



Mehriban Rövşən qızı Hüseynova

UOT: 338.658; JEL: M48.

Yeyinti məhsulları istehsalçılarının maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasında qiymət mexanizminin təkmilləşdirilməsi

Xülasə

Dövlətin qiymət siyasəti və onun fəaliyyət mexanizmi sosial - iqtisadi problemlərin kompleks şəkildə həll edilməsində çox mühüm rola malikdir. Çünki qiymət iqtisadi və sosial proseslərin tənzimlənməsinin çox mühüm vasitələrindən biridir. Həyata keçirilən tənzimlənmə isə xeyli dərəcədə qiymət mexanizminin hazırlanması və onun səviyyəsinin elmi cəhətdən əsaslanmasından asılıdır. Bazar hərəkətinin əsas istiqaməti qiymətdir. Qiymət əmtəələrin, məhsulların və xidmətlərin dəyərinin pul formasını özündə ifadə edir. Həm istehsal məsrəfinin ödənilməsi, həm də müəssisənin gəliri qiymətdən bilavasitə asılıdır. O resursların konkret istehsala istiqamətləndirilməsini tənzimləyir. Qiymət siyasəti müstəqil, suveren Azərbaycan Respublikasının ən ümdə iqtisadi və siyasi problemidir. Bu problem bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə, iqtisadi vasitələrin daha geniş istifadə olunduğu müasir dövrdə xüsusi aktualıq kəsb edir.

Açar sözlər: *qiymət mexanizmi, tələb təklif anlayışı, istehsal xərcləri, ixrac potensialı, rəqabət qabiliyyəti*

Giriş

Qiymətin müxtəlif vəzifələrin yerinə yetirdiyini nəzərə alsaq, onun istehsalçıların maliyyə vəziyyətinə nə dərəcədə təsir etdiyini müşahidə edərdik. Əvvəla, qiymət stimullaşdırıcı xarakterə malikdir. Odur ki, qiymət sistemi elə hazırlanmalıdır ki, istehlakçının mənafeyinə toxunmadan, istehsalçıda güclü stimula yaratsın, onu istehsalın qiymətləndirilməsinə və iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə həvəsləndirsin. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində bu məsələ daim diqqət mərkəzində saxlanmalı, qiymət sistemi zaman keçdikcə real vəziyyətə nəzərə alınmaqla, bazar münasibətlərinə uyğun olaraq inkişaf etdirilməli və təkmilləşdirilməlidir. Bazar iqtisadiyyatının ən əsas atributlarından biri olan tələb, insanların bu və ya digər məhsula olan tələbatı ilə bilavasitə əlaqədardır. Bütün bunlara baxmayaraq tələb və təklifi eyniləşdirmək olmaz. Çünki, insanların tələbatının məhdud olmadığını nəzərə alsaq, tələb isə kəmiyyət məhdudluğuna malik olduğu məlum olur. Başqa sözlə, fikrimizi sadələşdirsək, tələbin tədiyyə qabiliyyətli tələbatı ödəməsi başa düşülür. Tələbə qiymət və qeyri - qiymət amilləri təsir göstərir. Qeyri-qiymət amilləri dedikdə, bazarda bir-birinə əvəz edən və ya tamamlayan məhsulların mövcudluğu, istehlakçıların sayı, zövqlərin müxtəlifliyi, gəlirləri və s. başa düşülür. Lakin sübut olunmuşdur ki, tələbə təsir edən amillər içərisində əmtəələrin qiymətləri xüsusi yer tutur. Bu əsasən tələbin əhalinin gəlirlərinin səviyyəsindən bilavasitə asılı olması ilə əlaqədardır. Qiymətlərdən başqa tələbin dəyişməsinə təsir edən digər amillərin dəyişməz qalması şərti ilə tələbi təhlil edərkən, əmtəənin bazar qiyməti ilə ona tələb arasındakı aşağıdakı asılılıq olacaqdır.

