

UOT 338.43

*Fərid Fikrət oğlu BABAYEV*  
*i.f.d., dosent, BDU*  
*farid.babayev.bsu@gmail.com*

## AZƏRBAYCANDA QIDA SƏNAYESİNİN İNKİŞAFINDA MÖVCUD OLAN PROBLEMLƏR VƏ ONLARIN HƏLLİ YOLLARI

### *Xülasə*

**Tədqiqatın məqsədi.** Tədqiqatın əsas məqsədi hal-hazırda Azərbaycan Respublikasının qida sənayesi müəssisələrinin inkişaf vəziyyətinin qiymətləndirilməsi və əhalinin keyfiyyətli ərzaq məhsulları ilə təmin edilmə səviyyəsinin araşdırılmasından ibarətdir.

**İşin metodologiyasını** qida sənayesi və onun tərkibinə daxil olan yarım sahələr, predmetini isə qida sənayesinin inkişafında mövcud olan problemlərin aradan qaldırılması və onun dayanıqlı inkişafının təmin olunması yolları təşkil edir.

**Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti** ondan ibarətdir ki, qida sənayesi müəssisələrinin məhsul istehsalının genişləndirilməsi və keyfiyyətinin yüksəldilməsi “İnformasiya texnologiyası iqtisadiyyatının” ən qiymətli resursu olan “İnsan kapitalının” sağlamlığımızın, bilavasitə həyatımızın keyfiyyətinin yüksəldilməsinə xidmət edir.

**Tədqiqatın nəticələri.** Azərbaycanda qida sənayesində mövcud vəziyyətin yoxlanılması ilə çatışmayan hissələrin tapılıb aradan qaldırılmasıdır.

**Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi** qida sənayesi müəssisələrinin inkişaf strategiyasının öyrənilməsi, qida sənayesi müəssisələrinin inkişaf xüsusiyyətlərinin aşkar edilməsindən ibarətdir.

**Açar sözlər:** *qida sənayesi, insan kapitalı, ərzaq, istehsal, istehlak.*

### *Giriş*

Qida sənayesi sənayenin ən böyük və əsas sahələrindən biri olub, əhalini ərzaqla təmin edən tarlaları və yarım sahələri əhatə edir. Qida sənayesinə xammalın ilkin emalından əhalinin və digər sənaye sahələrinin istehlakını təmin edən və təkrar emalını təmin edən müəssisələr daxildir. Müxtəlif kənd təsərrüfatı məhsullarının ilkin və təkrar emalını həyata keçirməklə yanaşı, bu sahənin müəssisələrini digər sənaye sahələrindən fərqləndirən cəhət onların hər yerdə yerləşməsidir. Kənd təsərrüfatı qida sənayesinin xammal bazası rolunu oynamaqla yanaşı, iqtisadiyyatın sosial-iqtisadi inkişafına təkan verən əsas sahələrdən biridir. Ona görə də kənd təsərrüfatı məhsullarının çeşidi geniş olduğundan qida sənayesi və onun tərkibinə daxil olan emal sənayesinin tərkibi də mürəkkəbdir. Qida sənayesinin bir sıra diversifikasiyaları mövcuddur, biz bunu aşağıdakı kimi göstərə bilərik:

- qida məhsullarının istehsalı (qida sənayesi);
- içki istehsalı;
- tütün məmulatlarının istehsalı.

Azərbaycan Respublikasının qida sənayesi müəssisələrinin ərzaq məhsullarının istehsalı müvafiq illər üzrə aşağıdakı kimi olmuşdur. Azərbaycanın qida sənayesi müəssisələrini istifadə olunan xammal baxımından bir neçə qrupa bölmək olar. Bu qruplara zavod xammalı emalı müəssisələri - çörəkbişirmə, qənnadı məmulatları, makaron, konserv, şərəbcilik, yağ, tütün, pivə və alkoqolsuz içkilər və efir yağları sənayesi; heyvandarlıq xammalının - piy, ət və süd sənayesi məhsullarının emalı; təbii xammal çıxaran və emal edən balıq və mineral su sənayesi müəssisələri daxildir. Qida sənayesi ümumi məhsulda bitkiçilik məhsullarının 85%-ni təşkil edir. Bitki emalı məhsullarının təqribən  $\frac{3}{4}$  hissəsi meyvə-tərəvəz, konserv və şərəb sənayesi müəssisələrinin payına düşür, istehsal olunan məhsulun 90%-i, meyvə-tərəvəz konservlərinin 40%-dən çoxu ixrac olunur. İxrac potensialında böyük paya malik olan tütün istehsalı müəssisələri bütünlüklə yerli xammal əsasında işləyir. Bu sənaye müəssisələrində tütün yarpaqları fermentləşdirilərək, müxtəlif növ siqaret və

