

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏHSULLARI İXRACININ STİMULLAŞDIRICI İSTİQAMƏTLƏRİ

İxtisas: 5312.01 - Sahə iqtisadiyyatı

Elm sahəsi: İqtisad elmləri

İddiaçı: **Elbrus Həsən oğlu Əkbərov**

fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi
almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın

AVTOREFERATI

Bakı – 2024

Dissertasiya işi Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi tabeliyində Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzində yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər:

iqtisad elmləri doktoru, professor
Rəsul Ənvər oğlu Balayev

Rəsmi opponentlər:

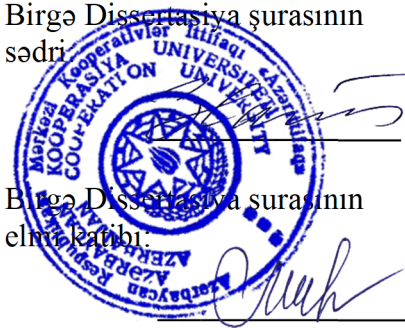
iqtisad elmləri doktoru
Arzu Nəcəf oğlu Həsənov

iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Azər Maarif oğlu Pənahov

iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Adil Şeyruz oğlu Hüseynov

Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Azərbaycan Kooperasiya Universiteti nəzdində fəaliyyət göstərən ED 2.46 Azərbaycan Kooperasiya Universiteti və Bakı Biznes Universitetinin Birgə Dissertasiya şurası

Birgə Dissertasiya şurasının
sədri



AMEA-nın həqiqi üzvü,
iqtisad elmləri doktoru, professor
Ziyad Əliabbas oğlu Səmədzadə

Birgə Dissertasiya şurasının
elmi katibi

iqtisad elmləri üzrə fəlsəfə
doktoru, dosent
Samirə Yaşar qızı Məmmədova

Elmi seminarın sədri:

iqtisad elmləri doktoru, professor,
Əməkdar kənd təsərrüfatı işçisi
İslam Hacı oğlu İbrahimov

İŞİN ÜMUMİ SƏCİYYƏSİ

Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi. Müasir Azərbaycanda həyata keçirilən sosial-iqtisadi islahatların əhatə etdiyi sahələr arasında kənd təsərrüfatı xüsusi yer tutur. Bu sahənin inkişafına olan diqqət və dəstək onun əhəmiyyətindən irəli gəlir. Məlum olduğu kimi, kənd təsərrüfatı ölkədə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin, əhalinin məşğulluğunun və rifahının yüksəldilməsinin əsası, həmçinin iqtisadiyyatın yüngül və yeyinti sənaye sahələrinin xammal bazasıdır. 2015-2016-cı illərdə dünya bazarında neftin qiymətinin kəskin azalması müstəvisində ölkəmizin xarici valyuta gəlirlərinin azalması bir daha aqroimkanlardan səmərəli istifadə məsələlərini gündəmə gətirdi. Azərbaycan Respublikasının prezidenti İlham Əliyevin 2016-cı il dekabrın 6-da imzaladığı Fərmanla təsdiq olunmuş “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndə bir sıra hədəf və prioritetlər, xüsusən idxalın əvəzlənməsi, ixracın təşviqi və mövcud ixrac imkanlarından maksimum istifadə ilə bağlı konkret addımlar müəyyən edilmişdir.

Ölkə başçısının 2021-ci il 2 fevral tarixli Sərəncamı ilə təsdiq olunmuş “Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər”də kənd təsərrüfatının inkişafı və onun ixrac potensialının genişləndirilməsi vəzifəsi dolayı şəkildə olsa da yenə də diqqət mərkəzində saxlanılmışdır. Milli Prioritetlərdə növbəti onillik üçün ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı üzrə reallaşdırılması nəzərdə tutulan beş prioritetdən: a) inklüziv, dinamik, sosial ədalət prinsiplərinə əsaslanan cəmiyyət, b) rəqabətli insan kapitalı, müasir innovasiyalar məkanına çevirilmə, o cümlədən, üçü, c) dayanıqlı artan rəqabətqabiliyyətli iqtisadiyyat, d) işğaldan azad edilmiş ərazilərə (İAEƏ) qayıdış, eləcə də, e) ekoloji cəhətdən təmiz ətraf mühitə sahib olmaq və yaşıl artım ölkəsinə çevrilmək prioritetləri bilavasitə kənd təsərrüfatı ilə bağlıdır. Şübhəsiz ki, bütövlükdə milli iqtisadiyyatın və onun ayrı-ayrı sahələrinin dayanıqlı inkişafına nail olunması inteqrasiya əlaqələrinin genişləndirilməsini, milli aqrar-ərzaq sektoru müəssisələrinin xarici bazarlarda bazar mövqeyinin tədricən yüksəldilməsini zəruri edir. Əslində bu səmərəli iqtisadi fəaliyyətin və davamlı inkişafın başlıca istiqamətidir. Qeyd etmək lazımdır ki, kənd

təsərrüfatı istehsalçılarınin fəaliyyətinin yerli bazarla məhdudlaşması sahənin inkişafına, həm də əhalinin və dövlətin iqtisadi maraq və mənafeələrinə də öz təsirini göstərir. İxrac qabiliyyətli məhsul istehsalının artması və aqroemal müəsisələrinin genişlənməsi bir tərəfdən əhalinin və dövlətin gəlirlərinin artmasına, digər tərəfdən isə ölkənin öz məhsulları vasitəsilə tanınmasına səbəb olur.

Milli iqtisadiyyatın digər sahələrindən fərqli olaraq aqrar istehsal məhsullarının xarici bazarlara çıxarılması imkanları mövcud potensialdan səmərəli istifadə səviyyəsindən asılıdır. Məsələn ondan ibarətdir ki, kənd təsərrüfatı məhsulları ilə xarici ticarət imkanlarının reallaşdırılması heç də həmişə arzu edilən səviyyədə baş vermir. Mövcud potensialdan daha səmərəli istifadə edilməsi kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı imkanlarının artırılması ilə bağlıdır. Bu sahədə iqtisadi-təsərrüfat fəaliyyətinin beynəlmilləşməsi resurslardan faydalı istifadədən tutmuş xarici bazarlarda rəqabət üstünlüyünə nail olmanın gerçəkləşdirilməsinə qədər olduqca geniş aspektdə problemlərin kompleks şəkildə tədqiq olunması məsələsini gündəmə gətirir. Milli iqtisadiyyatın dinamik inkişaf etdiyi bir dövrdə xarici bazarlara çıxış imkanlarının təhlili və bu istiqamətdə strategiyanın işlənməsi və həyata keçirilməsi, Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı ilə məşğul olan sahibkarların xarici bazarlara çıxış mühitinin araşdırılması, həmin bazar subyektlərinin xarici bazara çıxış qərarlarının qəbulu zamanı sərfəli alqoritmin müəyyən edilməsi, kənd təsərrüfatı məhsullarının dünya bazarlarına çıxışının daha da stimullaşdırılması işinin təkmilləşdirilməsi və bir sıra başqa məsələlər öz həllini gözləməkdədir.

Respublikada kənd təsərrüfatı məhsullarının dünya bazarlarına çıxış imkanlarının aşkarlanması, bu imkanların gücləndirilməsi, xüsusilə ərzaq sektorunun ixrac yönümlü dəstəklənməsi dövlətin aqrar siyasətinin prioritet istiqamətlərindən biri kimi bəyan olunmuşdur. Sadalanan məsələlərin həyata keçirilməsi üçün müvafiq elmi təminatın formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi nəticəsində kənd təsərrüfatı məhsullarının dünya bazarlarına çıxışı üzrə araşdırmalar əhatəli və intensiv surətdə davamlı olmalıdır. Bu, tədqiq olunan mövzunun kifayət qədər aktual olduğu qənaətinə gəlməyə imkan verir.

Digər bir tərəfdən isə, 30 ildir ki, həm məhsuldar, həm də münbit

kənd təsərrüfatı üçün yararlı olan torpaqlarımızın müəyyən bir hissəsinin ermənilərin işğalında olması və təsərrüfat dövriyyəsiindən kənarda qalması ölkəmizin kənd təsərrüfatına külli miqdarda ziyan vurmuşdur. Azərbaycan ordusunun göstərdiyi qəhrəmanlıq nəticəsində azad olunmuş torpaqlarda sosial-iqtisadi inkişaf proseslərinə başlanılması yeni obyektiv reallıqların formalaşmasını şərtləndirmişdir. Bu da öz növbəsində istehsal olunan kənd təsərrüfatı məhsullarının həcmnin və çeşidinin genişləndirilməsi potensialını əhəmiyyətli dərəcədə artırmışdır. Bunun davamı olaraq, istehsal olunan milli kənd təsərrüfatı məhsullarının brendləşdirilməsi və xarici bazarlara çıxarılması istiqamətində genişmiqyaslı tədbirlərin görülməsi zərurəti yaranmışdır.

