

UOT 334.7

Aytən Akif qızı ŞÜKÜROVA
Azərbaycan Kooperasiya Universiteti, müəllim, dissertant

AQROBİZNES SFERASINDA MƏHSULLARIN REALLAŞDIRILMASI FƏALİYYƏTİNİN YERİ VƏ ROLU

Xülasə

Aqrar məhsulların səmərəli reallaşdırılması və bölgüsünün başlıca vəzifəsi məhsul istehsalçıları üçün maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşdırılması, ərzaq təhlükəsizliyinin təminatı və son nəticədə əhəlinin sosial-iqtisadi vəziyyətinin yüksəlməsidir. Məqalədə müasir aqrobiznesdə məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin yeri və rolu əsaslandırılır, onların satışının nəzəri əsasları və aqrar sahənin modernləşmə mərhələsində reallaşdırmanın səmərəli yollarının həlli problemlərinə baxılmışdır.

Açar sözlər: aqrobiznes, reallaşdırma fəaliyyəti, məhsul, reallaşdırma sistemi, satış kanalları.

Giriş

Müasir şəraitdə aqrobiznes sferasında kənd təsərrüfatı məhsul istehsalçıları öz istehsal məhsullarını reallaşdırması problemi çox mühüm aktualıq kəsb edir. Burada əsas problem yalnız istehsal olunan məhsulların reallaşdırılması və istehlakçıya çatdırılması deyil, həm də son istehlakçıda real tələbi formalaşdırmaq üçün şərait yaratmaqdan, ikinci problem isə reallaşdırılan məhsula sərf edilən əməyin və maddi resursların nəticəsindən ibarətdir. Məhz bu səbəbdən aqrar məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin tədqiqi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Nəzərə almaq lazımdır ki, aparılan müasir iqtisadi islahatlar və rəqabət mübarizəsi şəraitində ölkənin aqrobiznes sferasında məhsulların reallaşdırılması sisteminin təkmilləşdirilməsi ərzaq ehtiyatlarının artırılması və iqtisadi təhlükəsizliyin təminatı baxımından dövlətin qarşıya qoyduğu həlli vacib problemlərdən biridir.

Bu problemlərin həlli istehlak bazarını mallarla təmin edən, rəqabəti genişləndirən, məşğulluğu artıran və kəndin sosial inkişafına böyük təsir göstərən aqrobiznesin səmərəli təşkili və məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətindən xeyli dərəcədə asılıdır. Bununla əlaqədar olaraq, aqrar sferada məhsulların reallaşdırılması sistemi və formasının gələcək inkişafının elmi əsasının hazırlanması tədqiq edilən obyektin bəzi nəzəri məsələlərinə baxmağı tələb edir.

Məhsulların reallaşdırılması fəaliyyəti

Məhsulların səmərəli reallaşdırılması fəaliyyəti məhsul istehsalçıları üçün gəlir əldə etməsinə təmin edir və aqrar təsərrüfatlar üçün imkanlar yaradır. Beləliklə, aqrar məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin aqrobiznesdə rolu və idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi müasir kənd təsərrüfatı müəssisələrinin uzunmüddətli və mənfəətli fəaliyyətini təmin etmək üçün mühüm vəzifələrdən biridir.

Rusiyanın aqrar elm sahəsi üzrə iqtisadçı alimi Şarmina N.M. özünün elmi araşdırmalarında aqrar məhsulların satışı, satış fəaliyyəti və onun idarə edilməsi məsələlərini tədqiq edərək belə nəticəyə gəlmişdir ki, "Satış" müəssisənin fəaliyyətinin son mərhələsidir və onun səmərəliliyinin ümumi səviyyəsini müəyyən edir. "Satış fəaliyyəti" (reallaşdırma fəaliyyəti) – müəssisənin marketing siyasətinin həyata keçirilməsi çərçivəsində hazır məhsulun (məhsul üzərində mütləq hüququnun təşkili və onun istehsalından son istehlakçıya fiziki yerdəyişməsi) bölgüsü üzrə tədbirlərin kompleksi, "Satış fəaliyyətinin idarə edilməsi" – isə istehlakçıların ehtiyaclarını daha dolğun ödəmək və özləri üçün fayda əldə etmək məqsədilə müəssisənin satış fəaliyyətinin təhlili, planlaşdırılması, təşkili və nəzarət proseslərinin məcmusudur. [1, s. 8]