siqaretlər hazırlanaraq satışa çıxarılır. Eyni zamanda, hər il ölkədən təxminən 35-40 min ton emal olunmuş tütün yarpağı göndərilir.

Respublikamızda çay, yağ, süd, ət emalı sənayesi müəssisələri həm yerli xammala, həm də xaricdən gətirilən xammala əsaslanır. Məsələn, orta hesabla idxal olunan süd və süd məhsulları həcminin 20,9%-i Rusiya (1 tona - 34 dollar), 75,4%-i Ukraynanın (1 tona - 62 dollar) payına düşür. Böyük həcmdə xammal və idxal resurslarından asılı olmayaraq qida sənayesi müəssisələrinin imkanlarından tam istifadə olunmur ki, bu da istehsalda dayanıqlılığın artmasına, istehsalın ahəngdarlığı prinsipinin pozulmasına, istehsal müddətinin başa çatmasına səbəb olur. Respublikanın digər sənaye sahələrində olduğu kimi, qida sənayesi müəssisələrində də istehsalatda yaranan tullantılardan tam istifadə olunmur. Hesablamalar göstərir ki, məsələn, konserv sənayesində 40-45 min ton, ilkin şərab emalı müəssisələrində 150-200 min ton, süd sənayesində 150-200 min ton istifadə olunur. Onların müəssisələrində 85-90 min ton təkrar emal edilə bilən tullantılardan istifadə olunmur. Müasir dünya sənayesi ilə üzləşən və sənayeləşmə meyillərinin genişləndiyi ölkələrdə istehsal tullantısız texnologiyanın tətbiqinə əsaslanır [1].

Qida məhsulları istehsalı, qida sənayesi qida sənayesinin əsas tərkib hissəsini təşkil edir və qida sənayesi müəssisələrinin inkişafını şərtləndirən faktları aşağıdakı kimi qeyd edə bilərik:

1. Kənd təsərrüfatı: bitkiçilik və heyvandarlığın inkişafı, qida sənayesinin əsasını təşkil edən və ilkin emala əsaslanan xammal bazasının mövcud tələbatının ödənilməsi istiqamətində həyata keçirilən tədbirlərin qiymətləndirilməsi;

2. Ərzaq məhsullarının emalı: təzə məhsulların bazara hazırlanması və hazırlanmış qida məhsullarının istehsalı;

3. Marketing: ümumi məhsulların (məsələn, çörək, süd;) və yeni məhsulların reklamı, marketing kampaniyaları, qablaşdırma, ictimaiyyətlə əlaqələr və s. işlərin həyata keçirilməsi;

4. Topdan və pərakəndə satışın təşkili məqsədilə nəqliyyat və beynəlxalq logistika xidmətlərinin genişləndirilməsi və inkişafı üzrə tədbirlər. Hazırda bir çox ümumbəşəri problemlərin həlli üçün beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin və beynəlxalq əmək bölgüsünə əsaslanan ticarət əlaqələrinin inkişafı böyük əhəmiyyət kəsb edir. Lakin ərzaq məhsullarına külli miqdarda kapital xərcləyib onları xarici ölkələrdən daşımaqdan, onların yerli istehsalını təşkil etmək daha sərfəlidir.

5. Ən son texnoloji yeniliklərin istehsalata tətbiqi nəticəsində ölkənin artan tələbatını ödəmək ilə yanaşı, beynəlxalq aləmdə ixrac yönümlü siyasət aparmaqla, iqtisadi inkişafda müəyyən paya malik olmaqla, iqtisadi inkişafı stimullaşdırmaq [2].