Aqrar sahənin yeyinti sənaye məhsullarının qiymətinə təsir istiqamətləri

Tanınmış iqtisadçı alimlərin əldə etdiyi nəticələri və yeyinti sənaye sahələrinin istehsal etdikləri məhsulların kənd təsərrüfatı məhsulların qiymətindən bilavasitə asılılığını nəzərə alsaq, bu sahədə qiymət qoyma və onun çevik şəkildə tənzimlənməsi vacib məsələlərdən biridir. Bir çox bazar münasibətləri şəraitində inkişaf etmiş xarici ölkələrinin təcrübəsinə əsaslanaraq, belə nəticəyə gəlmiş olarıq ki, yeyinti sənayesi məhsulları qiymətlərinin dövlət



tərəfindən tənzimlənməsində məqsəd, ölkənin strateji maraqlarının bazar konyukturundakı dəyişikliklərdən asılılığının və istehlakçıların münasib qiymətlərlə ərzaq məhsulları əldə etmələrinin stimullaşdırılmasıdır. Bu məqsədlə dövlət yeyinti sənayesi məhsullarının qiymətlərini tənzimləyərkən müəyyən prinsiplərin həyata keçirilməsinə çalışmalıdır:

- ▶ ölkənin ərzaq bazarının xarici rəqabətdən qorunması və bu sahədə ölkənin milli maraqlarının təmin olunması;
- ▶ yeyinti sənayesində istehsalın davamlı xarakter daşmasının stimullaşdırılması;
- ▶ məhsul vahidinin istehsalına sərf olunana xərclərin azaldılmasına nail olmaqla maya dəyərini aşağı salmaq və istehlakçının sərfəli qiymətə yeyinti sənayesi məhsullarını satın ala bilməsinin təmin olunması.

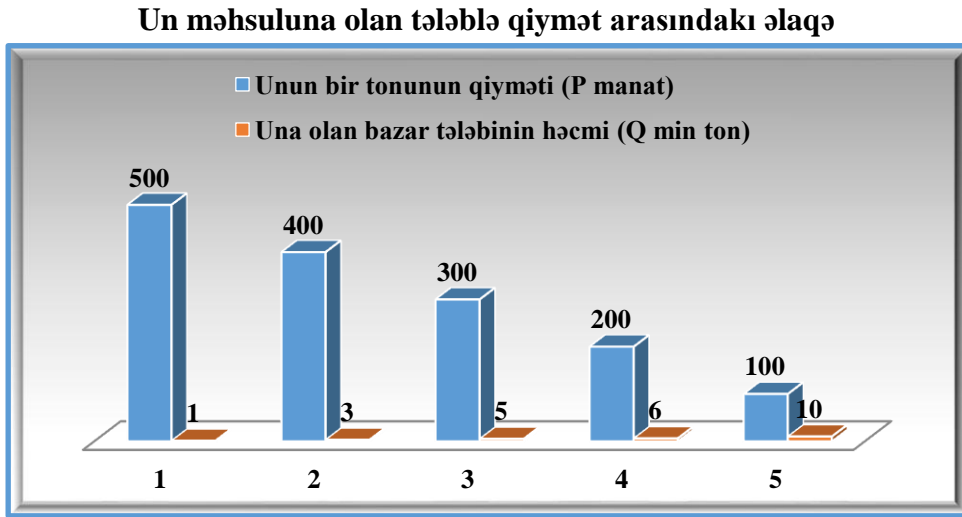
Hazırda ölkəmizdə yeyinti sənayesi məhsullarının maya dəyərinin yarısından çoxunu maddi-texniki resurslara çəkilən xərclər təşkil edir. Bunun əsas səbələrindən biri həmin maddi-texniki resursların çox hissəsinin xarici ölkələrdən satın alınmasıdır. Bu isə sənaye və kənd təsərrüfatı məhsulları qiymətləri arasındakı “qeyri-rentabelliyn” də meydana gəlməsi səbələrindən biridir. Odur ki, həmin məhsulların ölkədə istehsalını təşkil etməklə, sənaye və kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətlərindəki paritetliyin (bərabərliyin) təmin edilməsi mümkündür. İqtisadçı alim V.M.Niftullayevə görə, “Aqrar sahə məhsullarının qiymətləri sənaye və kənd təsərrüfatı üçün eyni prinsiplər əsasında müəyyənləşdirilir. Bununla belə kənd təsərrüfatı məhsullarına qiymət qoyulmasında bəzi səciyyəvi xüsusiyyətləri vardır ki, bu da həmin sahənin spesifikliyindən irəli gəlir. Kənd təsərrüfatında sənayeyə nisbətən iki məhsuldar qüvvənin (təbii və ictimai) fəal qarşılıqlı fəaliyyəti qırılmaz vəhdətdə olur. Təbii məhsuldar qüvvənin müxtəlif intensivliyi özündən eyni əmək xərcləri nəticəsində əmtəənin fərdi istehsal dəyəri həmin şəraitin pis olduğu yerlərdə daha yüksək olur. [7, s.206]. Hazırda ölkəmizdə yetişdirilən meyvə tərəvəz məhsullarının çoxunun dünyada analoqu yoxdur və ekoloji cəhətdən meyvə-tərəvəz konservlərinin emalını artırmaqla dünya bazarında layiqli yer tutmaq mümkündür [5, s.141].