Müəssisənin reallaşdırma və ya satış fəaliyyəti, ümumiyyətlə satış – malların alıcılara satışı, onun istehlakçılara çatdırılması və satışdan sonrakı xidmət daxil olmaqla, istehsal başa çatdıqdan sonra həyata keçirilən kommersiya fəaliyyəti növüdür. Nəzəri cəhətdən satışın məqsədi minimum

xərclə müəyyən edilmiş yerdə, müəyyən həcmdə və vaxtda tələb olunan istehlak xəssəsinə malik konkret məhsulun konkret istehlakçıya çatdırılmasından ibarətdir.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının reallaşdırılması – bilavasitə aqrar məhsul istehsalçıları tərəfindən məhsul satışı prosesidir. Onun həcmində kənd təsərrüfatı müəssisələri və kəndli (fermer) təsərrüfatlarının bazarda, birja və ya hərraclarda, tedarük, xüsusi ticarət şəbəkəsi və ictimai işə müəssisələri vasitəsilə, həmçinin bazarda əhaliyə satılan və digər məhsullar daxildir. Nəzərə almaq lazımdır ki, aqrobiznes müəssisələrinin satış və ya reallaşdırma fəaliyyəti aqrar məhsulların səmərəli bölgüsünə yönəlmişdir. Reallaşdırma fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi üçün istehsalçı özünün istehsal etdiyi məhsulu həm özü reallaşdırır, həm də bunun üçün vasitədən istifadə edə bilər. Beləliklə, aqrobiznes sferasında məhsulların reallaşdırma (satış) fəaliyyətinin yeri, rolu və əhəmiyyətini aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar:

- reallaşdırma fəaliyyəti müəyyən mənada aqrar sahədə məhsul istehsalı fəaliyyətinin davamı olub, yalnız kənd təsərrüfatının ümumi məhsulunun saxlanması deyil, həm də aqrobiznes məhsullarının əlavə dəyərini və istehlak dəyərini yaratmaqla onların son istehlakçıya çatdırılması prosesini müəyyən edir;

- reallaşdırma fəaliyyəti-gələcəkdə aqrar müəssisələrin kommersiya -marketing və istehsal fəaliyyətinin maddi başa çatmasına yönəlmiş, eyni zamanda yalnız onun fəaliyyətinin konkret iqtisadi nəticələrini deyil, həm də konkret istehlakçının, konkret tələbatını aşkar edir, formalaşdırır və həyata keçirir;

- reallaşdırma fəaliyyəti məhsul istehsalının bütün mərhələlərində həm birbaşa, həm də dolayı səmərə əldə edilməsi üçün onun rəqabət üstünlüyünün mənbələrindən biridir.

Aqrobiznes sferasında məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin yeri və rolu onların bölgüsü, hərəkəti və istehlakçılara çatdırılması ilə qarşılıqlı əlaqədə olan fəaliyyətin başlıca məqsəd və vəzifəsi ilə müəyyən edilir.

Aparığımız təhlillər göstərir ki, kənd təsərrüfatı müəssisələrinin satış - reallaşdırılma fəaliyyətində öz məhsullarının son istehlakçıya hərəkəti ilə nəticələnən bölgü funksiyasının həyata keçirilməsinin böyük əhəmiyyəti vardır.

Qeyd etmək lazımdır ki, təsərrüfatlar öz istehsal məhsullarını son istehlakçıya çatdırmaq üçün vasitə və kanalların geniş sistemində malikdir. Bu vasitə və kanallardan biri öz arasında rəqabət aparır, digəri isə bir-birini əvəz edir və ya tamamlayır. Düzgün edilən seçim – müəssisənin iqtisadi vəziyyətinin yaxşılaşması üçün problemin səmərəli həlli yoludur.

Azərbaycanda aparılan aqrar islahatlar və EKTİS-nin tətbiqi kənd təsərrüfatı məhsullarının reallaşdırılmasının yeni forma və metodlarının yayılmasını nəzərdə tutur.

Aqrar iqtisadiyyatın nəzəri əsaslarına görə, vasitəçilərin aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması fəaliyyətində iştirakından asılı olaraq satış kanalları vasitəsiz (birbaşa) və vasitəli kanallara bölünür:

Birbaşa (vasitəsiz) satış – məhsul istehsalçıları alıcılara birbaşa əlaqəsini müəyyən etməyə imkan verir. Satışın belə fəaliyyəti – vasitəçilərdən istifadə etmədən öz formalaşmış kanalı vasitəsilə həyata keçirilir. Fikrimizcə, aqrar məhsulların bilavasitə istehlakçılara birbaşa reallaşdırılması aşağıdakı hallarda səmərəli hesab edilə bilər:

- istehlakçılara göndərilən kənd təsərrüfatı məhsullarının miqdarı kifayət qədər çox olduqda;
- kənd təsərrüfatı məhsul istehlakçıları məhdud ərazidə cəmləşdikdə;
- reallaşdırılan məhsul yüksək ixtisaslaşmış servis xidməti tələb etdikdə;
- satış bazarında öz anbarlarının və logistika xidmətinin geniş şəbəkəsinə malik olduqda;
- malların qiyməti qismən dəyişikliyə uğradıqda.

Vasitəli satış – bu, məhsul istehsalçılarından asılı olmayan vasitəçilərin xidmətindən istifadə etdiyi satış fəaliyyəti metodudur. Beləliklə, aparığımız nəzəri və praktiki araşdırmalar göstərir ki, aqrobiznes sferasında məhsulların əsasən aşağıdakı hallarda vasitəçilərin köməyi ilə reallaşdırılması məqsədəuyğundur:

- aqrar məhsulların istehlak bazarının regionlarla məhdudlaşmayıb, böyük ərazilər üzrə mövcudluğu;
- kənd təsərrüfatı məhsullarının göndərilməsi kiçik partiyalarla və böyük tezliklə həyata keçirildikdə.