Qida sənayesi müəssisələrinin inkişaf strategiyası onun (müəssisənin) əsas məqsədləri kompleksini və bu məqsədlərə nail olmaq üçün tədbirlərin əsaslandırılmasını əks etdirir. Müasir qloballaşma meyillərinin genişləndiyi dünyada müəssisənin əsas məqsədi ölkənin milli ərzaq fondunu formalaşdırmaq və ərzaq təhlükəsizliyini təmin etməkdir. Qlobal miqyasda ərzaq təhlükəsizliyi beynəlxalq qidadır. Buna ticarətin səmərəli təşkili və dünya ərzaq bazarında nisbətən sabit qiymətlərin formalaşması şəraitində nail olmaq mümkündür. Belə olan halda hər bir ölkə özünə lazım olan ərzaq məhsullarını xüsusi çətinlik çəkmədən idxal edə bilər. Milli ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, ilk növbədə, ölkə əhalisini lazımı miqdarda və çeşiddə ərzaq məhsulları ilə təmin etməkdən, bununla da onların fəallığını, inkişafını və sağlam həyatını təmin etməkdən ibarətdir. Milli ərzaq fondunun davamlılığının qiymətləndirilməsi və onun inkişafının kondisionerləşdirilməsi qida sənayesi sahəsində emal yönümlü strukturun geniş xüsusi çəkisindən asılıdır. Beləliklə, sənayenin inkişafı istiqamətində uzun illər iqtisadi əlaqələrin öyrənilməsi təcrübəsi göstərir ki, milli iqtisadiyyatın inkişaf istiqamətlərinin müəyyən edilməsində, əmək və digər resurslardan səmərəli istifadə olunmasında emal sənayesinin müstəsna əhəmiyyəti vardır. Qida sənayesi müəssisələrində emal yönümlü struktur əsasında bazarda idxal yönümlü məhsulların azaldılması, bazarda daxili tələbatı cavab verən çoxlu və geniş çeşiddə yerli məhsulların əldə edilməsi, istehsalda çəkilən xərclərin azaldılması, məhsulların, eləcə də qiymətlərin aşağı salınması əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi, bununla da dövlətin sosial-iqtisadi inkişafının əsas istiqaməti hesab edilən ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsidir. Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin ən sə-

mərəli yollarından biri iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə əsaslanır. Qloballaşma meyillərinin gücləndiyi müasir dünyada ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsinin qiymətləndirilməsi ərzaq məhsulları istehsalının artırılması imkanlarının genişləndirilməsinə və acliğin (ərzaq məhsulları ilə təmin edilməsinin mümkünsüzlüyünün) geniş miqyasda aradan qaldırılmasına əsaslanır. Beynəlxalq Kənd Təsərrüfatının İnkişafı Fondu (IFAD), Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Uşaq Fondu (UNICEF), Ümumdünya Ərzaq Proqramı (WFP) və Birləşmiş Millətlər Təşkilatının (BMT) Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı (ÜST) tərəfindən hazırlanmış "Dünyada qida" və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatının (FAO) təhlükəsizlik və qidalanma vəziyyəti ilə bağlı 2017-ci il hesabatına əsasən, iki il əvvəl dünyada ərzaq çatışmazlığından əziyyət çəkən insanların sayı 777 milyon idisə, keçən il bu rəqəm 815 milyona yüksəlib və istehsal olunan ərzaq məhsullarının təxminən 30%-i tullanır [2].

Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra iqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu kimi qida sənayesində də durğunluq dövrü müşahidə edilmişdir. Bunun aradan qaldırılması üçün Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən bir sıra islahatlar həyata keçirilib, mövcud qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi istiqamətində qanunvericilik aktları və sərəncamlar imzalanıb. Bunlardan ən geniş yayılanı “Taxıl haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda dəyişikliklər edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Qanununun qüvvəyə minməsi olub (İlham Əliyev, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti, Bakı, 14 iyun 2016-cı il). Əhalinin əsas qidası olan taxıl istehsalının genişləndirilməsi məqsədilə kifayət qədər suvarma suyunun olmaması, mineral və üzvi gübrələrdən səmərəli istifadə edilməməsi, xəstəlik və zərərvericilərə qarşı vaxtında və keyfiyyətli mübarizə aparılmaması, yüksək keyfiyyətli taxıl məhsullarından istifadə edilməməsi səpin üçün toxum, səpin işlərinin vaxtında aparılmaması məhsuldarlığa təsir edən əsas amillərdir [3].

