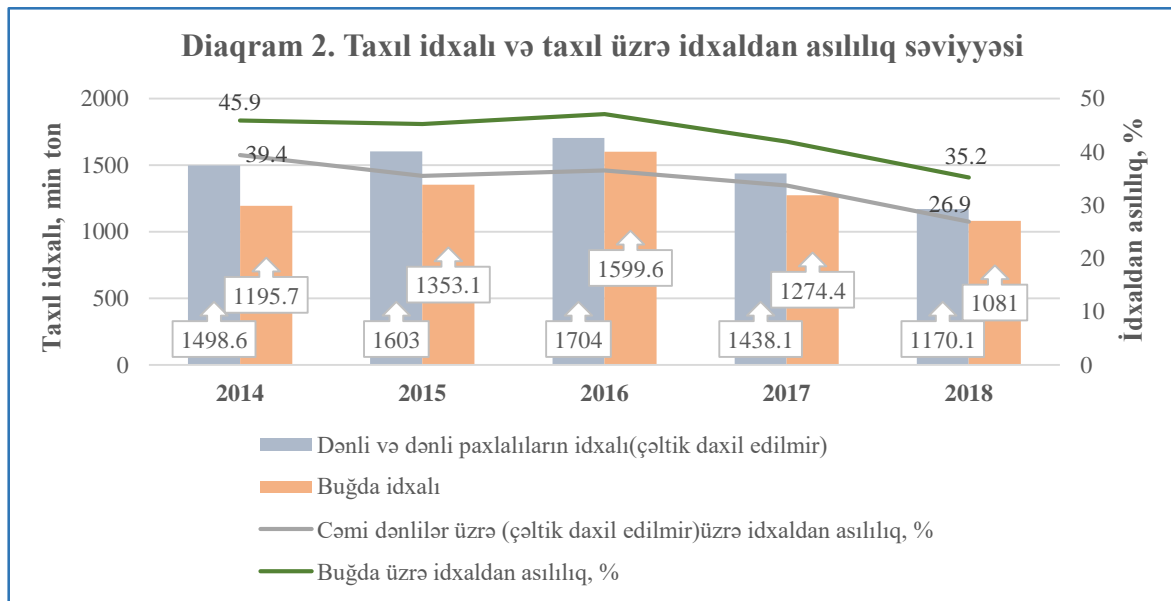
Cədvəl 1. Taxıl və taxıl məhsulları üzrə idxaldan asılılıq səviyyəsi*, %

	2014	2015	2016	2017	2018
Dənlilərin cəmi (çəltik daxil edilmir)	39,4	35,5	36,5	33,7	26,9
buğda	45,9	45,2	47,1	41,9	35,2
arpa	15,4	4,9	0,1	5,6	1,7
qarğıdalı	43,3	45,9	28,9	29,3	17,3
vələmir	37,8	6,9	14,3	9,9	11,0
sair növ dənlilər	98,9	93,7	71,8	79,6	17,7
Un (bütün növdən)	5,5	5,1	4,0	4,2	4,4
Yarmalar (bütün növdən)	81,9	82,1	83,2	71,0	73,8
Makaron məmulatları	53,4	52,1	52,8	55,6	76,0
Təmizlənmiş düyü	91,7	90,5	90,0	76,2	80,6

Mənbə: Cədvəl Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

*- $idxal / (istehsal + idxal - ixrac) * 100\%$.

Cədvəlin məlumatlarından və aşağıdakı diaqramdan görüldüyü kimi, son illər taxıl üzrə idxaldan asılılıq səviyyəsi müəyyən qədər azalmışdır (Diaqram 2.).



Hazırda taxıl bazarının idxaldan ən çox asılı seqmentləri buğda, düyü və bütün növ yarmalar seqmentidir. Birinci iki seqment üzrə məqsədyönlü tədbirlər müntəzəm olaraq davam etdirilir və bu seqmentlərdə özünü göstərən problemlərin həllindən ərzaq bazarının başqa seqmentlərində müşahidə edilən problemin həlli birbaşa asılıdır.