Bununla yanaşı, dünya və ölkə təcrübəsində **kombinə edilmiş (qarışıq) satış** metodu da mövcuddur ki, burada iki əvvəlki metodların kombinasiyası tətbiq edilir.

Aqrar sferada məhsulun keyfiyyətinə yüksək tələblərin verilməsinin zəruriliyi onun reallaşdırma fəaliyyətinin rolunun yüksəldilməsini nəzərdə tutur. Bu da öz növbəsində aqrar müəssisənin daha səmərəli fəaliyyətini təmin edir.

Rəqabət bazarı şəraitində aqrar müəssisə üçün başlıca vəzifə vahid biznes-strategiyası çərçivəsində eyni vaxtda həm bütünlükdə biznesin məqsədinə, həm də istehlakçıların ehtiyaclarına cavab verən məhsulların reallaşdırma fəaliyyətinin seçilməsindən ibarətdir.

İqtisadçı alim, prof. H.Xəlilovun göstərdiyi kimi, hər bir ölkə özünün ərzaq təhlükəsizliyini, mövcud təbii-iqlim potensialı həddlərində ölkənin iqtisadi gücünün zəruri artımını təmin edən aqrar sektora malik olmalıdır. [2, s. 14].

Məhz buna görə də, aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sistemi və kommertiya fəaliyyətinin təşkili aqrar sahənin fəaliyyətində əsas rollardan birini oynayır.

Odur ki, aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması fəaliyyətinin məhsul istehsalçıları üçün maliyyə-iqtisadi vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasında yeri və rolunu müəyyən edərkən nəzərə almaq lazımdır ki, müasir rəqabətözlü və dayanıqlı inkişafa malik kənd təsərrüfatı müəssisələrinin satış siyasəti - aqromarketingin bitkiçilik və heyvandarlığın əmtəlik məhsulunun əlverişli reallaşdırılmasını təmin edən fermerlərin təsərrüfat fəaliyyətinin qayda və prinsipləridir. Belə ki, tədqiqatlar sübut edir ki, müasir rəqabətə davamlılıq şəraitində aqromarketingin satış siyasəti müəssisənin istehsal - iqtisadi potensialı nəzərə alınmaqla ümumi məhsulun bölgüsünün daha əlverişli alternativ axımının müəyyən edilməsinə əsaslanır. Bununla yanaşı, nəzərə almaq lazımdır ki, aqrobiznes sferasında məhsulun reallaşdırılması sisteminin və onun fəaliyyətinin idarə edilməsi səmərəli bölgü kanallarının seçilməsini, mal hərəkətinin optimal sisteminin təşkilini, kommunikasiya sistemi və personalın rəşional idarə edilməsini özündə təcəssüm etdirir.

Aqrar sahədə məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin səmərəli təşkili istehsalçı-istehlakçı maraqlarının qorunmasına xidmət edir, sahibkarlıq fəaliyyətinin normal işinin tənzimlənməsində və inkişafında mühüm rol oynayır. O, ümumi mənada nəzəri cəhətdən məhsulların və xidmətlərin pula çevrilməsi (reallaşdırılması), alıcıların - istehlakçıların ehtiyaclarının ödənilməsi prosesidir. Başqa sözlə, aqrar sahədə məhsulun və xidmətlərin reallaşdırılması sistemi dedikdə, onun pulla dəyişdirilməsi, bir sahibkardan (fiziki və ya hüquqi şəxsdən) başqa istehlakçıya verilməsi və ya mübadilə edilməsi prosesi başa düşülür [3, s. 388].

Aqrar sferada məhsulların reallaşdırılması kənd təsərrüfatı xammalının fiziki keyfiyyətindən, hazır qida məhsullarından, istehsalçıların məqsədyönlü məsrəflərindən, aqrar məhsulların istehsalçıları və istehlakçıları arasında ərazi bölgüsü, həmçinin emal və ticarət sahəsində məsrəflərdən xeyli dərəcədə asılıdır. Bu da öz növbəsində aqrar məhsulların istehsaldan istehlaka hərəkətinin reallaşdırılması prosesində iqtisadi aktivliyi özündə əks etdirir.

Aqrar məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin aqrobiznes sferasında yeri və rolu

Aqrobiznes sferasında məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin əhalinin ərzaq məhsulları ilə özünü təminatına səviyyəsində rolu və səmərəli təşkil məhsul istehsalçılarına öz maliyyə vəziyyətini genişləndirməyə imkan verir.

İqtisadi ədəbiyyatlarda **məhsulun reallaşdırılması** - mövcud qiymətlərlə haqqı ödənilən istehsal olunmuş məhsulların xalq təsərrüfatı dövriyyəsinə daxil olması kimi izah edilir. Bir çox hallarda, həmçinin istehsalçılar, satış və ya ticarət təşkilatları tərəfindən haqqı ödənilən və sənaye müəssisələrindən kənara göndərilən məhsullar reallaşdırılan məhsul adlanır. Qeyd edilənləri ümumiləşdirərək, belə nəticəyə gəlmək olar ki, aqrar sferada məhsulun reallaşdırılması həm də onun əmtəlik formasının pul formasına çevrilməsi prosesidir.