Müasir şəraitdə yeyinti sənayesi məhsulları qiymətlərinin formalaşmasına aşağıdakı çoxsaylı amillərin təsiri vardır: məhsullara olan tələb və təklifin səviyyəsi; məhsulların daşınması şərtləri və nəqliyyat; xərclərinin həcmi; məhsul vahidinin maya dəyəri; bazarın inhisarlaşdırılması səviyyəsi; bazar strukturlarının mövcud vəziyyəti; istehsal olunan məhsulların keyfiyyəti və qidalılığı; respublikada mövcud rəqabət mühiti; xarici bazarlarda qiymətlərin mövcud səviyyəsi. Buradan belə nəticədə əldə olunur ki, bazar konyukturunun dəyişməsinə çoxsaylı amillərin təsiri vardır ki, bunların içərisində də tələb və təklif xüsusi yer tutur. Çünki tələb və təklif malların qiymətinə, qiymətlər isə öz növbəsində tələb və təklifə təsir göstərir. Qiymətlər nə qədər yüksək olarsa, həmin məhsulu istehlak edənlərin sayı bir o qədər az, əksinə qiymətlər nə qədər aşağı olarsa, həmin məhsulların alıcıları da bir o qədər çox olar. Tələblə qiymət arasındakı qarşılıqlı əlaqəni şərti misalla izah etsək, görərik ki, hər hansı bir sahənin tələbat məhsulları ay ərzində satılmış bir tonunun qiyməti ilə ona tələb arasındakı nisbətə müəyyən edilir. Əsas ərzaq məhsulu olan un məhsuluna - tələblə qiymət arasındakı əlaqəni nəzərdən keçirsək, ay ərzində onun bir tonunun qiyməti ilə ona tələb arasındakı asılılıq aşağıdakı kimi olacaqdır (diaqram 1). Nəzərə alsaq ki, məhsulu istehsalçılar yaradır və onu istehlakçılara təklif edirlər, onda təhlil zamanı yalnız tələbin mahiyyəti və ona təsir edən amilləri deyil, həm də təklifin mahiyyəti və ona təsir edən amilləri də nəzərdən keçirmək lazımdır. Bu da əsasən bazar iqtisadiyyatının tələb və təklif iqtisadiyyatı adlandırılmasından irəli gəlir. Təklif adətən istehsal olunan məhsula qoyulan qiymətin sərfəli olması baxımından nəzərdən keçirilir. Hər bir istehsalçını istehsala başlamazdan əvvəl, mənfəət əldə etmək üçün qoyduğu xərcin ödənilməsi məsələsi düşündürür. İstehsalçılar



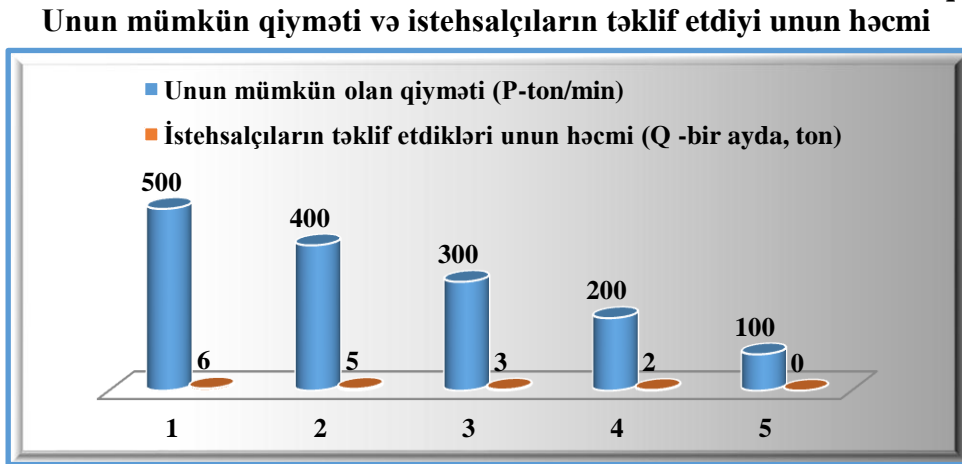
məqsədinə nail olmaq üçün bazara çıxardığı əmtəələrə ən yüksək qiymət qoymağa cəhd göstərir. Deməli, qiymətlərin yüksək olması, istehsalçıları bazara daha çox məhsul çıxarmağa sövq edir, yəni təklifin artmasına səbəb olur. Göründüyü kimi, istehsalçıların təklif etdiyi məhsulun həcmi qiymətlərin səviyyəsindən asılı olur. Beləliklə, digər şərtlər sabit qalmaqla qiymətlər nə qədər yüksək olarsa, məhsul üzrə təklif də bir o qədər yüksək, əksinə olduqda isə bir o qədər aşağı olacaqdır.