Bununla bağlı respublikamızın, o cümlədən bir sıra xarici ölkələrin iqtisadçı alimlərinin tədqiqat işlərində xarici bazarlara çıxış məsələləri və kənd təsərrüfatı istehsalçıların ixrac potensialının stimullaşdırılması məsələlərinin tədqiqinə geniş yer verilmişdir və bu istiqamətdə tədqiqatlar davam etdirilməkdədir. Bu baxımdan respublikamızın tanınmış iqtisadçı alimlərindən Z.Ə.Səmədzadə, E.A.Quliyev, B.X.Ataşov, İ.H.İbrahimov, İ.A.Aliyev, S.V.Salahov, A.Ş.Şəkərliyev, R.Ə.Balayev, V.H.Abbasov, A.F.Abbasov, M.C.Hüseynov, A.K.Ələsgərov, E.M.Hacızadə, G.Ə.Gənciyev, V.İ.İsmayılov, E.İ.Emir-İlyasova, S.İ.Vəliyeva, N.C.Qafarov, F.Ə.Qənbərov, V.Ə.Qasımlı və başqalarının elmi araşdırmalarını xüsusi qeyd etmək olar. Adları çəkilən alimlərimizin elmi əsərlərində və tədqiqatlarında araşdırılan problem üzrə ümumiləşdirmələr aparılmış, onun həlli yolları barədə əsaslandırılmış elmi-təcrübi əhəmiyyətli təkliflər və tövsiyələrdə öz əksini tapmışdır.

Xarici ölkələrin sahə üzrə ixtisaslaşmış alim və tədqiqatçıların əsərlərində də müvafiq məsələlərin həllinə geniş yer verilmişdir. Qeyd etmək olar ki, araşdırma mövzusunun nəzəri bazası barədə klassik iqtisadi məktəbin nümayəndələrinin elmi fikirləri hələ də öz aktuallığını saxlamaqdadır. Bundan əlavə P.E.Samuelsonun, F.Kotlerin, M.E.Porterin, E.B.Starodubseva, C.Lorensin, R.D.Piterin, A.R.Kulov, İ.İ.Dyumulen, V.V.Filatov, E.A.Mazeina, T.Moilanen, O.M.Tyukarkina və digərlərinin fəaliyyətlərinin yetərincə faydalı olması inkaredilməzdir.

Deyilənlərlə yanaşı qeyd etməliyik ki, respublikamızın, eyni zamanda xarici ölkə tədqiqatçıları bilavasitə kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazara çıxış imkanlarının artırılması üçün stimullaşdırıcı istiqamətdə daha səmərəli yolların aşkarlanmasını, onların reallaşdırılması məsələlərini prioritet olaraq qarşılarına məqsəd kimi qoymamışlar. Buna görə də, kənd təsərrüfatı məhsullarının dünya bazarlarına çıxış imkanlarının artırılması istiqamətində hələ də öz həllini gözləməkdə olan bir sıra iqtisadi problemlər vardır. Bütün bunlar əsasən xarici bazarda artıq dominant rolunda çıxış edən subyektlərin olması, brendlərlə rəqabət aparmağın mürəkkəbliyi, Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzvlüklə bağlı maneələr, beynəlxalq bazarda konyunktur dəyişikliklər, valyuta məzənnəsindəki tərəddüdlər və s. ilə bağlıdır.

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Dissertasiyanın obyektı Azərbaycan iqtisadiyyatının məhsullarının ixracı ilə məşğul olan subyektlərin toplusudur. Tədqiqatın predmeti isə kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı potensialı və onun stimullaşdırılmasının reallaşdırılmasının təşkilati-iqtisadi mexanizmləri, üsul və vasitələridir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri. Tədqiqatın məqsədi ölkəmizdə qəbul edilmiş strategiya, proqram, strateji yol xəritələri və konsepsiyalara uyğun olaraq, kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının təşviqi və stimullaşdırılmasının elmi-nəzəri əsaslarının müəyyən edilməsindən, ixrac potensialına təsir edən amillərin təhlilindən, ixracın ərazi və coğrafi strukturunun qiymətləndirilməsindən, bu prosesdə stimullaşdırıcı iqtisadi təsir vasitələrindən səmərəli istifadə üzrə əsaslandırılmış təklif və tövsiyələrin hazırlanmasından ibarətdir. Bunun üçün aşağıdakı əsas vəzifələrin yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac potensialının gücləndirilməsinə dair konseptual əsasları müəyyən etməkdən;
- milli ərzaq təhlükəsizliyinin təminatı üzrə müasir baxışlara müqayisəli yanaşma və onların ümumiləşdirilməsi;
- kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə ixrac fəaliyyətinin formalaşdırılmasında və stimullaşdırılmasında marketing tədqiqatlarının obyektiv zəruriliyinin əsaslandırılması;

- kənd təsərrüfatı məhsullarının səmərəliliyinin mövcud vəziyyəti və ixracı həcminə təsir göstərən amillərin təhlili və qiymətləndirilməsi;
- kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının coğrafi və əmtəə strukturunun dəyişməsinin kompleks təhlili;
- milli brendlərin yaradılmasının aqrar ərzaq sektorunda məhsul ixracının artırılmasına təsirinin əsaslandırılması;
- müasir reallıqlar və çağırışlar, o cümlədən yeni iqtisadi rayonların formalaşdırılması müstəvisində əlavə potensial nəzərə alınmaqla kənd təsərrüfatı məhsullarının dövlət tərəfindən ixracının stimullaşdırılması istiqamətlərinin və vasitələrinin müəyyənləşdirilməsi.

Tədqiqatın metodları. Tədqiqat işində Azərbaycanın və xarici ölkələrin aqrar sahənin aktual problemlərinin araşdırılması ilə məşğul olan tanınmış iqtisadçı alimlərin kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının təşkili və stimullaşdırılması problemlərinə həsr olunmuş elmi-tədqiqat əsərlərindən, Respublika Prezidentinin fərman və sərəncamlarından, aidiyyəti qanunlardan, ölkədə bu sahədə qəbul edilmiş qərarlardan və hüquqi sənədlərdən istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın metodoloji əsaslarını kənd təsərrüfatı məhsulları ilə xarici ticarətin stimullaşdırılmasına, istehsalın innovasiyalı təşkilinə, idxalın əvəzlənməsinə və ixracın stimullaşdırılmasına istiqamətləndirilmiş iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi mexanizminə dair əsaslandırılmış və ümumiləşdirilmiş elmi müddəalar təşkil edir.

Tədqiqat prosesinin aparılmasında müşahidə, ümumiləşdirmə, müqayisəli təhlil və sintez, həmçinin müvafiq statistik-riyazi metodlardan istifadə olunmuşdur.

Müdafiyyə çıxarılan əsas müddəalar. Dissertasiyanın məqsədinə, elmi yeniliklərinə və yerinə yetirilməsinin yekun nəticələrinə uyğun olaraq, aşağıdakı müddəalar müdafiyyə çıxarılır:

- ✓ kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafının konseptual məsələlərinin araşdırılması zəminində kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazarlara çıxarılması imkanlarının stimullaşdırılmasının müəyyən edilməsi və genişləndirilməsinin, eləcədə milli sahibkarların xarici bazarda

mövqeyinin tədricən gücləndirilməsinin elmi baxımından səmərəli idarəetmə mexanizmlərinin işlənməsi zəruridir;

- ✓ xarici bazarlara çıxışın stimullaşdırılması meyillərinin müəyyənləşdirilməsi, bazara çıxış potensialının stimullaşdırıcı alətlərinin və elementlərinin əsaslandırılmış formada seçimi bütün subyektlər üçün faydalı ola bilər;
- ✓ kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıların beynəlxalq ticarət münasibətləri sistemində, stimullaşdırıcı və səmərəli fəaliyyət prinsiplərinin təmin olunmasında və rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsində marketinq tədqiqatlarının aparılmasına ehtiyac yaranmışdır;
- ✓ kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının coğrafi və əmtəə strukturunun bazar tələbatına uyğulaşdırılmasına, eləcə də aqrar ixracatçılara stimullaşdırıcı dövlət dəstəyi mexanizminin təkmilləşdirilməsinə yönəldilmiş tənzimlənmə tədbirlərinin görülməsi tələb olunur;
- ✓ aqrar istehsal subyektlərinin xarici bazarlara çıxış və onların bazar mövqelərinin möhkəmləndirilməsi məqsədilə onların fəaliyyətinin stimullaşdırılması üzrə ardıcıl və səmərəli tədbirlərin həyata keçirilməsinə ehtiyac vardır;
- ✓ kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və ixracı üçün geniş potensiala malik olan torpaqlarımızın işğaldan azad edilməsi ilə yaranan əlavə imkanlar və perspektivlər nəzərə alınmaqla, kənd təsərrüfatı məhsullarının daha böyük həcmdə və coğrafi ərazidə xarici bazarlara çıxarılması istiqamətləri və mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi zəruridir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Tədqiqat işinin elmi yeniliyini aşağıdakı ardıcıl müddəalar şəklində təqdim etmək olar:

- kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-ixrac imkanlarından səmərəli istifadənin iqtisadi-sosial təsirləri elmi-nəzəri baxımdan əsaslandırılmışdır;
- kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac imkanlarının stimullaşdırılmasında marketinq yanaşmanın zəruriliyi əsaslandırılmışdır;
- ölkədə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasında kənd təsərrüfatı məhsullarının idxal-ixrac nisbətlərinin dəyişməsinə

və xarici bazara çıxış strategiyasından gözlənilən nəticələri şərtləndirən amillər, həmçinin potensial ixrac ölkələrinin imkanları təhlil olunmuş və qiymətləndirilmişdir;

- ixracyönümlü məhsullar istehsal edən aqrar təsərrüfatçılıq subyektlərinə bütün mümkün variantlarda dövlətin stimullaşdırıcı dəstəyinin genişləndirilməsi imkanları, ixracın əmtəə strukturunun dəyişməsinə şərtləndirən amillərin təsir istiqamətləri müəyyən edilmiş, ixracın stimullaşdırılmasını şərtləndirən amillər arasındakı asılılıqlar ekonometrik üsullarla qiymətləndirilmişdir;
- kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı coğrafi və əmtəə strukturu baxımından qiymətləndirilmiş, onların dəyişməsinə təsir göstərən amillər sistemi təhlil olunmuşdur;
- yeni iqtisadi rayonlaşma ilə əlaqədar İAEƏ-də yaradılan rayonların təbii-iqtisadi potensialından kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının artırılması və stimullaşdırılması istiqamətlərində səmərəli istifadə mexanizmi əsaslandırılmışdır.

Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti. Tədqiqat nəticəsində əldə olunan ümumi nəticələr və əsaslandırılmış təkliflər ölkəmizdə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının genişləndirilməsi vəzifələrinə uyğun olaraq, aqrar istehsal məhsullarının istehsalının inkişafını şərtləndirən amillərin aşkar edilməsi və qiymətləndirilməsi, xarici bazarlara çıxış imkanlarının genişləndirilməsi, eləcə də bu proseslərdə iqtisadi tənzimləmə vasitələrindən səmərəli istifadə mexanizmlərinin işlənilməsində faydalı ola bilər.

Göstərilənlərdən əlavə verilən təklif və tövsiyələrdən kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının stimullaşdırılması və genişləndirilməsi üzrə qarşıya qoyulan hədəf və prioritetlərə nail olunmasında, daxili bazarın müvafiq seqmentində marketing araşdırmalarının aparılmasında mövcud və gözlənilə bilən təcrübi problemlərin aradan qaldırılmasında da istifadə edilə bilər.

Tədqiqat işinin nəticələrindən və əsas müddəalarından iqtisad yönümlü ali və orta ixtisas təhsil müəssisələrində tədris olunan uyğun fənlər üzrə mühazirə mətnlərinin hazırlanmasında istifadə oluna bilər.

Aprobasiyası və tətbiqi. Tədqiqat işinin əsas nəzəri müddəaları Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının tövsiyə etdiyi yerli və xarici jurnallarda, respublika və beynəlxalq elmi-praktik konfransların materiallarında öz əksini tapmışdır. Müəllifin 3-ü xaricdə olmaqla 10 elmi işi, o cümlədən 5 məqaləsi (biri xaricdə olmaqla) və 5 beynəlxalq konfrans materialı (ikisi xaricdə olmaqla) dərc olunmuşdur. Bunlardan “Azərbaycanın regional əhəmiyyətli logistik mərkəzə çevrilməsi yolları” (Bakı, 2018), “Importance of marketing researches in formation of commodity market” (Baku, 2020), “Стимулирование экспорта сельскохозяйственной продукции в Азербайджане” (Пенза, 2022) adlı konfrans materialları, “Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı və ixrac potensialının artırılması məsələləri” (Bakı, 2019), “Ərzaq təhlükəsizliyinin milli təhlükəsizlik sistemində yeri” (Bakı, 2020), “Основные направления повышения эффективности экспорта сельскохозяйственной продукции в Азербайджане” (Москва, 2022) adlı elmi məqalələri dərc edilmişdir.

Dissertasiya işinin yerinə yetirildiyi təşkilatın adı. Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi tabeliyində Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi.

Dissertasiyanın struktur bölmələrinin ayrılıqda həcmi qeyd olunmaqla dissertasiyanın işarə ilə ümumi həcmi. Giriş (19570 işarə), I fəsil (88110 işarə), II fəsil (66220 işarə), III fəsil (50116 işarə), nəticə (11496 işarə) və 145 adda istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı olmaqla, dissertasiyanın ümumi həcmi (254924) işarədən ibarətdir. Dissertasiyanın işarə sayı cədvəllər, sxemlər, diaqramlar, qrafiklər və istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı istisna olmaqla 217268 işarədir.

TƏDQIQATIN ƏSAS MƏZMUNU

Dissertasiyanın girişində mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi, tədqiqatın məqsəd və vəzifələri, obyektı və predmeti, müdafiyyə çıxarılan əsas müddəalar, tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki əhəmiyyəti, aprobasiyası şərh edilir və əsaslandırılır.

Dissertasiya işinin **“Kənd təsərrüfatı məhsulları ixracının stimullaşdırılmasının nəzəri-metodoloji əsasları”** adlı I fəslində kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac potensialının gücləndirilməsinin konseptual əsasları, milli ərzaq təhlükəsizliyinin təminatı və kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafına dair müasir baxışlar, kənd təsərrüfatı məhsulları ixracının artırılması və stimullaşdırılmasında marketing tədqiqatlarının rolu və əhəmiyyəti tədqiq olunur.

Araşdırmalar göstərir ki, kənd təsərrüfatı istehsalının formalaşması və onun inkişafı, kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının yenidən təşkili məsələləri onun tənzimləmə siyasətinin düzgün həyata keçirilməsi ilə birbaşa əlaqəlidir. Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının hədəf kimi müəyyən edilən strateji məqsədlərə nail olunması istiqamətində dövlətin tənzimləmə siyasətinin müxtəlif təsir alətlərindən istifadə olunur və ixrac potensialının gücləndirilməsinin uğurlu nəticələri bu təsir alətləri ilə əlaqəli olur. Bu baxımdan, kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının mahiyyəti və ixrac potensialının gücləndirilməsinin konseptual məsələlərinin araşdırılması və təhlili böyük elmi və təcrübi əhəmiyyətə malikdir.

Dissertasiyada qeyd edilir ki, 2003-cü ildən başlayaraq regionların sosial-iqtisadi inkişafı ilə bağlı dövlət proqramı çərçivəsində həyata keçirilən fəaliyyət artıq öz bəhrəsini verməkdədir. Bu istiqamətdə respublikada üç proqram həyata keçirilib və növbəti dövrü əhatə edən 29 yanvar 2019-cu il tarixli Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafına dair dövlət proqramı hazırda uğurla həyata keçirilir. Sadalanan proqramlar regionların sosial-iqtisadi inkişafı üçün əlverişli şərait yartmışdır. Bu deyilənlərin məntiqi nəticəsidir ki, ölkədə iqtisadiyyatın diversifikasiyasına, dünya təsərrüfat sisteminə səmərəli inteqrasiyasına, həyat səviyyəsinin yükləndirilməsinə nail olunmuş, eyni zamanda qeyri-neft sektorunun inkişafı hesabına yeni müəssisələrin və iş yerlərinin yaradılması, yoxsulluğun azaldılması və

s. məsələlər artıq öz həllini tapmaqdadır. Dissertasiyada göstərilir ki, kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı və ixrac potensialının gücləndirilməsi sahəsində tədbirlərin həyata keçirilməsinə başlamazdan öncə kənd təsərrüfatının vacib sahələri müəyyən edilməli və əhəmiyyətli hesab edilən addımlar atılmalıdır. Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı və ixrac potensialının gücləndirilməsi nöqtəyi-nəzərdən bu sahə üzrə ən vacib istiqamətlərə aşağıdakılar aid edilə bilər:

- kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının davamlı inkişafına və ixrac potensialının gücləndirilməsinə nail olunması;
- kənd təsərrüfatı istehsalında dövlət dəstəyinin həyata keçirilməsi və ərzaq təhlükəsizliyi probleminin dövrün tələblərinə uyğun olaraq tənzimlənməsi;
- kəndlərdə infrastruktur sahələrin daha da inkişaf etdirilməsi;
- aqrar sektorda işləyənlərin gəlirinin ölkə üzrə orta göstərici normasına yaxınlaşdırılması;
- ətraf mühitin zərərli tullantılardan qorunması müstəvisində ekoloji tarazlığın təmin olunması;
- kənd təsərrüfatında işləyənlərin bilik, bacarıq və peşəkarlıq səviyyələrinin artırılması;
- ölkədə ekoloji təmiz ərzaq siyasətinin həyata keçirilməsi.