Aqrar müəssisələrin istehsal etdiyi ümumi məhsulun bir hissəsi müxtəlif kanallarla - dövlətə, əhaliyə, bazarda, ictimai işə müəssisələrində, istehlak kooperasiyası və digər vasitəçilərin köməyi ilə reallaşdırılır. Məhsulların satılan və müəssisələrin pul ödənişi hesabına aldıkları hissəsi **realizə edilmiş məhsul adlanır** [1].

Aqrar sahədə istehsal-satış sisteminin müəyyən qədər ətraflı tədqiqatçısı, iqtisadçı-alim, prof. Каскин Т.Т. elmi araşdırmalarında qeyd edir ki, ASK-nın istehsal-satış sistemi - iki altsistemin məcmusundan ibarətdir: bu bir tərəfdən, kənd təsərrüfatı xammalı və ərzaq (əmtəlik məhsul) istehsal edən və istehsal altsisteminə formalaşdırılan kənd təsərrüfatı və yeyinti sənayesindən və digər tərəfdən satış funksiyalarını sərbəst yerinə yetirən satış altsistemindən ibarətdir. Hər bir altsistem öz qanun və prinsiplərinə uyğun olaraq təkmilləşdirilir. Müəllifin fikrincə, “satış fəaliyyəti regional ASK-nın daxili mühitinin ayrılmaz hissəsidir”. [4, səh. 12]

Aqrar məhsulların son istehlakçıya çatdırılmasının müasir satış prosesi əsasən kənd təsərrüfatı, tədarük, emal, topdan və pərakəndə ticarət sferasında qarşılıqlı fəaliyyəti ilə təmin edilir.

Sahə mütəxəssislərinin apardıkları araşdırmalara görə, aqrobiznes sferasında məhsulların səmərəli reallaşdırılması şərtləri aşağıdakılar ola bilər: [5]

- bütün iştirakçıların azad rəqabət fəaliyyətinin təminatı;
 - iqtisadi riskin aşağı salınmasını təmin edən kredit təşkilatları və sığorta şirkətlərinin aktiv fəaliyyəti;
 - məhsulların sərbəst yerdəyişməsi;
 - məhsulların istehsalı, emalı və reallaşdırılması prosesində maya dəyərinin aşağı düşməsinə və gəlirlərin yüksəldilməsinə stimullaşdıran mövcud iqtisadi vasitələr;
 - məhsulların istehsalçılardan istehlaka hərəkətinin bütün dövründə özünü tənzimləmə və özünü maliyyələşdirmə prinsiplərinə əməl edilməsi;
 - məhsulların reallaşdırılmasının tənzimlənməsində dövlətin rolunun yüksəldilməsi;
 - məhsulların şaquli keçid üzrə vahid infrastrukturunun fəaliyyəti;
 - tələb və təklifin monitorinqi, malların bazarda sıklığı, qiymətin səviyyəsi və s. köməyi ilə informasiya təminatı sisteminin yaradılması;
 - səmərəli xarici-iqtisadi əlaqələrin yaradılması və dövlətin dünya bazar sisteminə daxil olması.
- İqtisadi ədəbiyyatlarda bəzən əmtəlik və ya realizə olunan məhsulların eyni mənada olmadığı göstərilir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi “əmtəlik məhsul” anlayışı genişdir. Bütün əmtəlik məhsul satıldıqda bu anlayış üst-üstə düşür. Adətən əmtəlik məhsul natural formadan pul gəlirləri kimi dəyər formasına keçir.

Lakin təcrübədə və iqtisadi ədəbiyyatlarda əmtəlik və realizə olunmuş məhsul sinonim kimi işlədilir. Əmtəlik məhsul pul gəlirləri ilə təcəssüm olunan realizə olunmuş məhsul kimi başa düşülür.

Aqrar məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin aqrobiznes sferasında rolunu müəyyən edərkən müəssisənin bütünlükdə və sahələr üzrə əmtəlik məhsulunu fərqləndirmək lazımdır. Müəssisənin, sahə və ayrı-ayrı məhsul növlərinin əmtəlik məhsul xüsusiyyətlərini xarakterizə edən əsas göstəricilərə əmtəlik səviyyəsi və əmtəlik məhsulun ümumi həcmi daxildir. Aqrobiznes sferasında, həmçinin vahid torpaq sahəsinə və hər mal-qara başına düşən əmtəlik məhsul çıxımı göstəricisindən də istifadə edilir [6].