Diagram 1.



Yuxarıdakı qaydada, təklif əyrisini də qrafiki olaraq təsvir etmək olar. Fərz edək ki, un dəyirmanı bazarda öz ununu satmaq istəyir. Təklifin səviyyəsinə təsir göstərən bütün digər amillər nəzərə alınmaqla müxtəlif qiymətlərlə un üzrə təklifin həcmi aşkara çıxaraq. Bunun üçün aşağıdakı cədvəldə verilmiş şərti məlumatlardan istifadə edək.

Diagram 2.



Tələb anlayışı kimi, təklif anlayışı da həm keyfiyyət göstəricilərinə görə, həm də kəmiyyətə görə nəzərdən keçirilir. Ümumiyyətlə, təklifin mahiyyətini aydınlaşdırarkən “təklifin həcmi” və “təklif” anlayışlarının fərqləndirilməsi mütləqdir. Əksər hallarda təklifin kəmiyyətinin dəyişməsi məhsulun qiymətinin dəyişməsindən asılı olaraq dəyişir. Əsasən təklif anlayışına isə, satış üçün təklif olunan bütün məhsulun miqdarı ilə məhsulun qiyməti arasında olan asılılıq kimi baxılır. Çox vaxt təklifin dəyişməsinə bir sıra qeyri-qiymət amilləri



təsir göstərir. Qeyri-qiymət amilləri dedikdə, yeni texnika və texnologiyalardan istifadə, vergi siyasətinin və istehsal amilləri qiymətlərinin dəyişməsi sayəsində məhsulun maya dəyərinin dəyişməsi, təbii istehsal şəraiti, sahibkarların qarşıya qoyduqları məqsəd və s. başa düşülür. Sadalanan amillər içərisində istehsal xərcləri əsas olmaqla, sənayedə elmi-texnika nəaliyyətlərdən və texnologiyalardan istifadə olunduqda aşağı düşür. Buradan belə nəticə əldə etmək olar ki, istehsal olunan məhsulun nə dərəcədə yaralı və əhəmiyyətə malik olması və insanların tələbatını ödəmək xassəsi, öz əksini qiymətlərdə tapır.

Qiymətləin fasiləsiz olaraq qalxıb - enməsi, bazar konyukturasından asılı olaraq dəyişir, tələb və təklif qiymətlərə, qiymətlər isə öz növbəsində tələb və təklifə təsir göstərir. Bu isə onlar arasında qırılmaz əlaqənin olmasından irəli gəlir. İqtisadi subyektlər arasında gedən rəqabət mübadiləsində istehsal olunan məhsulun keyfiyyəti əsas amillərdən biri olmaqla, onun təyinatı üzrə tələbatı ödəməyə yaralılıq dərəcəsini şərtləndirir. Bütün əmtəələr tələbatı ödəmək üçün müəyyən obyektiv xassələrə malik olmalıdır. Aqrar sahənin problemlərinin tədqiqi ilə məşğul olan iqtisadçı alim R.Balayevin fikrincə “qiymət məhsulun istehsalına və onun son istehlakçıya çatdırılmasına məcmu xərclərlə, keyfiyyət isə son istehlakçıya çatdırılma müddəti ilə əlaqədardır” [4, s.36]. Məhsulun keyfiyyəti nə qədər yüksək olarsa onu istehsal edənə daha çox sərəmə verər. Məhsulların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması xeyli az kapital və cari xərclərlə məhsul istehsalının artırılması deməkdir. Yüksək keyfiyyətli istehsal prosesi üçün beynəlxalq standartlara uyğun gələn, mütərəqqi texnologiyaya əsaslanan ystetik tələblərə cavab verən, məhsulları istehsal edən və müxtəlif bazarlarda onların satışını təşkil edən istehsalçılarla rəqabət aparən istehsalçılar müəyyən üstünlüyə malik olurlar. Yəni bu özünü hər şeydən əvvəl həmin istehsalçının məhsullarına olan tələbatın artmasında, istehsalın ahəngdarlığının, təkrar istehsal prosesinin fasiləsizliyinin təmin olunmasında, əldə olunan mənəfətin artmasında və maliyyə vəziyyətinin sağlamlaşdırılmasında biruzə verir.

