

Məqalə redaksiyaya daxil olub 02.12.2024

The article was received by editorial board on 02.12.2024

Статья принята к печати 02.12.2024

AZƏRBAYCANIN QIDA SƏNAYESİNİN CARİ VƏZİYYƏTİ

Xülasə

Məqalədə Azərbaycanın qida sənayesində cari vəziyyət, o cümlədən Qida sektorunun emal sənayesində yeri: bazarın ölçüsü, Qida sektorunda istehsal və istehlak trendləri müəyyən edilmişdir. Müəllif belə nəticəyə gəlir ki, Azərbaycanın qida sənayesinin problemləri, o cümlədən xammal təminatı və infrastruktur çatışmazlıqları, maliyyə və investisiya məhdudiyyətləri, keyfiyyət standartları və kadrlara dair çatışmazlıqlar, həmçinin idxalla rəqabətin kəskinliyi, daxili bazarın qeyri-kafi qorunması və qanunvericilik sahəsindəki boşluqlar bu sektorda davamlı inkişafa ciddi maneələr yaradır. Bu problemlərin həlli üçün dövlət, özəl sektor və elmi-tədqiqat müəssisələrinin birgə əməkdaşlığı, müasir texnologiyalara və insan kapitalına investisiya qoyulması vacibdir.

Açar sözlər: sahibkarlıq, startaplar, innovasiyalı inkişaf, texnologiya, iqtisadi inkişaf, startap ekosistemləri.

GİRİŞ

Son 30 ildə Azərbaycanın qida sənayesi bir sıra mühüm dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Bu dəyişikliklər ölkədə baş verən siyasi, iqtisadi və sosial-iqtisadi dəyişikliklərlə daha çox bağlıdır. Bu dövrdə Azərbaycan müstəqillik əldə edərək dünya bazarına müstəqil çıxış imkanları qazandı. Qloballaşma prosesinə qoşulma digər ölkələrlə mədəni, elmi və texnoloji əlaqələr qurmaq imkanı verdi. Qloballaşma prosesi nəticəsində Azərbaycan digər ölkələrdən yeni qida texnologiyası cəlb edə bildi. Bu imkan həm də ekoloji amillərin prioritetliyini ön plana çəkdi.

Lakin sovet planlı iqtisadiyyatından bazar iqtisadiyyatına keçid, ilk dövrlərdə, digər iqtisadi fəaliyyət sahələrində problemlər yaratdığı kimi qida sənayesi sahəsində də geriləmələrə səbəb oldu. Sovet İttifaqının dağılmasından sonra dövlətə məxsus qida istehsal müəssisələrinin çoxu ya özəlləşdirildi, ya da fəaliyyətini dayandırdı. Yeni özəl şirkətlər və kiçik bizneslər qida sənayesinin əsas oyunçularına çevrildi. Lakin ənənəvi iqtisadi əlaqələrin kəsilməsi, yeni əlaqələrin hələ də formalaşmaması səbəbindən müstəqilliyin ilk illərində qida sənayesinin tənəzzülünə səbəb oldu. Lakin sonrakı illərdə Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətində yeni bazarlara çıxış imkanının yaranması ölkənin qida sənayesinin inkişafını sürətləndirdi. İqtisadi fəaliyyət sahələrinin diversifikasiyası, həm də xarici ticarət istiqamətlərində diversifikasiyaya səbəb oldu. Azərbaycanın qida məhsullarının, xüsusilə nar, şərab, fındıq, çay və bal kimi məhsullar beynəlxalq bazarlarda tanınmağa başladı. İxrac potensialını artırmaq məqsədilə qida məhsulları beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırıldı, müxtəlif sertifikatlar, o cümlədən ISO, HACCP sertifikatlarına malik olma Azərbaycan məhsullarının dünya bazarında mövqeyinə müsbət təsir etdi.

Son 30 ildə Azərbaycanın qida sənayesinin inkişafının əsas fərqləndirici xüsusiyyəti bu sahənin texnoloji inkişafı ilə bağlıdır. Qida istehsalı zavodlarının yeni texnologiyalarla və avadanlıqlarla modernləşdirilməsi, qida sənayesində istehsal proseslərinin avtomatlaşdırılması

və rəqəmsal idarəetmə sistemləri tətbiq olunması məhsuldarlığın artmasına səbəb olub. Əlbəttə belə inkişaf dövlət dəstəyi olmadan mümkün ola bilməzdi. Qida sənayesinin inkişafı üçün xammal bazası rolunu oynayan aqrar sektora hərtərəfli dövlət dəstəyi öz nəticəsini verməkdədir. Dövlət kənd təsərrüfatının inkişafı üçün subsidiyalar və güzəştlər təqdim edərək aqrar sektorda məhsul istehsalı həcmnin artmasına nail olub.: Qida məhsullarının ixracını təşviq etmək üçün xüsusi proqramlar, o cümlədən "Made in Azerbaijan" təşəbbüsü həyata keçirilmişdir.