Ayrı-ayrı məhsul növlərinin (taxıl, süd və s.) əmtəlik səviyyəsinin müəyyən edilməsində ümumi və reallaşdırılmış məhsulun həcmi natural ifadədə hesablanır. Onun sahə və ya bütünlükdə müəssisə üzrə müəyyən edilməsində isə dəyər göstəricisi tətbiq edilir. Bu halda ümumi və realizə olunmuş məhsul vahid qiymətlə (mə; müqayisəli) hesablanır. Aqrar sahə iqtisadi ədəbiyyatlarında əmtəlik səviyyə anlayışı reallaşdırılmış məhsulun ümumiyyə nisbətində faizlə ifadəsi kimi əsaslandırılır. Bununla yanaşı, kənd təsərrüfatı istehsalının əmtəlik məhsul səviyyəsi təsərrüfat kateqoriyaları üzrə fərqləndirilir. O, kənd təsərrüfatı müəssisələrində daha yüksək, ev təsərrüfatlarında isə ən aşağıdır. Təbii ki, aqrar müəssisələr məhsulu əsasən satış üçün, ev təsərrüfatlarında isə

qida məhsullarına ailənin tələbatını ödəmək üçün istehsal edirlər. Təhlillər göstərir ki, son illər ölkəmizdə aqrar sahədə istehsalın əmtəlik səviyyəsi bir qədər aşağı düşmüşdür. Məhz bu baxımdan, həmin məhsulların əmtəlik səviyyəsinin yüksəldilməsinin aşağıdakı istiqamətləri müəyyən edilmişdir:

- bitkiçilik və heyvandarlıqda məhsuldarlığın yüksəldilməsi hesabına ümumi məhsul buraxılışının artırılması və xammaldan son məhsul çıxımının yüksəldilməsi;
- toxum və yemək keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, onların məsrəfinə qənaət;
- istehsal, saxlama və daşıma prosesində məhsul və xammal itkisinin azaldılması;
- məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi;
- aqrəbiznes sferasında səmərəli marketinq xidmətinin təşkili.

Nəzərə almaq lazımdır ki, rəqabət bazarı şəraitində, aqrar məhsulların reallaşdırılması səviyyəsi xeyli dərəcədə bazarın konyunkturasi, təklif və tələblə müəyyən edilir. Odur ki, aqrəbiznes sferasında məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin yeri və rolu müəyyən edilərkən, aqrar müəssisələrin və onların məhsullarının rəqabətqabiliyyəti və bazarın dayanıqlı inkişafında məhsul istehsalının keyfiyyəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Marketinq strategiyasında məhsulun keyfiyyəti onun tələbatı ödəmək qabiliyyətini əks etdirən xassələrin məcmusu kimi xarakterizə edilir və satış imkanlarının genişlənməsində mühüm rol oynayır.

Məlum olduğu kimi, aqrar məhsul istehsalçıların son maliyyə və iqtisadi nəticəsi reallaşdırılan məhsulun həcmi və keyfiyyətindən asılıdır. Ümumiyyətlə, iqtisadi ədəbiyyatlarda reallaşdırma prosesi əsaslandırılarkən kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı – istehsaladan istehlaka yönəlmə istiqamətində müəssisənin yüksək dərəcəli iqtisadi fəallığı kimi xarakterizə edilir.

Beləliklə, prof. E.Quliyevin fikrincə, məhsulun səmərəli realizasiya olunması kənd təsərrüfatı xammalı və məhsulları bazarının inkişaf və fəaliyyət səviyyəsindən asılıdır. [7, s. 291]

Aqrar məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin aqrəbiznesdə rolu əsasən kənd təsərrüfatı xammalının və hazır qida məhsullarının fiziki keyfiyyətindən, kənd təsərrüfatı məhsul istehsalçıların məqsədyönlü xərclərindən, həmin məhsulların istehsalçıları və istehlakçıların ərazi bölgüsündən, həmçinin emal və ticarət sahələrində məsrəflərdən xeyli dərəcədə asılıdır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, bəzi məhsullar, məsələn kartof, tərəvəz, meyvə və yumurtanın reallaşdırılması istehsaladan istehlak istiqamətində həyata keçirilirsə, digər məhsul növləri isə qida məhsulu kimi emaldan keçdikdən sonra istehlaka hazır olur.

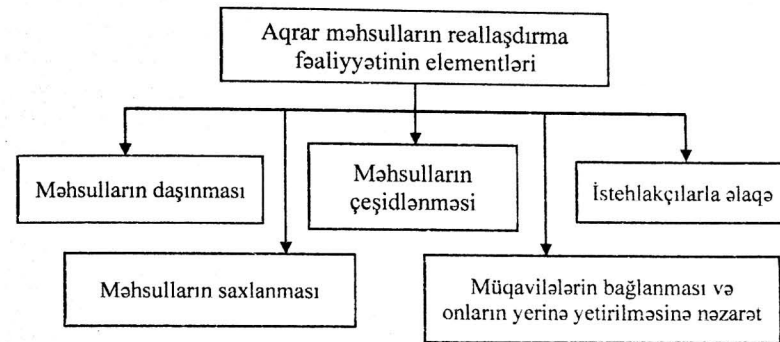
Rəqabət mübarizəsinin kəskinləşdiyi bazar münasibətləri şəraitində aqrəbiznes sferasında məhsulların reallaşdırılmasında məhsul istehsalçılarına xüsusi diqqət yetirilir. Çünki, müəssisənin mənfəətinin həcmi bilavasitə ondan asılıdır.