Yeyinti sənayesinin ixrac potensialının genişləndirilməsi

Müasir dövrdə istehsalçıların xarici iqtisadi əlaqələrinin genişlənməsinə, beynəlxalq bazarda özünə mövqe tutmasına, daha çox məhsul ixrac etməsinə, yeni texnika və texnologiyanın tətbiq edilməsinə şərait yaradılmasına və sonda böyük məbləğdə sərəmə əldə etməsinə böyük ehtiyac vardır. Əhalinin zəruri yeyinti məhsulları ilə təminatının daha dolğun ödənilməsi istiqamətində yüksək texnologiyaların tətbiqi ilə bağlı tədqiqatların aparılmasına və daha sərəməli strategiyaların həyata keçirilməsi əsas istiqamətlərdən biridir [6, s.320]. Məhz Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2016-cı il 21 sentyabr tarixli “Azərbaycan Respublikasında istehsal olunan malların vahid məlumat bazasının yaradılması haqqında” sərəncamı da birbaşa yeyinti sənayesi sahəsində modernləşmə və ixrac potensialının artırılmasına xidmət edir. Bu sərəncamın icrası nəticəsində 2016-cı ildə yerli malların ənənəvi və yeni bazarlara çıxarılması imkanlarını artırmaq və beynəlxalq bazarlara inteqrasiya prosesini sürətləndirmək məqsədilə Azərbaycan Respublikasında istehsal olunan ərzaq malları və onların istehsalçıları barədə məlumatları əks etdirən, azərbaycan, ingilis və rus dillərində fəaliyyət göstərən www.azexport.az internet portalı yaradılmış və portalın real vaxt rejimində fəaliyyəti təmin olunmuşdur [1]. Yeyinti sənayesinin əsas problemi istehsal olunan məhsulların realizə olunmasıdır. Ölkəyə gətirilən ucuz və bəzən baha olmasına baxmayaraq keyfiyyətsiz məhsullar yerli istehsalçılara öz məhsullarını satmaqda çətinlik törədir. Odur ki, ölkəyə gətirilən yeyinti sənayesi məhsullarının qiymətləri və satışının təşkilinə dövlət səviyyəsində müdaxilənin qaçılmaz olduğu zəruriliyi ortaya çıxır.

Lakin qeyd olunmalıdır ki, iqtisadi sərəməliliyinin yüksəldilməsi üçün yuxarıda sadalananlardan başqa, həm də istehsalçı istehsalı təşkil edərəkən məhsula olan tələbatı müəyyənləşdirməlidir. Məhsula olan tələbatə təsir edən amillərdən biri də onun satış



qiymətidir. İstehsalçı məhsul istehsalı üzrə qarşısında duran konkret vəzifələri qiymətlə tələbat arasındakı asılılığa əsasən müəyyən edir. Qiymətlə tələbat arasında tərs mütənasiblik vardır, yəni məhsulun qiyməti nə qədər aşağı olarsa, tələb də bir o qədər yüksək olur. Bu isə sonda satışı birbaşa təsir göstərir. Qiymətlərin aşağı olması məhsulun reallaşdırılmasında qarşıya heç bir çətinlik çıxmır, əksinə baha olduqda, istehlakçıların alıcılıq qabiliyyətinə uyğun gəlmədikdə, məhsulun reallaşdırılmasında çətinliklərin meydana gəlməsinə səbəb olur. Müasir şəraitdə qiymətlərin bazarda tələb və təklif qanunu, azad rəqabət mühiti şəraitində formalaşsa da zəruri hallarda onun dövlət tərəfindən tənzimlənməsinə ehtiyac olunur. Daxili ərzaq bazarında yeyinti sənaye məhsullarının hansısa iş adamı tərəfindən xarici ölkələrdən gətirilməsi inhisarçılıq üçün şərait yaradır. Nəticədə ölkədə ərzaq bazarının qorunmasında çətinliklər ortaya çıxır. Bu halda dövlət inhisarçılığa qarşı mübarizə aparmaqla bazar münasibətlərinin pozulması meylinin qarşısını almaq üçün antiinhisar tədbirləri həyata keçirir, istehsalçılara təminatlı yardım göstərir [2].