Azərbaycanda son 20 ildə əhalinin gəlirlərinin artması və mədəni qloballaşma prosesi nəticəsində əhalinin geniş təbəqəsinin qida məhsullarına olan tələbində trendlər də xeyli dəyişmişdir. Belə ki, orqanik və sağlam qidalara tələbin artması, sağlam qidalanma trendləri nəticəsində orqanik məhsullara və xüsusi pəhrizlərə uyğun qidalara tələbin artması əhalinin gəlirləri ilə yanaşı, həm də qidalanma prosesinə olan münasibətin dəyişməsi ilə bağlıdır. Getdikcə əhali yerli və sağlam məhsullara daha çox üstünlük verməyə başlayır. Əhalinin milli qida məhsullarına olan marağı getdikcə artır, bu da yerli istehsalın artımına səbəb olmuşdur.

ƏDƏBİYYATA BAXIŞ

Azərbaycanın ərzaq sektoru, bu sektorda sahibkarlıq fəaliyyəti, ərzaq məhsullarının idxal və ixracı, ərzaq sektorunda infrastruktur, kadr potensialının artırılması, ərzaq sektoru ilə sıx bağlı olan aqrar sektorun dayanıqlı inkişafı və sair məsələlər iqtisadi tədqiqatların predmetidir. Məsələn, [1] regional aqrar bazarların inkişafı, yerli ərzaq məhsulları ilə təminat və kənd təsərrüfatı istehsalının ixtisaslaşmasının dərinləşdirilməsi məsələləri araşdırılır. [2] rəqəmsallaşmanın genişlənməsi ilə elektron ticarət sektorunun inkişafı və Azərbaycanın ərzaq məhsullarının beynəlxalq elektron ticarətə integrasiyası imkanlarını təhlil edir.

Son onilliklərdə Azərbaycan iqtisadiyyatının yaşıllaşdırılması və ekoloji tələblərin gücləndirilməsi istiqamətində tədbirlər həyata keçirilir. Bu, özünün qida sənayesində də biruzə verir. Ekoloji təmiz qida məhsulları istehsalı prioritet hesab edilir. Ətraf mühitə təsirin azaldılması və təkrar emal sistemlərinin yaradılması diqqət mərkəzindədir. Su ehtiyatlarının idarə olunması sahəsində aparılan islahatlar nəticəsində suvarma sistemlərinin modernləşdirilməsi həyata keçirilmişdir. Bu isə qida məhsulları istehsalının artırılmasına töhfə vermişdir. Ölkəmizdə qida təhlükəsizliyi ilə bağlı həyata keçirilən tədbirlər ölkəmizin reytinginə də güclü təsir göstərmişdir. Xüsusilə, Azərbaycanda iqtisadiyyatın liberallaşması ərzaq təhlükəsizliyi səviyyəsinin yüksəlməsində mühüm rol oynamışdır [3]. Azərbaycanın qida sənayesində həllini gözləyən mühüm problemlər Strateji Yol Xəritəsində elmi cəhətdən əsaslandırılıb [4]. Qida sənayesi sektorunda ixrac riskləri, [5], Kənd təsərrüfatı və qida sənayesi sahəsində infrastruktur məsələləri [6], tədqiqat və inkişafın (R&D) genişləndirilməsi [7] mühüm elmi tədqiqat predmetləridir.