Ölkəmizdə taxılın satışı ilə problemlər hələ də qalmaqda davam edir. Belə ki, məsələn, hazırda taxıl istehsalçıların məhsullarının satış kanallarından biri kimi Dövlət Taxıl Fonduna tədarük çıxış edir, lakin bir sıra hallarda bu kanal üzrə məhsulların satışı mümkün olmur. Bu kanal üzrə məhsulun tədarük qiyməti (hazırda bu qiymət yüksək keyfiyyətli buğdanın hər tonu üçün 230-250 manat arasında dəyişir) istehsalçıları qane etsə də, ölkədə istehsal edilən taxılın keyfiyyət xüsusiyyətləri aşağı olduğundan həmin kanal üzrə taxılın əhəmiyyətli hissəsinin satışı çətin olur. Bu səbəbdən taxılın tədarükü ilə məşğul olan müəssisələr özlərinə lazım olan taxılın əhəmiyyətli hissəsini beynəlxalq bazarlardan alırlar. Məsələn, “Gəncə Dəyirman” son altı ildə tədarük etdiyi taxılın yalnız 15–20%-ni

yerli istehsalçılardan almışdır. Belə vəziyyətdə, yəni istehsal edilən taxılın keyfiyyət xüsusiyyətləri tələblərə cavab vermədiyi hallarda istehsal edilən məhsulun satışı mümkün olmur və istehsalçıların geniş təkrar istehsalı həyata keçirmək baxımından gözlədikləri zəruri gəlirlilik səviyyəsi təmin edilmir. Bunun köklü səbəbi qeyd etdiyimiz kimi, istehsal edilən taxılın keyfiyyəti ilə bağlıdır və bu, təsərrüfatların marketinq fəaliyyətində problemin olmasının əlamətidir.

Tədqiqat göstərir ki, 2014-cü illə müqayisədə 2018-ci ildə özünütəminat səviyyəsi bütövlükdə dənkilər üzrə 13,5 faiz bəndi, o cümlədən buğda üzrə 10,7 faiz bəndi, qarğıdalı üzrə 26,0 faiz bəndi, vələmir üzrə isə 18,5 faiz bəndi artmışdır. Bu illər ərzində bütün növ un, yarmalar və düyü üzə özünütəminat səviyyəsinin artımı müvafiq olaraq 1,1, 8,0 və 11,1 faiz bəndi təşkil etmişdir. Baxılan illər ərzində makaron məmulatları üzrə özünütəminat səviyyəsində azalma müşahidə edilmişdir və bu, 29,3 faiz bəndinə bərabər olmuşdur (*Cədvəl 2.*).

Hazırda ölkəmizin əhalisinin düyüyə olan tələbatı 40 min tondan çoxdur. Bu məhsulun mövcud əkin sahəsi və istehsal olunan məhsulun həcmi ölkə əhalisinin tələbatını ödəmək üçün çox azdır. Belə ki, 2016-cı ildə cəmi 2,5 min hektarda çəltik əkilmiş və 5,6 min ton məhsul yığılmışdır. 2017-ci ildə isə çəltiyin əkin sahəsi əvvəlki illə müqayisədə iki dəfədən çox artaraq 5,1 min hektara çatdırılmış, ölkə üzrə 15,6 min ton məhsul istehsal edilmiş və orta məhsuldarlıq 31 s/ha olmuşdur.

Cədvəl 2. Taxıl və taxıl məhsulları ilə özünütəminat səviyyəsi*, %

	2014	2015	2016	2017	2018
Dənkilərin cəmi	60,6	64,5	63,8	66,3	74,1
buğda	54,1	54,8	52,9	58,1	64,8
arpa	84,6	95,1	101,7	94,4	103,1
qarğıdalı	56,7	54,1	71,1	70,7	82,7
vələmir	62,2	93,1	85,7	90,1	89,2
sair növ dənkilər	1,1	6,3	32,0	20,4	82,3
Un (bütün növləri)	94,8	95,1	96,1	96,0	95,9
Yarmalar (bütün növləri)	18,2	17,9	17,6	29,0	26,2
Makaron məmulatları	58,0	53,2	51,1	48,0	28,7
Təmizlənmiş düyü	8,3	9,6	10,1	23,8	19,4

Mənbə: *Cədvəl Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.*

* $istehsal / (istehsal + idxal - ixrac) * 100\%$.

Ölkə üzrə təmizlənmiş düyü ehtiyatlarının əhəmiyyətli hissəsinin idxal hesabına formalaşdırılması nəzərə alınmaqla ölkə Prezidentinin 2018-ci il 9 fevral tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında çəltikçiliyin inkişafına dair 2018–2025-ci illər üçün Dövlət Proqramı” qəbul edilmişdir. Dövlət Proqramında ölkə əhalisinin düyüyə olan tələbatının dolğun ödənilməsi, idxalın əvəzlənməsi, çəltik emalı sənayesinin inkişaf etdirilməsi, kənd əhalisinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün çəltikçilik sahəsinin inkişafının stimullaşdırılması qarşıya məqsəd kimi qoyulmuşdur. Bu məqsədə nail olmaq üçün çəltik əkin sahələrinin genişləndirilməsi və çəltiyin məhsuldarlığının artırılması, çəltikçiliyin infrastruktur təminatının yaxşılaşdırılması, çəltik istehsalı və emalı sahəsində innovativ texnologiyaların tətbiqinin dəstəklənməsi, çəltik emalı müəssisələrinin yaradılmasının təşviqi, düyünün rəqabət qabiliyyətinin artırılması, bu məhsulun ixracının təşviqi və s. kimi vəzifələr müəyyənləşdirilmiş və fəaliyyət istiqamətləri dəqiqləşdirilmişdir. Proqramda 2025-ci ilə

qədar çəltiyin əkin sahəsinin 10 min hektara, məhsuldarlığın 40 s/ha-a, istehsalının həcmnin isə 40 min tona çatdırılması nəzərdə tutulur.