Hal-hazırda, ölkəmizdə aqrar məhsulların reallaşdırılması kənd təsərrüfatı müəssisələrinin fəaliyyətində nisbətən zəif və mühüm əhəmiyyət kəsb edən hələdir. Məlumdur ki, aqrar sferada reallaşdırma sisteminin təşkili prosesində yaranan problemlər və çatışmamazlıqlar kənd təsərrüfatı məhsullarının itkiləri və gəlirlərin xeyli azalmasına səbəb olur. Belə ki, rəqəmsal Kənd Təsərrüfatı – "Elektron Kənd Təsərrüfatı" informasiya sisteminin tətbiqi və innovasiya imkanlarından geniş istifadə, həmçinin rəqabət şəraitində aqrəbiznes məhsullarının reallaşdırılması sferasına investisiya qoyuluşu hələ kifayət qədər təmin edilməmişdir. Lakin, dünya təcrübəsi təsdiq edir ki, aqrar sferada istehsal olunan məhsulların reallaşdırılması fəaliyyəti və sistemi onların istehsalı ilə müqayisədə üstün tempdə inkişaf etməlidir.

Rus iqtisadçı alimi, prof. İ.V.Risikovanın fikrincə, təsərrüfatçılıq sistemində reallaşdırma (satış) fəaliyyəti dedikdə, hazır məhsulun bazara hərəkəti prosesinin kompleksi (tələbin formalaşması, sifariş alınması və verilməsi və s.) başa düşülür. Reallaşdırma fəaliyyətinin başlıca məqsədi istehlakçıların tədiyyəqabiliyyətli tələbinin ödənilməsi əsasında sahibkarlıq mənfəətinin alınması prosesində istehlakçıların iqtisadi mənfəətinin təmin edilməsidir. [8, s. 124]

Qeyd etmək lazımdır ki, reallaşdırma məhsul istehsalçıların təsərrüfat fəaliyyətinin son mərhələsidir. Bazar şəraitində onun planlaşdırılması istehsal mərhələsini qabaqlamalıdır.

Aparığımız araşdırmalar göstərir ki, ölkəmizdə aqrəbiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin fəaliyyətinin idarə edilməsinin mühüm istiqaməti məhsulun istehsaladan istehlaka fiziki yerdəyişməsinə görə planlaşdırılması, təşkili və nəzarət üzrə kompleks fəaliyyət kimi başa düşülən mal hərəkətinin optimallaşmasından ibarətdir. Beləliklə, belə nəticəyə gəlmək olar ki, məhsulların hərəkəti və ya irəlilədilməsi prosesinin əsas elementlərinə aqrar məhsulların anbardaxili əməliyyatları, çeşidlənməsi, saxlanması və qablaşdırılması, nəqliyyat əməliyyatlarının yerinə yetirilməsi, daşıma üzrə xidmət göstərilməsi, həmçinin məhsulun satışı aid etmək olar. Bununla yanaşı, müəssisələrin fikrini ümumiləşdirərək aqrar məhsulun reallaşdırılması fəaliyyətinin rolunu əsaslandıraraq mal hərəkətinin əsas elementlərini sxematik olaraq aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar.



Şəkil 1. Aqrəbiznes məhsullarının reallaşdırılması fəaliyyətinin əsas elementləri

Ekspertlərin elmi-praktiki əsaslandırılmalarına görə, məhsulların səmərəli reallaşdırma fəaliyyətinin təşkili üçün onun formalaşmasının aşağıdakı mərhələləri zəruridir:

- satışın məqsədinin müəyyən edilməsi;
- satış strategiyasının seçilməsi;
- satış sistemi vasitəçiləri və iştirakçıların seçilməsi;
- hər bir bölgü kanalının iştirakçıları arasında əməkdaşlığın mümkün yollarının axtarışı.

Aparığımız araşdırmaların nəticəsi təsdiq edir ki, son illər respublikamızda aqrar məhsulların reallaşdırılması fəaliyyəti ilə əlaqədar bəzi problemlər bir çox səbəblərdən yaranmışdır. Bunlar əsasən mövcud qiymətqoymanın mükəmməl olmaması, bazarın zəif infrastrukturunu, istehsalçı-istehlakçı əlaqələrinin pozulması, bazar haqqında zəruri informasiyada çatışmamazlıqlar və s. ibarətdir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, rəqabət şəraitində aqrar məhsulların reallaşdırılması sisteminin fəaliyyətinin başlıca vəzifəsi kənd təsərrüfatı müəssisələri və fermerlərin bazarda mövqeyini qorumaq və üstünlüklərə nail olmağı təmin etməkdir.

Marketinqin nəzəri əsaslarına görə, bazar şəraitinə uyğunlaşmaq üçün ölkənin aqrar məhsul istehsalçıları nə istehsal edilibsə onu satmaq yox, həqiqətdə nə satılırsa onu istehsal etmək prinsipini əsas tutmalıdırlar. Bunun üçün məhsulun reallaşdırılması fəaliyyətinin yeni məzmununu aydın başa düşmək lazımdır.