Beynəlxalq dünya təcrübəsi göstərir ki, sənayeləşmə meyillərinin genişlənməsi və inkişaf mərhələləri ölkələrin gəlir səviyyəsinə uyğun olaraq dəyişir. Beləliklə, ölkənin inkişaf templəri artdıqca, onun iqtisadiyyatında qida sənayesi ilə müqayisədə aşağı texnologiyalı istehsal və əmək tutumlu sənayelər - yüngül, orta texnologiyalı istehsal sahələri üstünlük təşkil etməyə başlayır. Sənayeləşmənin ən yüksək pilləsi və dünya İEE iqtisadiyyatında müşahidə olunan texnoloji innovasiyalar, avtomatlaşdırma və mexanikləşdirmə əsasında “əl əməyinin” minimuma endirildiyi sənayelər üstünlük təşkil edir. Bu baxımdan Azərbaycanda sənayeləşmə meyilləri resurs potensialının daha çox əmək tutumlu sahələrə - qida sənayesinin bu istiqamətdə inkişafına yönəlməsinə şərait yaratmış və o, iqtisadiyyatımızın ixtisaslaşmış sənaye sahələrindən birinə çevrilmişdir. Onun əsasında meyvə-tərəvəz konservləri, çörəkbişirmə, çay istehsalı ilə yanaşı, ölkə hüduddlarından kənar da böyük tələbat olan və geniş ixrac potensialına malik şərab, tütün və mineral suların istehsalı və ixracı dayanır. Şərabçılıq müəssisələri ümumi sayına görə qida sənayesi müəssisələrinin ən böyük sahələrindən biridir. Bu müəssisələrin yerləşdirilməsi prinsipləri əsasən üzüm əkilən rayonlarda, son məhsulun emalı müəssisələri isə iri şəhərlərdə (Bakı, Gəncə, Naxçıvan, Şəmkir və s.) yerləşir. Azərbaycanın şərab zavodlarında 60-dan çox şərab, o cümlədən 17 növ turş şərab (“Bayan”, “Əlşərab”, “Mədrəsə”, “Şəmxor”), 20 növ tünd desert şərabı (“Ağstafa”, “Mil”, “Göytəpə”, “Qarabağ”, “Şahbuz”, “Azərbaycan”) və konyaklar istehsal edirdilər [7].

1991-ci ilə qədər respublikamızın statistik göstəricilərinə görə ixrac potensialına malik məhsullarımız əsasən Rusiya Federasiyasının və digər postsovet ölkələrinin bazarlarına çıxarılırdı. Lakin müstəqilliyin ilk illərində bu satış bazarlarının itirilməsi iqtisadiyyatımızın tənəzzülünə və durğunluğuna gətirib çıxardı. Son illər ölkədə yerli və xarici şirkətlərlə birgə fəaliyyət göstərən çoxsaylı qida sənayesi müəssisələri yaradılıb. Bu baxımdan dünya bazarında məhsullarına tələbat olan və geniş ixrac potensialına malik “Azərsun Holding”, “Şampan şərabları”, “Caspian” dünya bazarında tələbatdır. Balıq”, “Avropa-Tütün-Bakı”, “Qəbələ fındıq emalı”, “Dəvəçi broyler”, “Az-Qranata” və s. müəssisələri göstərmək olar. Hesablamalar göstərir ki, bir sıra bitkilər (tütün, şəkər, çuğundur və s.) böyük ixrac potensialına malikdir, ona görə də 1 hektardan əldə edilən gəlir digər bitkilərlə müqayisədə bu bitkilər üçün daha yüksəkdir [4].

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, il ərzində ixrac olunmuş məhsulların ümumi

həcmində qida sənayesi məhsulları, tütүн məmulatları -13,2; bitki yağı -2,9; çay - 3,14; meyvə və tərəvəz konservləri - 3,4; alkoqollu içkilər 3,9 milyon ABŞ dolları təşkil edir.