Beləliklə, əsas hədəflərdən də göründüyü kimi, kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı və ixrac potensialının artırılmasının təmin olunması ümummilli məqsədlərə nail olmağa söykənir, məhz bu baxımdan bu işə dövlət dəstəyinin verilməsi önəmlidir.

Ərzaq təhlükəsizliyinin təminatı və kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının tədqiqinə geniş yer verilir. Ərzaq təhlükəsizliyinə lazımi səviyyədə nail olmaq üçün qida məhsulları kifayət qədər olmalı, eyni zamanda hər kəs ərzaqdan ehtiyacına uyğun yararlanmaq imkanında olmalı, həmçinin onların təchizatı müqayisəli sabitlikdə saxlanılmalıdır. Ərzaq təhlükəsizliyi cəmiyyət üzvləri üçün lazım olan ərzaq məhsullarının yetərli səviyyədə olması imkanını yaratmalıdır. Ərzaq təhlükəsizliyinə nail olmanın əsas meyarlarından biri də ərzağın miqdarı, həcmi, keyfiyyəti, çeşidi hər bir fərdin normal fiziki fəaliyyəti və sosial inkişafı baxımından lazımi miqdarda və həcmdə olması şərtidir. Bütün bunlar eyni zamanda millətin sağlam genofondunun

formalaşmasında, əhalinin geniş təkrar istehsalda iştirakının təmin edilməsində və sonunda cəmiyyətin demokratik inkişafı üçün geniş yollar açır. Ölkədə milli səviyyədə ərzaq təhlükəsizliyi konsepsiyası təkcə ölkənin özünü ərzaqla təminatını həyata keçirməklə məhdudlaşmır, eyni zamanda zəruri miqdarda ərzaq məhsullarını ölkə daxili tələbatı ödəmək məqsədilə istehsal etməli, həmçinin lazım olduğu təqdirdə xarici ölkələrdən zəruri miqdarda ərzaq məhsulları idxal edilməlidir. Əhalinin ərzaq məhsulları ilə təminatının yaxşılaşdırılması və eyni zamanda ərzaq probleminin həlli bütövlükdə ölkənin inkişafı üçün mühüm əhəmiyyət kəsb etməklə yanaşı həm də mühüm sosial-iqtisadi məsələdir. Dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri kimi əhalinin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması milli, sosial, ekoloji, itisadi və demoqrafik məsələləri də özündə cəmləşdirir. Böhranlar, müəyyən ictimai qurluşlarda baş verən radikal dəyişikliklər, fəlakətlər, müharibələr, təbii hadisələr və s. də ərzaq çatışmazlığı yaradan amillər sırasındadır. Ərzaq təhlükəsizliyinin ölkənin milli təhlükəsizlik sistemində digər bir əhəmiyyəti də ekoloji təhlükəsizliklə əlaqədar olmasıdır.

Fəaliyyəti istər daxili bazarın, istərsə də xarici bazarların tələbatının ödənilməsinə istiqamətlənən aqrar təsərrüfat subyektlərinin uğurlu fəaliyyətində marketinq xidmətləri və tədqiqatları əhəmiyyətli yer tutur. Bazarın hərtərəfli araşdırılması aparılmadan orada fəaliyyətə başlamaq, mövqe qazanmaq və onu möhkəmləndirmək mümkün deyil.

Marketinq tələbatın və tələbin təhlilinə daha dərinədən, elmi yanaşmalarda tətbiq edilən bazarın, o cümlədən aqrar məhsullar bazarının təhlili alətləri, satışın həcmnin proqnozlaşdırılması metodları, bazarın tədqiqinin müxtəlif vasitələrinin kompleksidir.

İşdə marketinqin idarəetmə funksiyası-bazarın təhlili, tədqiqat, istehsalın, marketinqin və maliyyənin qarşılıqlı əlaqəsi araşdırılır, əməliyyat marketinqi ilə strateji marketinqin müqayisəli təhlili verilir. Müəllif marketinqin bazarda rolunu təhlil edərək müəssisədə marketinq şöbəsinin yaradılmasının vacibliyini əsaslandırır. Marketinq tədqiqatlarının aparılma istiqamətləri aşağıdakıları əhatə edir: müştərilərin və istehlakçıların tədqiqi; bazarın tədqiqi; rəqiblərin tədqiqi; müəssisənin məhsul siyasətinin tədqiqi; qiymət siyasətinin

tədqiqi; məhsulların bölüşdürülməsi və satış kanallarının tədqiqi; satışın stimullaşdırılması sisteminin və reklamın tədqiqi; marketing mühitinin tədqiqi və s. Sadalanan bu istiqamətlər həm də ixrac fəaliyyətilə məşğul olan təsərrüfat subyektlərinin marketing tədqiqatlarının aparılma istiqamətləridir. Bilavasitə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan müəssisələr bazarın və rəqiblərin öyrənilməsinə, məhsulların bölüşdürülməsi və satış kanallarının tədqiqinə, marketing mühitinin izlənilməsinə daha çox diqqət yetirirlər. Reklam fəaliyyətinin və satışın stimullaşdırılması sisteminin tədqiqi kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal edən müəssisə və təsərrüfatlar tərəfindən çox da diqqətə alınmır. Kənd təsərrüfatı xammalı və ərazq məhsulları bazarının tədqiqi zamanı bazarın coğrafi baxımdan yerləşməsi, onun konyunkturasını xarakterizə edən göstəricilərin səviyyəsinin dəyişmə meyli, bazarın tutumu, istehlakçıların kənd təsərrüfatı xammalı və ərzaq məhsullarına münasibəti və s. öyrənilə bilər. Sadalananlar sırasında bazarın tutumunun araşdırılması kənd təsərrüfatı xammalı və ərzaq məhsullarının ixracı baxımdan mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Bazarın tədqiqi olmadan həmin bazara məhsulların düşünülməmiş təklifi müəssisələrin əldə etmək istədikləri gəlirlərdən məhrum olmaları deməkdir. Qeyd edilən bu problemin həllinə “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndə də xüsusi diqqət yetirilmişdir.

Dissertasiya işinin **“Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac potensialına təsir göstərən amillərin təhlili və qiymətləndirilməsi”** adlı II fəsildə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının və onun səmərəliliyinin mövcud vəziyyətinin təhlili, ixrac potensialına təsir edən amillərin təhlili və qiymətləndirilməsi, kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının coğrafi və əmtəə strukturunun təhlili tədqiq olunur. Son illərdə respublikamızda kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə istehsalın ümumi həcmi əhəmiyyətli dərəcədə artmış və hazırda yerli istehsalın hesabına əhalinin kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarına olan tələbatının çox hissəsi ödənilir. Kənd təsərrüfatının bütün təsərrüfat kateqoriyalarında ümumi məhsul istehsalı 2010-cu ilə nisbətən 2015-ci ildə 45,3%, 2020-ci ildə 2,2 dəfə artmışdır. Bu göstərici 2022-ci ildə 2015-ci illə nisbətdə 1,9 dəfə artmışdır. Kənd

təsərrüfatında yaranan ümumi məhsul istehsalının çox hissəsi fərdi sahibkar, ev təsərrüfatlarının, kəndli və ailə təsərrüfatlarının, az bir hissəsi aqrar sektorda fəaliyyət göstərən müəssisələrin payına düşür.

Bitkiçilik məhsullarının quruluşunda ən yüksək paya tərəvəz məhsulları malikdir. Onun istehsalı son illərdə ardıcıl olaraq artıma doğru meyl etmişdir. Bitkiçilik məhsullarının quruluşunda ikinci ən yüksək pay dənلیلər və dənli paxlалılar malik olmuşdur. Bu məhsulların xüsusi çəkisi 2022-ci ildə 12,7 % təşkil etmişdir.

Hazırda ölkəmizdə heyvandarlığın inkişafında malqaranın cins tərkibini yaxşılaşdırılmaqla məhsuldarlığı yüksəltmək, maldarlıqda idarəçiliyi təkmilləşdirmək, intensiv, eyni zamanda yarımintensiv saxlama üsullarını genişləndirmək, təbii ehtiyatlardan səmərəli şəkildə istifadə etməklə güclü yem bazasını yaratmaq strateji fəaliyyətin əsas istiqamətləri hesab edilir. Bununla əlaqədar məhsuldarlığı yüksək olan qaramalın idxal edilərək istehsalçılara lizinqə verilməsi, mövcud olan heyvanların süni mayalanma vasitəsilə ilə genetik potensialının yaxşılaşdırılması, eyni zamanda damazlıq heyvanların istehsalçıların özləri tərəfindən idxal etmələri təşəbbüslərinin dəstəklənməsi və s. kimi tədbirlər həyata keçirilir.