Sərbəst bazar münasibətləri şəraitində fəaliyyət göstərən hər hansı bir məhsulu istehsal edən istehsalçı prosesin sonunda sərəmə əldə etməsə, növbəti ildə həmin məhsulu istehsal etməkdə maraqlı olmur və başqa məhsul istehsalına meyil göstərir. Sənaye müəssisələri digər sahələrə nisbətən bu məsələdə o qədər də çevik ola bilmirlər. Çünki bu sahədə avadanlıqların alınması xeyli vəsait tələb edir. Odur ki, yeyinti sənayesində davamlı inkişafın təmin edilməsi üçün iri sənaye mərkəzlərinin yaradılması və dünya bazarına çıxışın təmin edilməsi əsas şərtlərdən biridir. Qiymətlərin tənzimlənməsi dövlətin konyuktur və struktur siyasətinin başlıca vasitəsi olub, əsas məqsədi inflyasiyaya qarşı mübarizə aparmaqdan, dünya bazarında milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətini yüksəltməkdən və ölkədə sosial gərginliyi azaltmaqdan ibarətdir. Bazar münasibətləri şəraitində yeyinti sənayesində dövlət tənzimlənməsi qiymət və xərclər arasındakı nisbətənin dinamikası ilə əlaqədardır. Yeyinti sənayesi məhsullarının çoxsaylı istehsalçıları mahiyyətcə azad rəqabət bazarını səciyələndirir. Buna baxmayaraq, yeyinti məhsulları istehsalçıları sənayedə istehsalın təşkili üçün xammal, avadanlıqlar, preparatlar, qablaşdırıcı aparatlar, taralar və s. bu kimi məhsulları satın alarkən bir qayda olaraq bir sıra çətinliklərlə qarşılaşmalı olurlar. Sənaye məhsullarının qiymətlərinin artım sürətinin digər sahələrdən fərqli olması, ölkəmizdə yeyinti sənayesi məhsullarının hələ də idxaldan asılılığı, məhsul vahidinin maya dəyərinin mütəmadi olaraq dəyişməsi, nəticə etibarı ilə, daxili bazarın xarici rəqabətdən qorunması, ərzaq təhlükəsizliyinin yerli istehsal hesabına təmin olunması prosesində çətinliklər yaradır. Respublikamızda bazar iqtisadiyyatına keçidin mərhələlərindən biri olan sərbəst qiymətlərə keçilməsi, bu gün bütün sahələrdə olduğu kimi, yeyinti sənayesində də mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Qiymətlərin sərbəstləşdirilməsi bazar iqtisadiyyatının ən mühüm prinsiplərindən biridir. Tarazlıq qiymətlərinin əmələ gəlməsi; bazarda tələb və təklifin üst-üstə düşməsi zamanı baş verir. Lakin bu kimi hallarda nadir hallarda rast gəlinir. İnhisarçılığın mövcud olması və inflyasiyanın davamlı xarakter daşması, bazarda sərbəst qiymətləri şərtləndirən amillərdən biridir. Yeyinti sənayesi məhsulları istehsalçılarının maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasını təmin etmək üçün, onların istehsal etdikləri məhsullar üçün qiymətlərin aşağı və yuxarı həddinin müəyyən edilməsi də həlledici amillərdən biridir. Onun köməyi ilə yeyinti sənaye məhsulları bazarlarında qiymət mexanizminin tənzimlənməsini həyata keçirmək, məhsullara ən aşağı və ən yüksək qiymət müəyyən etmək olar. Bu, satıcı öz əmtəəsini satdığı halda razı olduğu qiymətin aşağı həddi, yaxud əmtəə aldığı halda qiymətin mümkün olan ən yüksək həddinin müəyyən edilməsi yolu ilə həyata keçirilir. Yeyinti sənayesi məhsulları istehsalçılarının maliyyə təminatının yaxşılaşdırılması üçün istifadə olunan qiymətlənmə metodlarından biri də təminatlı qiymələndirmədir. Bu qiymətlər yeyinti



məhsulları istehsalçıları bazar konyukturunda baş verən mənfi dəyişikliklərdən, sahibkarların bu sahədən uzaqlaşmasından, müflis olmaqdan qoruyur və ölkə əhalisinin bu sahənin məhsullarına olan tələbatının daxili imkanlar hesabına ödənilməsinə müsbət təsir göstərir.