Azərbaycanda ərzaq məhsullarının idxalında mühüm yerlərdən birini bitki yağları tutur. Bununla belə, ölkəmizdə neft bitkilərinin və qida emalı sənayesi müəssisələrinin becərilməsi üçün potensial coğrafi mühit olmasına baxmayaraq, bu məhsulun idxalına ildə təxminən 13 milyon dollar vəsait xərclənir [10].

İqtisadiyyatın müxtəlif sahələri istehsal etdikləri məhsulların texniki göstəricilərinə və müxtəlif alıcı qruplarının tələblərinə cavab verdiyinə görə onların inkişaf strategiyaları, qaydaları və üsulları bir-birindən fərqlənir. Araşdırmalar göstərir ki, hər bir sahədə inkişaf parametrləri müxtəlif səviyyələri əhatə edir. Məlumdur ki, hər bir müəssisə, istehsalçının inkişaf strategiyasının məqsədi tələbata uyğun keyfiyyətli məhsul istehsal etməkdir. Bu amilə diqqət yetirilməməsi və bu amil üzrə inkişafın prioritetinin müəyyən edilməməsi müəssisənin mövqeyini zəiflədə bilər. İnkişaf strategiyasının düzgün müəyyən edilməsi hazırkı mərhələdə böyük əhəmiyyət kəsb edir. İnkişaf strategiyasının düzgün seçilməsi nəticədə sonuncudur, məhsulun istehsal həcminin artmasına, artıma səbəb olur [8].

İnkişaf strategiyaları müəssisənin inkişafının müxtəlif mərhələlərində istehsal müxtəlif dərəcədə nüfuz edir. Bazara yeni daxil olmuş müəssisə inkişaf strategiyası kimi ilk növbədə istehsal miqyasının (həcmnin) azaldılması strategiyasına əməl etməlidir. Məlumdur ki, bazara yenidən qədəm qoyan müəssisə digər rəqiblərlə qarşılaşır və bu zaman o, öz rəqiblərindən fərqlənmək üçün istehsal həcmi artırmaq və məhsulun qiymətini aşağı salmaq siyasətini həyata keçirir. Lakin bazarda yetkin müəssisələr reklam xərclərini artırmaq və qiymətləri aşağı salmaqla bu alıcıların tələblərini cəlb edir. Məhz buna görə də yeni müəssisə bazarda öz alıcılarını tapmaq üçün məhsul artıqlığı yaratmır. İstehsalın həcmnin azaldılması strategiyasına əməl etməlidir. İnkişaf tendensiyasının əsas mərhələsi elmi-texniki innovasiyaların istehsalata tətbiqi mərhələsidir ki, bu da iqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu kimi, qida müəssisələrində də bir sıra problemlərlə üzləşir. Bu, ilk növbədə, alınan avadanlıqlara külli miqdarda maliyyə vəsaitinin xərclənməsi ilə nəticələnir. İstehsal olunan məhsulun daxili bazarda qiymətinin yüksək olması bu növ məhsulun istehsalında istifadə olunan avadanlıqların “ikinci əl” olduğunu nəzərə alsaq, ölkə əhalisinin tələblərinə, məhsulun keyfiyyət normalarına cavab verməyə bilər. Özəl investisiyaların əksəriyyəti xarici investorların hesabına ödənilir ki, bu da maliyyə itkilərini minimuma endirməyə imkan verir. İstənilən təsərrüfat müəssisəsi üçün inkişaf strategiyası müəyyən edilərkən sahə üzrə mövcud müəssisələrin inkişaf yolu təcrübələrinin monitorinqi mühüm rol oynayır. Dünya təcrübəsində iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin inkişaf yolu İEO-lar tərəfindən prioritet yol kimi qiymətləndirilir. Müəssisənin inkişaf strategiyası hazırlanarkən istehlakçının alıcılıq qabiliyyəti bazarın hərəkətverici qüvvəsidir. Müəssisənin məhsul çeşidi genişləndirilməlidir. Bu proses uzunmüddətli və kifayət qədər istehsal xərcləri və maliyyə resursları tələb etməsinə baxmayaraq, uzunmüddətli perspektivdə sərfəlidir [5].