Dissertasiyada 2022-ci ildə respublikanın kənd təsərrüfatında ümumi məhsulun quruluşu təhlil edilir, ayrı-ayrı məhsulların xüsusi çəkisinin dəyişmə meyli araşdırılır. Hesablamalarla müəyyən edilir ki, çalışanların sayı, əsas kapitalın dəyəri və əsas kapitalla investisiyaların həcmnin kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına birgə təsirini xarakterizə edən çoxamilli korrelyasiya əmsalının qiyməti 0,998-ə bərabərdir. Determinasiya əmsalının (R^2) 0,996-ya bərabər olması isə kənd təsərrüfatı sektorunda ümumi məhsul istehsalında yaranan variasiyanın 99,6 %-nin yuxarıda adları çəkilən amillərin təsiri ilə, 0,4 %-nin isə sair amillərlə əlaqədar olmasını göstərir. Korrelyasiya cədvəlinin təhlili göstərir ki, əlaqənin sıxlığı məhsul istehsalı ilə işləyənlərin sayı arasında əlaqənin sıxlığı 0,985-ə, məhsul istehsalı ilə əsas kapitalla investisiyalar arasında əlaqənin sıxlığı 0,901-ə, məhsul istehsalı ilə əsas fondlar arasında əlaqənin sıxlığı 0,994-ə bərabər olmuşdur. Yəni kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı ilə müvafiq amillər arasında əlaqə sıxdır, reqressiya əmsallarının

interpretasiyasına əsasən demək olar ki, işləyənlərin sayı 1 nəfər artdıqca məhsul istesalı 4,5169 min manat, əsas kapitala investisiyaların həcmi 1 manat artdıqca məhsul istesalı 1,0996 manat, əsas fondların dəyəri 1 manat artdıqca məhsul istesalı 0,801 manat artır.

Müasir şəraitdə kənd təsərrüfatının qarşısında duran əsas məsələlərdən biri, ümumi məhsul istehsalının həcmının artırılması ilə bərabər, istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsidir. Kənd təsərrüfatının səmərəliliyi, bu sektorun qarşısında duran mühüm vəzifələrin həlli dərəcəsi ilə xarakterizə olunur. Bu bir tərəfdən milli, digər tərəfdən kollektiv və fərdi iqtisadi maraqlar sistemini əks etdirir.

Kənd təsərrüfatının səmərəliliyinin mahiyyəti, cəmiyyət üçün zəruri istehsala əsaslanan torpaq-təbii potensialının təmin edilməsi üçün şəraitlər kompleksinin formalaşdırılmasından ibarətdir. Kənd təsərrüfatında səmərəliliyin texnoloji, sosial, ekoloji və iqtisadi növləri vardır. Səmərəliliyin bütün növləri bir-biri ilə əlaqəlidir və bunlar işdə geniş təhlil edilir.

Dissertasiyada kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac bazarına təsir edən amillər təhlil edilir və qeyd edilir ki, kənd təsərrüfatının dinamik inkişafının təmin olunması, xüsusilə ixrac potensialının gücləndirilməsi ölkə Prezidenti İ.H. Əliyev tərəfindən qarşıya qoyulan mühüm məsələlərdəndir. “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndə prioritet 6.3-də və tədbir 6.3.2-də ixrac bazarlarının coğrafiyasını genişləndirmək, ənənəvi ixrac bazarlarında olan mövqelərimizin möhkəmləndirilməsinə dəstək vermək, “Made in Azerbaijan” brendini təşviq etmək, potensial ixrac bazarları barəsində fermerləri məlumatlandırmaq, potensialı olan ixracatçı fermerləri müəyyənləşdirmək, sertifikatlaşdırma sistemini təkmilləşdirmək və beynəlxalq standartları təmin etmək, ixrac sənədlərinin əldə olunmasına dəstək vermək istiqamətində tədbirlərin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur (cədvəl 1).

Cədvəl 1.**Əsas ixrac məhsulları və potensial ixrac bazarları coğrafiyası**

Bazarlar üzrə	Əsas prioritet sahələr	II dərəcəli prioritet sahələr
Rusiya bazarı	Şokolad və emal edilmiş qəhvə, Üzüm şərabı əsasında əldə edilən spirt, Qabıqlı fındıq.	Şaftalı və Gilas.
Ukrayna bazarı	Pomidor və Qara çay.	Şokolad, emal edilmiş qəhvə, Üzüm şərabı əsasında əldə edilən spirt.
Mərkəzi Asiya və MDB ölkələri bazarı	Günəbaxan/saflor yağları, Maye şəkildə olmayan marqarirlər, Şokolad, emal edilmiş qəhvə və Gilas.	Şaftalı, Təzə meyvələr, digər mənbələrdə göstərilməyən (qarağat, xurma).
Aİ	Qabıqlı fındıq; Gilas; Günəbaxan/saflor yağı; Meyvə şirəsi; Şokolad və emal edilmiş qəhvə; Şəkər qamışı, rafinə olunmuş.	Təzə meyvə, digər mənbələrdə göstərilməyən (qarağat, xurma).
Fars korfəzi ölkələrinin bazarı	Şokolad və emal edilmiş qəhvə	Günəbaxanın toxumu/saflor yağı.

Mənbə: Azərbaycan Respublikası kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi [s.109]

Göründüyü kimi, Rusiya bazarları ilə bərabər, yüksək potensiala malik ixrac bazarlar kimi Mərkəzi Asiya və MDB ölkələrinin, Aİ ölkələrinin, Fars korfəzi ölkələrinin və Ukraynanın bazarları seçilmişdir. Yuxarıda adları çəkilən məhsullarla bərabər xiyar, alma, xurma, çiyələk, nar, pomidor, meyvə şirələri və s. Rusiya bazarlarına ixracı ilə bərabər, digər bazarlara da çıxarmaq üçün mühüm işlər həyata keçirilir. Rusiya ilə Ukrayna arasında gedən müharibə ixrac bazarlarının strukturuna əhəmiyyətli təsir göstərmişdir.

Respublikada əsas kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının ixracının artım dinamikası cədvəl 2-də verilir:

Cədvəl 2.**2015-2022-ci illərdə respublikada aqrar sahədə məhsulların ixrac
dnamikası. (min ABŞ dolları ilə)**

Məhsul adları	2015	2019	2020	2021	2022
Kartof	20950,2	26851,8	33786,2	40077,74	35121,6
Təzə tərəvəz	70690,5	214130,2	219968,5	200306,58	359988,96
Təzə meyvə	220087,2	361362,9	349886,2	430061,23	307587,27
Çay	19501,5	9510,3	9461,4	8491,73	11516,73
Buğda unu	20,5	185,7	-	339,8	75,0
Bitki yağları	55930,5	7399,4	12238,3	32230,20	30572,69
Marqarin, qida üçün yararlı digər qarışıqlar	47846,5	3606,9	4215,1	3159,4	-
Şəkər	212087,9	26880,1	26904,3	32093,8	38806,38
Meyvə və tərəvəz konservləri	3945,7	9190,3	8727,8	25030,72	24717,02
Meyvə və tərəvəz şirələri	6 911,0	11183,6	15779,5	14629,32	31031,7
Üzüm suslosu, həmçinin təbii üzüm şarabı, min dkl.	3794,7	7 339,9	4038,0	-	4453,7
100 %-li spirtlə tünd spirtli içki, min dkl.	20139,0	7 339,9	3 585,3	-	-
Tütün	7 431,8	13 598,0	12 081,3	16097,2	5707,6
Pambıq lifi	5014,2	122365,6	131930,2	210919,04	175496,27
Pambıq ipliyi	14390,2	30155,1	18951,3	58115,09	33119,79

Mənbə: Az.DSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.
<http://www.stat.gov.az//>

Cədvəldən göründüyü kimi, respublikadan ixrac edilən kənd təsərrüfatı məhsullarının içərisində ixrac edilən təzə meyvə və təzə tərəvəz məhsullarının ixracı üstünlük təşkil edir.