Nəticə

Qiymət mexanizminin düzgün qurulması, onun istehsalçıların və istehlakçıların maraqlarına uyğunlaşdırılması mühüm əhəmiyyətə malikdir. Yalnız mövcud reallıqları nəzərə alaraq müəyyən olunmuş qiymətlər ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına müsbət təsir göstərmiş olar. Yeyinti sənayesi məhsulları istehsalçıların maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşdırılması və sağlamlaşdırılmasının təmin edilməsi üçün bilavasitə dövlətin maliyyə dəstəyi və kredit vasitələri mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi və bu sahədə fəaliyyət göstərən istehsalçıların dünya standartlarına uyğun rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsal etməklə xarici bazarlara çıxış istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi çox böyük əhəmiyyətə malikdir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2016-cı il 21 sentyabr tarixli “Azərbaycan Respublikasında istehsal olunan malların vahid məlumat bazasının yaradılması haqqında” sərəncamı.
2. “2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı”.
3. Aliyev İ.H. Azərbaycan Respublikasında aqrar sahədə iqtisadi idarəetmə mexanizminin təkmilləşdirilməsi. Bakı, 2003.
4. Balayev R.Ə. Urbanizasiya: şəhər iqtisadiyyatı və ərzaq problemi. R.Ə.Balayev. Bakı, Elm, 2007.
5. Hübətov, Y.Ə. Sənayenin təşkili və idarə edilməsi. Bakı, 2018.
6. Hübətov Y.Ə. Azərbaycan iqtisadiyyatı. Bakı: Avropa, 2018.
7. Niftullayev, V.M. Kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatı. Bakı, Elm, 1996.
8. Булатова А.С. «Экономика» Москва.1997.

Мехрибан Ровшан кызы Гусейнова

Совершенствование механизма ценообразования для улучшения финансового состояния производителей продуктов питания

Резюме

Ценовая политика государства и механизм его действия играют очень важную роль в комплексном решении социально-экономических проблем. Потому что цена является одним из важнейших инструментов регулирования экономических и социальных процессов. И регулирование во многом зависит от развития механизма ценообразования и его научно обоснованного уровня. Основным направлением движения рынка является цена. Цена представляет собой денежную стоимость товаров, товаров и услуг. Как себестоимость продукции, так и прибыль предприятия напрямую зависят от себестоимости. Он регулирует распределение ресурсов для конкретного производства. Ценовая политика является важнейшей экономической и политической проблемой независимой, суверенной Азербайджанской Республики. Эта проблема имеет особое значение при переходе к рыночной экономике, в современную эпоху, когда экономические инструменты все шире используются.

Ключевые слова: механизм цены, концепция спроса и предложения, производственные запросы, экспортный потенциал, конкурентоспособность



Mehriban Rovshan Huseynova

Improvement of the pricing mechanism to improve the financial condition of food manufacturers

Summary

The state's pricing policy and its mechanism of action play a very important role in the complex solution of social and economic problems. Because price is one of the most important tools for regulating economic and social processes. And the regulation depends to a large extent on the development of the pricing mechanism and its scientifically substantiated level. The main direction of market movement is price. Price represents the monetary value of goods, products and services. Both the cost of production and the profit of the enterprise directly depend on the cost. It regulates the allocation of resources to specific production. Price policy is the most important economic and political problem of the independent, sovereign Republic of Azerbaijan. This problem is of particular relevance in the transition to a market economy, in the modern era in which economic instruments are increasingly used.

Keywords: *mechanism of the price, the concept of demand supply, productions cost, export potential, competitive ability*

Elmi redaktor: i.f.d., dos. Y.Məmmədov

Daxil olub: 01.04.2020.

Çapa qəbul olunub: 10.04.2020.