Müasir iqtisadi ədəbiyyatlarda müəssisənin satış fəaliyyəti bir çox müəlliflər tərəfindən gəlir əldə etmək məqsədilə hazır məhsulun reallaşdırılması prosesi kimi başa düşülür.

Qazaxıstanın iqtisadçı-aqrar alimi prof. T.K.Omurzakovun tədqiqatları ilə aqrar müəssisənin satış fəaliyyətinin xüsusiyyətlərinin aşağıdakı kimi xarakterizə edilməsi məqsədəuyğundur. (cədvəl 1).

Aqrar müəssisələrin istehsal və satış fəaliyyətinin xüsusiyyətləri

Göstəricilər	İstehsal fəaliyyəti	Satış fəaliyyəti
Məzmunu	Bazarın tələbinə cavab verən məhsul istehsalı	Gəlir əldə etməklə hazır məhsulun reallaşdırılması prosesi
Məqsəd	Minimum məsrəflə məhsul istehsalını vaxtında təmin etmək	Məhsulun istehlakçıya səmərəli yollarla çatdırılması
Məqsədə nail olmaq yolları	İstehsal, texnologiya, avadanlıq və iş yerinin təşkilinin seçilməsi	İstehlakçıların tələbinin ödənilməsi üsul və yollarının seçilməsi
İstiqamət	Müəssisənin imkanları	Bazarın tələbatı
Qiymətləndirmə göstəriciləri	İstehsalın həcmi	Satışın həcmi
Əsas istiqamət	İstehsal amillərinin texnoloji imkanları və məhsulla bazarın tələbləri arasında optimal nisbətini müəyyən edilməsi	Malların məqsədli istehlakçılara maksimum yaxınlığı məcmusunu müəyyən etmək
Maliyyə resurslarının çatışmazlığı şəraitində əsas problemlər	Əsas fondların aşınması, köhnə texnologiya, investisiya və innovasiya proqramının məhdudluğu, ETİ həcminin ixtisarı və s.	Vasitəçilərə əməkhaqqı ödənişi, malların kreditlə satışının mümkünsüzlüyü, malların, daşınması və saxlanması xərcləri və s.

Aqrar məhsulların reallaşdırılmasının dövlət tərəfindən həvəsləndirilməsi ərzaq təhlükəsizliyinin təminatına, aqrar məhsul bazarlarının sabitliyinə, məhsulların sahibkarlığın səmərəli sistemini formalaşmasına və ölkədə məhsulların rəqabət üstünlüyünə yönəlmişdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə aqrar məhsulların reallaşdırılmasının dövlət stimullaşdırılması sisteminin əsas istiqamətləri Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsində (06.12.2016) və digər sənədlərdə öz əksini tapmışdır.

Aqrar məhsulların reallaşdırılması fəaliyyəti aqrobiznesin daxili mühitinin ayrılmaz hissəsi olub, istehsal edilən məhsulların bölgüsünün daha səmərəli təşkilini təmin edir və bölgü sisteminin bütün zəncirini – marketing, daşıma, saxlama, logistika xidməti və məhsulların istehlakçıyadək çatdırılması prosesində başa çatan digər əməliyyatları əhatə edir. Bununla yanaşı, məhsulların reallaşdırılması sistemində aqrobiznesin daxili mühitini müəyyən edən xammal və ərzaq istehsal sahələrinin məcmusundan ibarət struktur kimi baxmaq olar.

Nəzərə almaq lazımdır ki, kənd təsərrüfatının rəqəmsal transformasiya şəraitində aqrar sferada məhsulların reallaşdırılması gəlir, mənfəət və rentabellik səviyyəsi kimi göstəricilərin müəyyən edilməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2019-cu il 27 iyun tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş yeni subsidiya “Qaydalar”ına əsasən fermerlər artıq 6 subsidiya növünü EKTİS üzərindən ala biləcəklər.

Qeyd etmək lazımdır ki, rəqabət mübarizəsinin kəskinləşdiyi şəraitdə məhsulun yeni reallaşdırılma forma və metodlarının axtarılması və tətbiqi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Məlum olduğu kimi, hər hansı məhsul yalnız onun reallaşdırılması nəticəsində öz ictimai təsdiqini tapır. Bununla belə, bazar şəraitində aqrar məhsulların reallaşdırılması bəzi problemlərlə üzləşir. Keçid dövründə aqrar müəssisələr təxminən bütün məhsullarını dövlətin müəyyən etdiyi satınalma – tədarük qiymətləri ilə dövlətə təhvil verirdi. Lakin, hazırkı yeni təsərrüfatçılıq şəraitində isə ölkəmizdə məhsulların reallaşdırılması sərbəst bazar qiymətləri əsasında dövlət orqanlarının vasitəçiliyi olmadan tələb və təklif qanununun və bazar konyunkturasının təsiri altında formalaşır.

Nəticə

Aparığımız tədqiqatlar aşağıdakı nəticəyə gəlməyə və müvafiq təkliflər verməyə imkan verir.

- Aqrar sferada aparılan islahatlar şəraitində aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması fəaliyyətinin inkişafı ölkədə ərzaq bazarının formalaşmasının və bütünlükdə kənd təsərrüfatı istehsalının dayanıqlığının mühüm şərtidir.