2021-ci illə müqayisədə 2022-ci ildə ölkə üzrə ixrac olan əsas malların miqdarı və statistik dəyərində kartof, şəkər, bitki və heyvan mənşəli piylər və yağlar, tərəvəz və meyvələrin emalı məhsulları, pambıq lifi və pambıq ipliyi üzrə azalma müşahidə olunsada, digər məhsullar üzrə artım olmuşdur. Göründüyü kimi xarici ticarət

dövriyyəsində son üç ildə ixracın xüsusi çəkisi artan dinamika üzrə davam etmişdir. 2022-ci ildə respublikanın ixracında əsas ölkələr hesab edilən İtaliya, Türkiyə, Portuqaliya, İsrail, Ukrayna, Yunanıstan, Gürcüstan, Tailand, Rusiya olmuşdur. Respublikanın ixracında son üç ildə 2020-ci ilə nisbətən 2021-ci ildə atım olduğu halda, 2021-ci ilə nisbətən 2022-ci ildə azalma müşahidə edilmişdir.

Müasir şəraitdə Azərbaycanın kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının strukturunu emal olunmuş kənd təsərrüfatı məhsullarının xeyrinə dəyişmək üçün hər bir şansı vardır və bu dövlət siyasətinin əsas prioritetlərindən biridir. Bunun nəticəsi kimi bölgələrdə güclü emal potensialına malik olan aqroparklar yaradılmış, pambıq, tütün, şərab, şəkər çuğunduru və s. emal oluna bilən kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına dövlət tərəfindən dəstək göstərilmişdir.

2020-ci və 2022-ci illərdə Azərbaycan Respublikasından təzə tərəvəz, təzə meyvə, kartof əsasən Rusiyaya, fındıq məhsulları Avropa ölkələrinə, çay, marqarin, makaron məmulatları Gürcüstana, pambıq məhsulları Türkiyəyə, tütün Belarusa, şəkər Türkmənistanına ixrac edilmişdir. Ölkənin kənd təsərrüfatı məhsulları MDB və Avropa ölkələri ilə bərabər Yaponiya, Çin, Körfəz ölkələrinə və Şərqi Asiyaya da ixrac olunur. İxrac olunan məhsulları emalı olunması isə sahibkarlara və respublikanın büdcəsinə əlavə gəlirlərin daxil olmasına geniş imkanlar açır.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının və ixrac potensialının artım sürətinin yüksəldilməsinin amillərindən biri də əkin sahələrinin genişləndirilməsidir. Bu baxımdan torpaqlarımızın erməni işğalından azad edildikdən sonra 27 aprel 2021-ci ildə tarixində respublika prezidentinin “Azərbaycan Respublikasının işğaldan azad edilmiş ərazilərində kənd təsərrüfatı təyinatlı torpaqların idarə edilməsi ilə bağlı bəzi məsələlər haqqında” imzaladığı fərmanın uğurlu icrası kənd təsərrüfatının məhsullarının istehsalının həcmnin artmasına, öz növbəsində ixrac potensialına müsbət təsirini göstərəcəkdir. Belə ki, respublika üzrə əkin sahəsi artacaq, azad edilmiş rayonlarda olan strateji əhəmiyyətə malik su anbarları min hektarlarla əkin sahəsinin suvarılması mümkün olaçaqdır. Burada taxıl, üzüm, pambıq, kartof və s. kimi bitkiçilik məhsullarının istehsalı, eyni zamanda heyvandarlığın inkişaf etdirilməsi üçün güclü potensial vardır. Bu potensialın səmərəli

şəkildə istifadə edilməsi, həmçinin emal sənayesinin genişləndirilməsi nəticəsində kənd təsərrüfatının məhsullarının ixrac potensialının inkişafı təmin oluna bilər.

Artıq Zəngilanın Ağalı kəndində “Ağıllı kənd təsərrüfatı” lahiyəsinə əsasən kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal etmək üçün istifadə ediləcək əkin sahələrinin həcmi müəyyən olunmuş və lazım olacaq texnikaların siyahısı hazırlanmışdır. Burada modern suvarma sistemlərinin istifadəsi nəzərdə tutulur. Ölkənin ixrac potensialına təsir göstərəcək layihələrdən biri Zəngilan rayonunda həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan “Dost Aqropark” lahiyəsidir. Füzulinin Dövlətyarlı kəndində “Ağıllı kənd” layihəsi çərçivəsində kəndin ətrafında “Ağıllı kənd təsərrüfatı” sahəsi salınması və əhalinin kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal etmələri üçün bütün lazımi tədbirlər həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur.

İxrac potensialının artırılması üçün, ənənəvi bazarlarda olan mövqelərimizi daha da möhkəmləndirməklə bərabər, digər bazarların mövcud durumları və perspektivləri təhlil edilməli və yeni xarici bazarlara çıxış imkanları əldə edilməlidir. Fikrimizcə, Rusiya bazarı öz ölçüsünə və ölkədə yetişdirilən kənd təsərrüfatı mallarının idxalı baxımından yüksək ticarət potensialına malik olsa da, ölkəmizin bir xarici bazardan asılı olmaması üçün, alternativ bazarlar axtarılmalıdır. Məsələn, əgər əvvəllər Rusiyaya pomidor ancaq Azərbaycandan ixrac edilirdisə, indi Türkiyədən və s. ölkələrdən də ixrac edilir və Rusiya Federasiyasının özündə, yəni, Dağıstanda pomidor əkilir. Bununla yanaşı, Azərbaycanın keyfiyyətli və dadlı pomidor ixracına görə Avropa bazarlarında da rəqabət aparması mümkündür. Bu məqsədlə logistika mərkəzlərinin yaradılması həm ixracın artırılması baxımından, həm də tranzit ölkə kimi faydalanması baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır.

İxrac potensialının təhlilində mühüm məsələlərdən biri kənd təsərrüfatı məhsulları ixracının ilin ayları üzrə paylanmasını təhlil etməkdir. Bəzi hallarda ölkənin kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı üçün zaman baxımından əlverişli şərait əmələ gəlir. Yəni, iqlim şəraitinə görə bəzi ölkələrdə məhsul ixracı başa çatdıqda ölkənin kənd təsərrüfatı məhsulları ixraca hazır olur. Məsələn, Körfəz ölkələrinə çiyələyin əsas ixracatçısı Misir olsa da, apreldə bu ölkənin ixracı

dayanır və bu zaman respublikamızın aprelə yetişən ciyələk ixracı üçün münbit şərait yaranır. Belə bazarlar Azərbaycan Respublikasının kənd təsərrüfat məhsullarının ixracı üçün coğrafi yaxınlıq, eyni zamanda məhsullarımızı tanıyaraq almasına görə daha perspektivlidir. Eyni zamanda qeyd edək ki, logistik çətinliklərlə bərabər, marketinqin və qablaşdırmanın zəif olması məhsulların əmtəə görünüşünə mənfi təsir göstərir və global bazarlarda rəqabətqabiliyyətliliyini aşağı salır.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac potensialını artırmasında respublika şirkətlərinin istehsal etdiyi kənd təsərrüfatı məhsullarının təbliğatı mühüm rol oynayır. Son illərdə “Beynəlxalq Yaşıl Həftə”, “Sial China”, “Sial Paris” “Proexpo”, “Gulfood”, “Worldfood Moscow” adlı beynəlxalq ərzaq, “Prowine China” adlı beynəlxalq şərab, “Fruit Logistica” adlı meyvə-tərəvəz və s. sərgilərdə ölkəmizin “Made in Azerbaijan” brendi altında iştirakı təmin edilmişdir.

Dissertasiya işinin **“Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının stimullaşdırılması mexanizminin təkmilləşdirilməsi”** adlı III fəslində kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişaf perspektivləri, aqrar ərzaq sektorunda milli brendlərin yaradılmasının məhsul ixracının artırılmasına təsiri, iqtisadi qloballaşma şəraitində kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının dövlət tərəfindən stimullaşdırılması sisteminin təkmilləşdirilməsi araşdırılır.

Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarı kənd əhalisinin iqtisadi durumunu yaxşılaşdırılmaqla bərabər, vasitəçilərin də iqtisadi mənafeyini təmin edir. Buna görə istehlak bazarı əhalini ərzaq məhsulları ilə təmin etməklə yanaşı, eyni zamanda əmtəə istehsalçılarının maraqlarına xidmət göstərir, qiymətlərin formalaşmasına təkan verir. Bu baxımdan istehlak bazarının inkişaf etdirilməsini qarşısına hədəf qoyan hər bir dövlət bazarda istehlakçıların tələbinə müvafiq olaraq qiymətlərin formalaşması və vasitəçilərin rolunun azaldılması istiqamətində siyasət həyata keçirilməlidir.