Azərbaycanın kənd təsərrüfatında fəaliyyət göstərən bəzi təsərrüfatlarda taxıl istehsalının səmərəliliyi kifayət qədər yüksəkdir. Belə ki, son beş il ərzində fərdi sahibkarlar təsərrüfatlarında dənli və dənli paxlalıların rentabellik səviyyəsinin ümumi meyli artma istiqamətində olmuş və bu göstəricinin səviyyəsi 24,7-83,4% arasında tərəddüd etmişdir. Rentabelliğin bu səviyyəsi təsərrüfatlarda geniş təkrar istehsalın həyata keçirilməsi üçün yetərincə əlverişli səviyyə hesab edilir və buna taxıl istehsalçılarının dövlət müdafiəsi sayəsində nail olunmuşdur.

Taxıl istehsalı ilə məşğul olan təsərrüfatlarda taxılın səmərəliliyinin yüksək səviyyədə təmin olunması onların məhsul istehsalına marağının daha da güclənməsinə və sahibkarların sərəncamlarında olan torpaq sahələrinin bu məhsulun istehsalına ayrılmasını təmin edə bilər. Bunun üçün həm də taxıl istehsalçılarının istehsal-satış fəaliyyətlərində qarşılaşdıqları problemlər həll edilməlidir.

Ölkəmizin taxıl bazarına məhsul təklifinin artımına təsir göstərən texnoloji və təşkilati-iqtisadi amillər üzrə aparılan təhlillər göstərir ki, bu sahədə müəyyən nailiyyətlər əldə edilmişdir. Belə ki, məsələn, 2012-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə taxıl əkin sahəsinin hər 1000 hektarına düşən taxılığın kombaynların sayı 1,7 ədəddən 3,5 ədədə qədər artmışdır. Hazırda taxıl yığımında istifadə edilən kombaynlar özlərinin yüksək məhsuldarlığı ilə seçilir və dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində istehsal edilən texnikalardır. Lakin taxılçılıqla məşğul olan təsərrüfatların çoxu özlərinin iqtisadi və fiziki ölçüləri baxımından kiçik olduqlarına görə həmin texnikalara sahibolma və onlardan istifadə zamanı problemlər hələ də qalır. Bütün bunlar bir sıra hallarda ölkədə istehsal edilən taxılın optimal müddətdə yığılmasına imkan vermir. Bu sahədə problemlərdən biri də taxılçılıqda istifadə edilən mövcud texnika parkında istifadə baxımından saz vəziyyətdə olmayan texnika növlərinin hələ də qalmasıdır. Uzun illərdir müşahidə edilən bu problem aradan qaldırılmalı və taxılçılığın texniki təminat səviyyəsi tələb olunan normalar səviyyəsinə qaldırılmalıdır.

Taxıl əkin sahələrinin gübrələnməsi baxımından da vəziyyət arzu edilən səviyyədə deyil. Azərbaycanda gübrə istehsalı üzrə infrastruktur özünün formalaşma dövründə olduğuna görə taxıl əkin sahələrinə verilən gübrələrin xeyli hissəsi xarici dövlətlərdən idxal edilir. 2014-cü illə müqayisədə 2018-ci ildə taxıl əkin sahəsinə 100% qidalı maddə hesabı ilə verilən gübrələrin miqdarı 23 kq-dan 86-kq-a qədər və yaxud 3,7 dəfə artmışdır. Lakin bu artıma baxmayaraq mütəxəssislərin qənaətinə görə, idxal edilən gübrələrin keyfiyyətinin yüksək olmaması səbəbindən onların taxılın məhsuldarlığının artımına təsiri çox aşağı səviyyədə olmuşdur. Ona görə də gübrə istehsalı üçün ölkəmizdə müvafiq infrastrukturun formalaşdırılması çox vacibdir və bu sahədə həyata keçirilən tədbirlərin sürətləndirilməsi taxılçılığın daha da inkişafına və taxıl əkin sahələrindən məhsuldarlığın artımına gətirib çıxara bilər.