Düzgün inkişaf strategiyasının seçilməsi həmişə inkişafa aparın yol deyil, çünki hər bir müəssisə daxili bazarda digər müəssisələrin və dövlətin yaratdığı maneələrlə üzləşir. Bunlara daxildir:

1. Bazara daxil olmaq üçün maneələr. Yeni müəssisə bir sıra problemlərlə bazara daxil olduqda, topdan və pərakəndə satıcılar yeni məhsul haqqında alıcılarda mənfi rəy formalaşdırırlar. Müəyyən bir dövrdə müəssisənin gəliri az olsa belə, o, yalnız istehsal xərclərini ödəyə bilər.

2. Tənzimləyici orqanların davranışları. Yeni müəssisə bazara daxil olduqda, istehsal etdiyi məhsulun lisenziya və icazə sistemi ilə üzləşə bilər.

3. Tarif və qeyri-tarif məhdudiyətləri. Qida sahəsində mövcud olan qida sənayesi məhsullarının istehsalı üçün bazara daxil olmağa çalışan istənilən xarici müəssisə müəyyən tarif məhdudiyətləri ilə üzləşir ki, bu da iqtisadiyyatın qorunmasına xidmət edir [7].

### **Qida sənayesi müəssisələrinin inkişaf şərtləri və amilləri**

Qlobal bazarların və bütövlükdə ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadiyyatının yaxınlaşması iqtisadiyyatın və onun ayrı-ayrı sahələrinin, xüsusilə də ən kiçik mikroiqtisadi subyektin inkişafını şərtləndirən

amillərin öyrənilməsinə tələb edir. Müasir dünya təcrübəsi göstərir ki, qloballaşma meyillərinin genişlənməsi ölkələr arasında mövcud əlaqələrin genişlənməsi ilə yanaşı, öz resurslarından istifadə etməklə dünya bazarı üçün maddi məhsulların istehsalına şərait yaradır ki, bu da bu ölkənin daxili iqtisadi inkişafına təkan verir. Ölkə daxilində ərzaq təhlükəsizliyini təmin edən ərzaq proqramlarının uğurla həyata keçirilməsi kənd təsərrüfatı məhsullarını emal edən qida sənayesi sahələrinin daha sürətli inkişafını tələb edir. Daxili və xarici mühit amilləri onun inkişafına birbaşa və dolaylı təsir göstərir.

Qida sənayesi müəssisələrinin inkişafını şərtləndirən amillər qrupuna aşağıdakıları aid edə bilərik:

- qida sənayesinin inkişafına bilavasitə şərait yaradan iqlim və topoqrafiya faktoru;
- geniş və müxtəlif xammal bazasının mövcudluğu amili;
- ənənəvi sənaye müəssisələrinin və infrastrukturun mövcudluğu faktoru;
- qida sənayesi ilə bağlı sənaye infrastrukturunun (kənd təsərrüfatı, enerji, mühəndislik) mövcudluğu.

Müasir dünyada kəskin rəqabəti nəzərə alsaq, istehsalın həcmi və ya keyfiyyətli məhsul istehsalının həcmi həmişə müsbət nəticələrə və inkişafa səbəb olmaya bilər. Bunun üçün xarici bazar mühiti hərtərəfli öyrənilməlidir. Ərzaq məhsulları bazara çıxarılmazdan əvvəl ilk növbədə aşağıdakı tədqiqatlar aparılmalıdır:

1. Potensial əmtəə məhsuluna bazar tələbinin öyrənilməsi və onun iqtisadi səmərəliliyinin müəyyən edilməsi.

2. Bazar öyrənilərsə, tələb görməyən müəssisənin istehsal nomenklaturasının azaldılması, digər rəqabətqabiliyyətli məhsul çeşidinin istehsal həcmində artırılması - bazarda baş verən “dalğayabənzər” dəyişikliklərə çevik təhlillə cavab verilməsi.