Dissertasiyada göstərilir ki, kənd təsərrüfatı bazarında müxtəlif təyinatlı məhsulların çox çeşidliliyi və bu məhsulların istehlakçıları üçün vacib olması onun tənzimlənməsinin vacibliyini sübut etmişdir. Araşdırmalar göstərir ki, Avropa ölkələrində (Fransa, Almaniya, İtalya və s.) aqrar məhsullar bazarının 20-30%-i dövlət tərəfindən tənzimlənir. Bu tənzimləmə müxtəlif iqtisadi vasitələrlə həyata

keçirilir. Ona görə də dövlət kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında optimal tənzimlənmə metodlarından istifadə etməklə sosial-iqtisadi çatışmazlıqların aradan qaldırılmasına şərait yaradır. Bu metodlar eyni zamanda əhalinin yoxsulluq səviyyəsinin azalmasına, həyat səviyyəsinin stabilləşməsinə və bazarda rəqabət mühitinin davamlılığına təsir göstərir ki, bu da dövlətin iqtisadi maraqlarının qorunmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişaf etdirilməsi istiqamətində mühüm şərtlərdən biri də, bazarın müasir tələblərə uyğun fəaliyyətinin təşkilidir. Bu istiqamətdə elektron bazarların fəaliyyəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Elektron bazarlar çoxlu sayda istehlakçıları cəmləməklə, daha çox məhsul və xidmətlərin satışına imkan verir. Elektron bazarlar həmçinin bazardakı malların həcmi müəyyən etməyə və tələbin səviyyəsini öyrənməyə imkan yaradır. Məhsullar üzrə qiymətlərin əsassız tərəddüdünün qarşısını alır, vasitəçilərin rolunun azaldılmasına səbəb olur. Bazarların vahid mərkəzdən idarə edilməsi isə ticarət əməliyyatlarını asanlaşdırır, eyni zamanda tələbatın həcmi proqnozlaşdırılmasına əlverişli mühit yaradır. Elektron bazarların inkişafı istehlakçıların mənafeələrini müdafiə etməklə bərabər, satış əlaqələrinin təkmilləşdirilməsinə, bazarda olan iqtisadi mexanizmin müasir dövrün tələblərinə uyğun olmasına, rəqabət mühitinin arzu edilən səviyyədə qurulmasına imkan yaradır.

Dissertasiyada kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişaf etdirilməsi üçün bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsəduyğun hesab edilir. Bu baxımdan qlobal bazarlarda Azərbaycan Respublikasının kənd təsərrüfatı məhsulları haqqında informasiyanın artırılması, keyfiyyətli məhsulların ixracının stimullaşdırılması və milli brendlərin beynəlxalq tələblərə cavab verməsinin təmin edilməsi hazırda prioritet məsələlər sırasındadır.

Araşdırmalarımız göstərir ki, milli brendlərin beynəlxalq standartların tələblərinə cavab verməsi üçün ilk növbədə yerli istehsal artırılmalıdır. Ona görə də ixracı artırmaq və brend məhsullar istehsalına nail olmaq üçün strateji hədəf və göstəricilərin strategiyasını özündə əks etdirən məqsədli proqramın hazırlanmasını məqsəduyğun hesab edirik.

Milli brend milli iqtisadiyyatın rəqabətcabiliyyətliliyini yüksəltməklə, millətin özünəməxsus xüsusiyyətlərini, tarixi, mədəni köklərini özündə birləşdirir. Milli brendin yaradılması və bu brendə müsbət imicin qazandırılması ölkə məhsullarının cəlbədiciiliyinin artırılmasının ən vacib alətlərindən biridir. Çünki, brend ölkənin daha çox gəlir əldə etməsinə səbəb olur və onun inkişafını təmin edir. Brendin əsas xüsusiyyətlərindən biri davamlı şəkildə olan çoxlu sayda sadıq istehlakçıların olmasıdır. Belə brendləri olan ölkələr həm xarici turistləri cəlb edə bilər, eyni zamanda rəqabət mübarizəsində daha güclü dəstək əldə edir. “Made in Azerbaijan” brendinin tanınması son nəticədə respublikada istehsal edilən məhsulların qlobal bazarlara çıxış imkanlarını artırır. “Made in Azerbaijan” brendi vasitəsilə ixracın stimullaşdırılması da elə bu məqsədə xidmət edir. Bu baxımdan qlobal bazarlarda Azərbaycan brendi adı altında kənd təsərrüfatı məhsullarının tanınması respublikanın qeyri-neft sektorunun inkişafına, eləcə də ixrac imkanlarının genişlənməsinə səbəb olur. Məhsul istehsalı sahəsində uğurlu şəkildə brend siyasətini həyata keçirən bir sıra məşhur brend adları yaradılmışdır ki, bunlara da “LaFarella”, “Azərçay”, “Bizim Tarla”, “Milla”, “Final”, “Jalə”, “Zolotoy sad”, “Bağdan”, “Natura” və s. misal göstərmək olar.

“Made in Azerbaijan” brendinin beynəlxalq aləmdə yüksək səviyyədə təbliği nəticəsində ölkəmizdən müxtəlif brend adları ilə xarici ölkələrə ixrac edilən kənd təsərrüfatı və ərzaq mallarının tərkibi gündən-günə genişlənir. Müxtəlif brend adları ilə yerli şirkətlər tərəfindən ixrac edilən bəzi kənd təsərrüfatı və ərzaq malları cədvəl 3-də göstərilir.

Son illərdə respublikamızda kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının həcmi artırılması, məhsulların “Made in Azerbaijan” brendi ilə xarici dövlətlərdə tanınması istiqamətində çox zəruri addımlar atılır.

Hesab edirik ki, İAEƏ-ki ehtiyatlardan daha səmərəli istifadə etməklə ixracdan əldə edilən gəlirlərin həcmi yüz milyon manatlarla artırmaq olar. Kəlbəcər rayonunda “İsti-su” mineral sularının yeni texnologiyalardan istifadə etməklə müəssisə yaradılması buna misal ola bilər.

Cədvəl 3.

Azərbaycan Respublikasından müxtəlif brend adları ilə xarici ölkələrə ixrac edilən kənd təsərrüfatı və ərzaq mallarının tərkibi

	Məhsul ixrac edən şirkətlərin adları	İxrac edilən məhsulların adları	İxrac edilən ölkə(lər)	Brendin adı
1	“Avrora” firması	Taxıl məhsulları	Rusiya	“LaFarella”
2	“Az FP Co LTD” MMC	Süd və süd məhsulları	Əfqanıstan, Qətər, Sudan, BƏƏ	“Milla”
3	AzNar” QSC	Meyvə şirələri və konsentratları	Rusiya	“Qrante”, “Qranat”
4	“Göyçay-Süd” ASC	Nar şirəsi	Estoniya, Polşa, Rusiya, Belarus	“Souti”, “Qarnet”, “4U”
5	“Gilan Holding”	a) Meyvə şirələri	Pakistan, Türkmənistan, Malaziya, Tacikistan, Rusiya, Çin, Ukrayna, BƏƏ, Fransa, Polşa, Çexiya, İtaliya, Yaponiya, İngiltərə, Almaniya	“Jalə” “Zolotoy sad” “Bağdan” “Natura”
		b) Cipsi		“Cipsim”
6	AZƏRSUN HOLDİNG	a) Yağlar	Rusiya, Gürcüstan Qazaxıstan Türkmənistan, Özbəkistan, İran, İraq, Tacikistan, Qırğızıstan, Çin, ABŞ, Almaniya	“Teksun”, “Final”, “Sultan”, “Zoloto”
		b) Çaylar		“Zeytun Bağları” “Mocuze”
		c) Konservləşdirilmiş məhsullar		“Azərçay”, “Final”
		Duz		“Bizim Tarla” “Saville” “Blendö”
		Qənd		“Salute”
				“Final”

7	“Arzuna” MMC	Kartofçipsi, taxıl məhsulları	Türkmənistan, Gürcüstan	“List”, “3 Koroçki”
8	“Veysəloğlu-Yaycılı Qardaşları” MMC	Qənnadı məmulatları	Rusiya	“Ulduz”
9	“A+Co” MMC	Şərab	Çin	“Sarvan”
10	“Ayan” MMC	a)Günəbaxan tumu	Rusiya, Türkmənistan	“Çiko”
		b)Limonad		“QızılQuyu”
11	“Caspian Coast Vinery And Vineyards” MMC	Şərablar	Rusiya	“Золото Азербайджана Баку”, “Солнечный Баку Шемаха”, “Каспиан Коуст Матраса”, “Солнечный Баку Золотой Шербет”, “Золото Азербайджана Ленкорань”, “Солнечный Баку Матраса”, “Золото

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Aqroparklar kənd təsərrüfatında sahibkarlığın inkişafını daha geniş formada təşviq etməklə rəqabətqabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının və ixrac potensialının artırılmasında mühüm əhəmiyyətə malikdir. Aqroparklar kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalını, emalını, logistikasını və satışını özündə birləşdirməklə, həmin məhsulların istehsal xərclərinin, maya dəyərinin aşağı düşməsinə imkan yaradır. Aqroparkların sayının çoxalması emal edilmiş kənd təsərrüfatı məhsullarının həcmnin

artmasına səbəb olur. Eyni zamanda aqroparklar dəyər zəncirinə müvafiq olaraq emal edilmiş kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazarlara çıxarılmasını təmin edir və respublikaya daha çox valyutanın daxil olmasını şərtləndirir. Onu da qeyd edək ki, xammala nisbətən emaledici kənd təsərrüfatı məhsulları 4 dəfədən çox gəlirin əldə edilməsinə imkan verir.