Taxıl bazarına məhsul təklifinin artımına təsir göstərən təşkilati-iqtisadi xarakterli amillərin təhlili göstərir ki, bu aspektdə həyata keçirilən tədbirlərin də müəyyən qədər təkmilləşdirilməsinə ehtiyac var. Xüsusilə taxılın təminatlı satış kanalının formalaşdırılması bu məhsulun istehsalçılarının geniş təkrar istehsalı həyata keçirə bilmələri üçün kifayət qədər gəlirin əldə edilməsinə və deməli, bazarın inkişafına təkan verə bilər.

Nəticə

Yerli istehsal hesabına ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün ölkəmizdə taxıl istehsalının artırılmasına və onun bazar təklifinə təsir edən amillərin rolu düzgün nəzərə alınmalıdır. Bu amilləri təbii, aqrotexniki, texnoloji və təşkilati-iqtisadi amillər kimi qruplaşdırmaq olar.

Təbii amillərə yağıntının miqdarı, temperatur rejimi, taxıl bitkilərinin xəstəlikləri və zərərvericiləri, torpaq və s. aiddir.

Aqrotexniki amillərə əkin dövriyyəsi, əkin sahəsində ayrı-ayrı taxıl bitkilərinin payı, taxıl əkmə materiallarının miqdarı, rayonlaşdırılmış taxıl növlərinin əkin sahəsində payı və s. aid edilə bilər.

Texnoloji amillər kimi taxıl məhsulları istehsalçıların texnika, maşın və avadanlıqlarla təminatı, onların texniki səviyyəsi və aşınma dərəcəsi, istehsalçıların gübrələrlə və bitki mühafizə vasitələrilə təminatı və s. göstərilə bilər.

Təşkilati-iqtisadi amillərə isə taxıl məhsulları istehsalçıların bazarda gedən proseslər haqqında informasiyalandırılmasını –taxıla olan tələbat və onun gələcəkdə mümkün qiymətlərinə dair proqnoz xarakterli informasiyaların məhsul istehsalçılarına çatdırılmasını, məhsul istehsalçıları üçün taxılın səmərəli marketinq kanalının formalaşdırılmasını, taxıl istehsalçıların müdafiəsi məqsədilə həyata keçirilən tədbirlərin təkmilləşdirilməsini və s. aid etmək olar.

Yuxarıda deyilənlər nəzərə alınmaqla, ölkəmizdə keyfiyyət xüsusiyyətləri tələblərə cavab verən taxıl istehsalı haqqında ciddi düşünülməli, bu sahədə məhsul istehsalçıları maarifləndirilməli, onların daha yüksəkkeyfiyyətli taxıl istehsal etmələrinə əməli köməkliklər göstərilməlidir. Keyfiyyət xüsusiyyətləri tələblərə cavab verən və yetərli miqdarda taxıl istehsalı şəraitində bu məhsul üzrə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasından danışmaq mümkündür.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı.
2. “Azərbaycan Respublikasında çəltikçiliyin inkişafına dair 2018-2025-ci illər üçün Dövlət Proqramı”. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 9 fevral tarixli Sərəncamı.
3. “Taxıl haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2000.
4. Агропродовольственный рынок региона: теория и практика /П.Ф.Паромонов, Е.А.Егоров, Е.И.Артемова и др. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – 429 с.
5. Клюкач В.А., Алтухов А.И., Васютин А.С. Рекомендации по государственному регулированию зернового рынка Российской Федерации. – М.: 2000. – 85 с.

Phd., docent, Ismayil Mahmud oğlu Kheyirkhabarov

Azerbaijan State University of Economics (UNEC)

Marketing research of the market of grain and grain products of Azerbaijan

Summary

The article has conducted marketing research of the grain and grain products market. Dependence on foreign markets for grain and cereals and poor quality of wheat in the country has been identified as a marketing problem. Scientifically sound proposals have been given to solve these problems in the grain and grain products market.

Keywords: *grain and grain products market, market research, self-sufficiency, import dependence, food security.*

Д.ф.э.н., доцент, Хейирхабаров Исмаил Махмуд оглы

Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Маркетинговое исследование рынка зерна и зерновых продуктов Азербайджана

Резюме

Статья посвящена маркетингу рынка зерна и продуктов его переработки. Зависимость от внешних рынков для зерна и зерновых и низкого качества пшеницы в стране была определена как маркетинговая проблема. Для решения этих проблем на рынке зерна и продуктов его переработки были даны научно обоснованные рекомендации.

Ключевые слова: *зерно и зернопродукты, исследование рынка, самообеспеченность, зависимость от импорта, продовольственная безопасность.*