3. Alıcıların tələbləri nəzərə alınmaqla istehsal olunan məhsulun istehlakçılara uyğunlaşdırılması.

Marketing tədqiqatlarının aparılması müəssisənin inkişafını təmin edən mühüm şərtlərdən biridir. Çünki bazarın öyrənilməməsi son nəticədə artıq istehsala gətirib çıxarır və mənfəətlə deyil, uğursuzluq və iflasla nəticələnə bilər [5].

Marketing tədqiqatına aşağıdakılar daxildir:

1. Daxili bazarların, yəni müəssisə səviyyəsində yerli səviyyədə xarici mühitin təhlili; ölkə səviyyəsində beynəlxalq bazarların təhlili;

2. Bazarın və inkişafın əsas hərəkətverici qüvvəsi olan istehlakçıların, alıcıların ehtiyaclarının hərtərəfli öyrənilməsi;

3. Uzunmüddətli və qısamüddətli dövrdə məhsul istehsalının təşkilinin planlaşdırılması;

4. Məhsulun satış strategiyasının işlənilib hazırlanması, onun satışının həyata keçirilməsi və real satış kanallarının tapılması;

5. İstehsal olunan məhsulun qiymət strategiyasının düzgün işlənməsi və s. Azərbaycanda qida sənayesinin inkişafına bu sahədə mövcud olan resursların çoxluğu və tarixi infrastruktur kimi amillər təsir edir [6].

Müəssisənin inkişafına təsir edən bu amilləri 3 böyük qrupda ümumiləşdirə bilərik:

- 1) Təbii ehtiyatların mövcudluğu faktoru;
- 2) İnsan faktoru;
- 3) İnstitusional amil.

Təbii ehtiyatların mövcudluğuna əsaslanan bir sıra qida sənayesi müəssisələri mövcuddur ki, onları bazar iqtisadiyyatı şəraitində öyrənmək və həll etmək mümkündür. Taxıl məhsullarının strateji əhəmiyyəti və əhalinin ərzaq rasionunda böyük payı olması səbəbindən ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində onların istehsalına həmişə böyük yer verilmişdir. Beləliklə, Azərbaycanın taxılçılıqda 7 min ildən artıq təcrübəsi var. Taxılçılıq respublikanın ən böyük və ənənəvi sahələrindən biridir. Azərbaycanda taxıl bitkilərindən buğda, arpa və düyü, qarğıdalı, darı və s. əkilib becərilir. Azərbaycanın düz relyefi, iqlimi və əlverişli suvarma şəbəkəsinin olması bu bitkilərin

becərilməsinə təkan verir. Hökumətin həyata keçirdiyi tənzimləmə siyasəti nəticəsində iqtisadi sabitliyə nail olunub. Lakin taxıl məhsullarının tədarükünün bir hissəsi idxala əsaslanır və bu asılılığın azaldılması dövlətin iqtisadi inkişaf strategiyasında prioritet istiqamətlərdən biri olmalıdır [11].

Elmi-texniki tərəqqinin innovativ inkişafının istehsalata tətbiqi məhsulun maya dəyərinin əsasını təşkil edən material və əmək tutumunun azaldılmasına xidmət edir. Qloballaşan dünyada bütün bu inkişaf meyillərindən kənar qalmağın ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının geriləməsi ilə nəticələnməyə bilər. Bu inkişaf meyillərindən geri qalmamağın dövlətin əsas prioritetlərindən biridir. İnkişaf konsepsiyaları istiqamətində qəbul edilən dövlət proqramları və normativ-hüquqi aktlar öz müsbət təsirini göstərir [9].