Respublikamızda kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının ixracı ilə məşğul olan bazar subyektlərinin tərkibinə baxdıqda onların sayının çox az olduğunu və bir sıra məhsulların isə yalnız bir bazar subyekt tərəfindən ixrac edildiyini görmək mümkündür. Eyni zamanda bir çox hallarda ixracatçı qismində ayrı-ayrı sahibkarların özləri çıxış edirlər. Yəni, ixracın təşkilində kollektiv deyil, az sayda fərdi münasibətlər üstünlüyə malikdir. Xarici dövlətlərdə isə ixrac fəaliyyətində kooperativləşmə daha güclüdür.

Kənd təsərrüfatı sektorunun inkişafının davamlı olmasının dəstəklənməsi, eləcə də onun maliyyə baxımdan təmin olunması istiqamətində torpaq bazarının inkişafı və könüllülük prinsipi əsasında kəndlilər arasında şərikli təsərrüfatçılığın və müştərek müəssisələrin təşviq edilməsi, lizinq fəaliyyəti ilə məşğul olan qrupların fəaliyyətlərinin genişləndirilməsi, aqrar bankların yaradılması, kənd təsərrüfatında sığortanın stimullaşdırılması, çevik vergi siyasətinin və s. tədbirlər həyata keçirilməsinin müntəzəm olaraq təkmilləşdirilməsi zəruri hesab edilə bilər.

NƏTİCƏ

Tədqiqat gedişində əldə edilmiş əsas nəticələrin və elmi yanaşmaların, təklif və tövsiyələrin xülasəsini aşağıdakı kimi vermək olar:

1. Kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazara çıxarılmasına dair qəbul edilən qərarların səmərəliliyinin yüksəldilməsi üçün hədəf satış bazarlarında rəqabət mühitinin təhlili, mövcud marketing imkanlarından məqsədyönlü istifadə və kənd təsərrüfatı müəssisə və təsərrüfatlarının xarici bazarda fəaliyyəti nəticələrinin təhlili və qiymətləndirilməsinin ön plana çəkilməsi məqsədəuyğun olardı.

2. Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac edilməsi üzrə əməliyyatların sadələşdirilməsi və xarici bazarlara çıxışının

genişləndirilməsi üçün tədbirlər görülməsi və ixracın stimullaşdırılması mexanizminin təkmilləşdirilməsi məqsədilə əməliyyat (tranzaksiya) məsrəflərinin tədricən azaldılması və sənədləşmə prosesinin sadələşdirilməsi istehsalçı və ixracatçıların marağını xeyli artırma bilər.

3. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının artırılması, innovasiya və texnologiyaların tətbiqi, İAEƏ-in ehtiyatlarının istifadəyə cəlb edilməsi, klaster yanaşmalarının tətbiqi və s. ixracın artırılması baxımından mühüm əhəmiyyətə malikdir. İdxalın dinamikasına nəzarət gücləndirilməli, ölkədə ixrac yönümlü məhsullar istehsalı artırılmalıdır. Kənd təsərrüfat məhsulları istehsalçılarının ixrac potensialının artırılması üçün qlobal və regional bazarların konyukturasına adaptasiya tədbirlərinin həyata keçirilməsi, bütün mümkün potensial risklərin ixrac potensialına mənfi təsirinin azaldılması, yerli istehsalçının rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi, yüksək maliyyə-təsərrüfat göstəricilərinə malik olmayan istehsalçılara vergi və kredit güzəştlərinin verilməsi kimi tədbirlərin görülməsi məqsədəuyğun hesab edilir.

4. Ərzaq bazarında idxaldan asılılığı azaltmaq üçün kənd təsərrüfatı məhsulları ilə xarici ticarət fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi ön plana çəkilməlidir. Bununla əlaqədar ixrac fəaliyyətinin səmərəli diversifikasiyası həddi müəyyən edilməli, xarici bazarlarda yerli istehsalçılara öz bazar mövqelərini möhkəmləndirmək üçün dövlət dəstəyi göstərilməli, milli brendlərin yaradılması prosesi sürətləndirilməlidir. Təzə və emal olunmuş kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazarlara çıxış nisbətləri optimallaşdırılmalı, müvafiq qərarların qəbulunda və icrasında “dövlət-özəl” əməkdaşlığının imkanlarından səmərəli istifadə olunmalıdır. Dövlətin ixracı stimullaşdırma tədbirləri sistemli xarakter almalı, kredit, vergi, subsidiya, gömrük tarifləri və s. istehsalçı-ixracatçı mənafələrinə xidmət etməlidir.

5. Vətən müharibəsində qələbəmizdən sonra işğaldan azad olunmuş, böyük istehsal potensialına, əlverişli təbii-iqlim şəraitinə malik olan ərazilərdə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal, emalı və rəqabət qabiliyyətli məhsulların milli brendlər kimi ixrac coğrafiyasının və əmtəə strukturunun, həmçinin xarici bazarlara

çıxarılması potensialının genişləndirilməsi tədbirləri həyata keçirilməlidir. Bu ərazilərdə “ağıllı kənd” yanaşmalarının nəzərə alınması, istehsal və emalın ən yeni texnologiyalara əsaslanması zəruri hesab edilir. Bu ərazilərdə ekoloji təmiz meyvə, tərəvəz, bal ixracı xeyli genişləndirilə bilər.

Dissertasiya işinin əsas müddəaları, əldə edilmiş nəticə və təklifləri aşağıdakı dərc edilmiş əsərlərində öz əksini tapmışdır:

1. “Azərbaycanın regional əhəmiyyətli logistic mərkəzə çevrilməsi yolları”// Azərbaycan Mühəndislik Universitetində keçirilən Beynəlxalq Elmi-Praktiki Konfrans. Bakı: 02-05 Oktyabr, - 2018, - s. 34-36.

2. “Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı və ixrac potensialının artırılması məsələləri”// Bakı: Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin (UNEC) “Elmi Xəbərləri” jurnalı İl 7, Cild 7, - aprel-iyun 2019. - s. 71-85.

3. “Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının və onun səmərəliliyinin dinamikası” // Bakı: Azərbaycan Universitetinin “İpək Yolu” elmi jurnalı, - 2019. № 4, - s. 18-31.

4. “Ərzaq təhlükəsizliyinin milli təhlükəsizlik sistemində yeri”// Bakı: Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzinin “Kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatı” jurnalı, - 2020. № 3 (33), - s. 50-59.

5. “Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişaf istiqamətləri”// Bakı: Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin “Kooperasiya” jurnalı, - 2020. № 1 (56), - s. 39-46.

6. “Importance of marketing researches in formation of commodity market” 55th International Scientific Conference on Economic and Social Development was dedicated to Azerbaijan State University of Economics 90th anniversary Baku, 18-19 June 2020. 756 p, Pp. - 129-135.

7. “The directions for improvement of commodity structure of agricultural export in Azerbaijan” 70th International Scientific Conference on Economic and Social Development Baku, 25-26 June 2021. 1224 p, Pp. - 652-659.

8. “The ways to increase agricultural production and export potential” 3rd International Scientific and Practical Internet

Conference, Integration of Education, Science and Business in Modern Environment: Summer Debates, August 11-12, 2021. – Dnipro, Ukraine, 2021. – 477 p. - Pp. 8-9.

9. “Основные направления повышения эффективности экспорта сельскохозяйственной продукции в Азербайджане” «Финансовая экономика»–Всероссийский научно-аналитический журнал. № 11, 2022 г, 47 с. - с. 419-421.

10. “Стимулирование экспорта сельскохозяйственной продукции в Азербайджане” новые научные исследования: сборник статей IX Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – 272 с. - с. 96-98.



Dissertasiyanın müdafiəsi 29 may 2024-cü il saat 16⁰⁰-da Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Azərbaycan Kooperasiya Universiteti nəzdində fəaliyyət göstərən ED 2.46 Azərbaycan Kooperasiya Universiteti və Bakı Biznes Universitetinin Birgə Dissertasiya şurasının iclasında keçiriləcək.

Ünvan: AZ1106, Azərbaycan Respublikası, Bakı şəhəri, Nəcəf Nərimanov küçəsi, 93

Dissertasiya ilə Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Avtoreferatın elektron versiyası Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin rəsmi internet saytında (www.aku.edu.az) yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat 27 aprel 2024-cü il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb: 24.04.2024

Kağızın formatı: 60 x 84 1/16

Həcm: 46847 işarə

Tiraj: 100