- Aqrobiznes məhsullarının mərkəzləşdirilmiş qaydada reallaşdırılması sisteminin fəaliyyətinin obyektiv səbəblərdən zəifləməsi və ya dayandırılması, həmçinin real sahibkarlıq şəraitində istehsal səviyyəsinin nisbətən aşağı düşməsi tədarük təşkilatları vasitəsilə dövlət ehtiyacları üçün məhsulların satış həcmində kəskin azalmasına və onun digər kanallarla reallaşdırılmasının artımına səbəb olmuşdur.

- Aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin kifayət qədər ətraflı öyrənilməməsi və bu məqsədlə vahid metodikanın olmaması ölkədə satış kanalları üzrə əmtəəlik məhsulun həcmi müəyyən etməyə imkan vermir.

- Aqrar müəssisələrdə məhsul istehsalı və onların iqtisadi göstəricisinin yüksəlməsi aqrobiznesdə məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətindən xeyli dərəcədə asılıdır.

- Ölkənin ərzaq təhlükəsizliyi və sənayenin xammal təminatı aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin tənzimlənməsini və təkmilləşdirilməsini tələb edir.

- Aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin idarə edilməsinin bazar mexanizminin fəaliyyəti səmərəli satış kanallarının seçilməsini və nəticədə məhsulların minimum xərclə istehlakçıdan istehlakçılara hərəkətini zəruri edir.

- Aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılmasının mərkəzləşdirilmiş sistemindən bazar sisteminə keçid yeni mülkiyyət münasibətlərinə, tələb və təklif nəzərə alınmaqla qiymətin yaranma mexanizminə, məhsul istehsalçılarının rəqabətinə və məhsul satışında sərbəst tərəfdaş seçiminə imkan vermişdir.

- Dövlət ehtiyacları üçün məhsulların satılmasının azalmasına əsas səbəb mərkəzləşmiş sifarişçilərin sistemə olaraq müqavilə öhdəliklərini yerinə yetirmədiklərinə görə, məhsul istehsalçılarının onlara mal göndərməkdə marağının olmamasıdır. Məhz bu səbəbdən ölkəmizdə aqrar məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin aqrobiznesdə rolunu və əhəmiyyətini nəzərə alınmalı və sistem daim təkmilləşdirilməlidir.

Yuxarıda qeyd edilən tövsiyələr və təkliflər aqrar məhsulların reallaşdırılması sisteminin səmərəliliyinin yüksəlməsinə və məhsul istehsalçılarının satış həcmi artırmağa və müəyyən etməyə imkan verir.

ƏDƏBİYYAT

1. Шаринина Н.М. Управление сбытовой деятельности сельскохозяйственное предприятие. Автореферат. ÜoSkar – Ola- 2009
2. İbrahimov İ.N. Aqrar sahənin iqtisadiyyatı. Monoqrafiya. Bakı, 2016, 655 səh.
3. Xəlilov H.A. Aqrar iqtisadiyyatda sistem transformasiyaları və modernləşdirmə şəraiti. Bakı, Mütərcim” nəşriyyatı- 2005, 228 səh.
4. Каскин Т.Т. Совершенствование производственно- сбытовой системы АПК региона. ДІС. работа. Новосибирск- 2015,165 с.
5. Сбыт и сбытовая политика в системе маркетинга современных предприятиях экономика. [Электронный ресурс]–st.ru>upravlenie/ marketing/.
6. Основы реализации сельскохозяйственной продукции – Biofile. ru Biofile.ru /bio/ 34484.html
7. Quliyev E. Aqrar iqtisadiyyat. Dərslik. “Kooperasiya” nəşriyyatı. Bakı -2015, 320 səh.
8. Рысикова И.В. Управление сбытом сельхозпродукции Воронеж-2005 (Автореферат).

*Айтен Акиф кызы Шукюрова
преподаватель, диссертант
Азербайджанский Университет Кооперации*

Место и роль деятельности реализации продукции в сфере агробизнеса

Резюме

Главной задачей эффективной реализации и распределения аграрной продукции является улучшение финансового состояния товаропроизводителей, обеспечение продовольственной безопасности и в конечном результате повышении социально-экономического состояния населения.

В статье рассмотрены сущность, понятия агробизнеса, системы и деятельности по реализации продукции, каналы распределения и проблемы решения поиска традиционных путей, решения проблем.

На основе проведенных анализов научно обоснованы место, роль и значение реализации продукции в сфере агробизнеса.

Ключевые слова: агробизнес, деятельность реализации, продукции, система реализация. каналы сбыта.

*Aytan Arif Shukurova
Teacher, candidate for a degree
Azerbaijan Cooperation University*

The place and role of product realization activity in agribusiness sphere

Summary

The main aim of the efficient realization and share of agrarian products is to improve the financial condition of producers, the provision of food security and at the end increase the social-economic condition of population. In the contemporary agribusiness the place and role of product realization activity have been based, the theoretical bases of their sale and the efficient solutions of realization in modernization of agrarian sphere have been researched in the article.

Key words: agribusiness, realization activity, product, realization system, sale channels.