### *Nəticə*

Azərbaycan Respublikasında davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsi və eyni zamanda ölkə vətəndaşlarının sosial-iqtisadi vəziyyətinin yaxşılaşdırılması prinsipial (perspektiv) aspekt kimi qəbul edilmişdir. Bu müddəa bilavasitə iqtisadiyyatın və sənayenin birgə inkişafına əsaslanır. Sənaye iqtisadiyyatın ən böyük sektoru olmaqla yanaşı, istehsal və istehlak sektorlarını birləşdirir. Sənayenin inkişafı istiqamətində həyata keçirilən iqtisadi inkişaf tədbirləri əhalinin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə və Azərbaycanın digər ölkələrdən ərzaq (ərzaq) asılılığının azaldılmasına əsaslanır. İqtisadiyyatın inkişafı onun ən geniş sahələrindən biridir. Sənaye qida sənayesi və kənd təsərrüfatının (ASK) qarşılıqlı əlaqələndirilmiş inkişafına əsaslanır. Mövzunun müasir dövr üçün aktual olduğunu nəzərə alaraq, məqalədə qida sənayesi müəssisələrinin mövcud vəziyyəti, müasir dövrün qabaqcıl tələblərinə uyğun olaraq qida sənayesi müəssisələrinin elektronlaşdırılması və avtomatlaşdırılması, qloballaşmadan bəhs edilir. Azərbaycanda qida sənayesinin inkişaf problemlərinin müqayisəli təhlili və tədqiqi məsələləri öz əksini tapmışdır.

### **ƏDƏBİYYAT**

1. “Müəssisələr haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı şəhəri, 1 iyul 1994-cü il.
2. “İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı şəhəri, 19 sentyabr 1995-ci il.
3. “Qida məhsulları haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı şəhəri, 18 noyabr 1999-cu il, № 759-IQ.
4. “Taxıl haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı şəhəri, 16 iyun 2000-ci il.
5. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2004-2008-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”, Bakı şəhəri, 11 fevral 2004-cü il № 24.
6. 2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı, 2008-ci il 25 avqust.
7. “2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında yoxsulluğun azaldılması və davamlı inkişaf Dövlət Proqramı” Bakı şəhəri, 15 sentyabr 2008-ci il № 3043.
8. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2009-2013-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”, Bakı şəhəri, 14 aprel 2009-cu il. № 80.
9. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası, Bakı şəhəri, 29 dekabr 2012 .
10. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”, Bakı şəhəri 27 fevral 2014-cü il, № 118 .
11. Hüseynov T.Ə. Sənayenin iqtisadiyyatı. Bakı, 2000.

*Фарид Фикрет оглы Бабаев  
Кандидат наук, доцент, БГУ  
farid.babayev.bsu@gmail.com*

## Проблемы развития пищевой промышленности Азербайджана и их решение

### *Резюме*

**Цель исследования** Основной целью исследования является оценка состояния развития предприятий пищевой промышленности Азербайджанской Республики и обеспечение населения качественными продуктами питания.

**Методология работы** состоит из пищевой промышленности и ее подотраслей. Предпосылкой исследования является устранение существующих проблем в развитии пищевой промышленности и обеспечение ее устойчивого развития.

**Прикладная значимость исследования** заключается в том, что расширение производства предприятий пищевой промышленности и повышение их качества напрямую служит повышению качества нашей жизни, здоровья «Человеческого капитала», ценнейшего ресурса «Экономики информационных технологий».

**Результаты исследования** заключаются в поиске и устранении недостающих деталей путем проверки текущей ситуации в пищевой промышленности Азербайджана.

**Оригинальность и научная новизна исследования** заключается в том, что это изучение стратегии развития предприятий пищевой промышленности и выявление особенностей развития предприятий пищевой промышленности.

**Ключевые слова:** *пищевая промышленность, человеческий капитал, продукты питания, производство, потребление.*

*Farid Fikrat Babayev  
PhD, associate professor, BSU  
farid.babayev.bsu@gmail.com*

## Problems in the development of the food industry in Azerbaijan and their solutions

### *Summary*

**The purpose of the study.** The main purpose of the study is to assess the state of development of the food industry enterprises of the Republic of Azerbaijan and to provide the population with quality food products.

**The methodology of the work** consists of the food industry and its sub-fields. The premise of the research is to eliminate the existing problems in the development of the food industry and ensure its sustainable development.

**The applied importance of the research** is that expanding the production of food industry enterprises and improving their quality directly serves to improve the quality of our life, the health of "Human capital", the most valuable resource of the "Information technology economy".

**The results of the research** are finding and eliminating the missing parts by checking the current situation in the food industry in Azerbaijan.

**The originality and scientific innovation of the research** is that it is the study of the development strategy of the food industry enterprises and the discovery of the development characteristics of the food industry enterprises.

**Keywords:** *food industry, human capital, food sector, food, production, consumption*