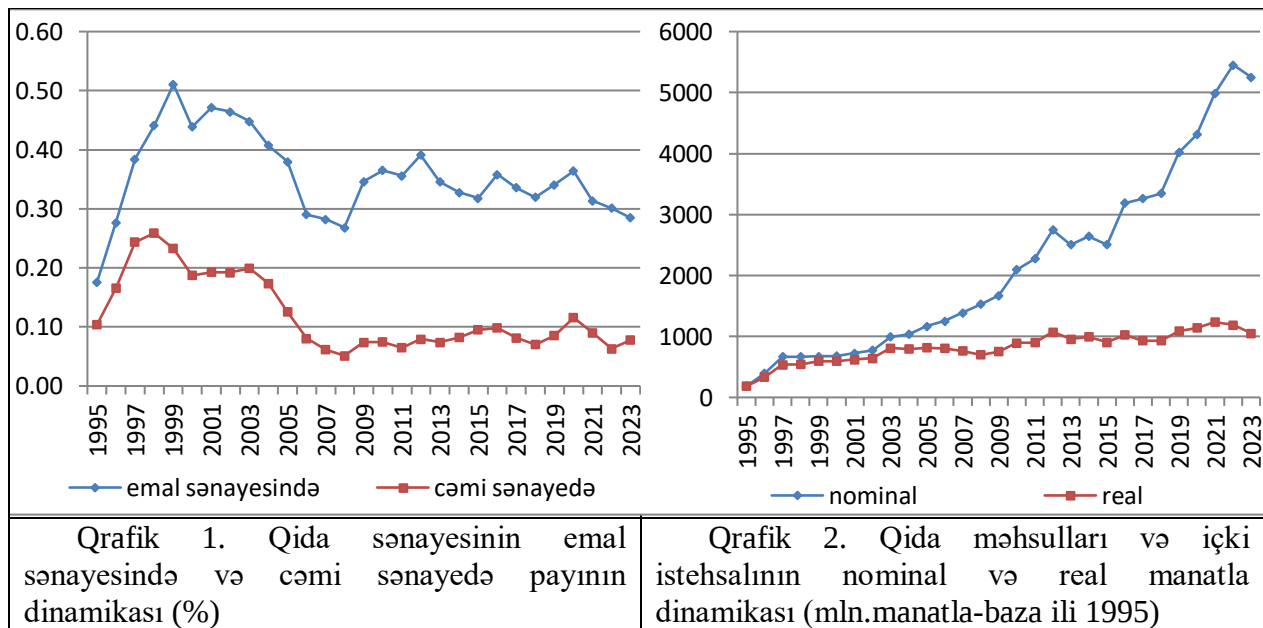
2020-ci ildə COVID-19 pandemiyası digər sahələrdə olduğu kimi Azərbaycanın qida sənayesində də hansı çatışmazlıqların olduğunu və aradan qaldırılmasının vacibliyini göstərdi. Covid-19 pandemiyası dövründə qida sənayesinin təchizat zəncirində problemlərin olması üzə çıxdı. Digər ölkələrdən idxal olunan qida məhsullarının təchizatında yaranan problemlər yerli istehsalın əhəmiyyətini artırdı. Ərzaq qiymətlərində global artım yerli qida istehsalının daha strateji əhəmiyyət kəsb etdiyini göstərdi.

Azərbaycanda qida sənayesinin son onilliklərdə inkişaf dinamikasını bir neçə aspektdən təhlil etməklə ölkədə qida məhsullarına olan tələb funksiyasını və ona təsir edən amilləri müəyyən etmək olar.

• Qida sektorunun emal sənayesində yeri: bazarın ölçüsü

Qida sənayesi ölkənin emal sənayesinin tərkibinə daxildir. Bu iqtisadi fəaliyyət sahəsi ilə bağlı statistik məlumatlar Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin hesabatlarında "Qida məhsullarının istehsalı" və "İçki istehsalı" adı altında iki nomenklaturada verilir. Biz sadəlik üçün bu iki göstəricinin cəmindən istifadə edəcəyik. Qida məhsulları istehsalı həm də aqrar sektorla bağlıdır. Lakin bizi daha çox qida sənayesində startapların inkişafı maraqlandırdığından biz aqrar məhsul istehsalına deyil, qida məhsulları və içki istehsalı sektoruna diqqət yetirəcəyik.

Tədqiqatda real qiymətlər 1995-ci il baza ili əsasında hesablanıb. 1995-2023-cü illərarası dövrdə qida sənayesi məhsullarının həm emal sənayesi məhsulları həcmində, həm də cəmi sənaye məhsulları həcmində payı 1999-cu ilə qədər artıb. Sonrakı dövrlərdə isə əvvəlcə kəskin azalaraq (2008-ci ilə qədər) müəyyən qədər sabitləşib. Son 15 ildə qida məhsulları və içki istehsalı həcmnin emal sənayesi məhsulları istehsalında və cəmi sənaye məhsulları istehsalındakı payı, uyğun olaraq, 28%-39% arası və 6%-12% arasında dəyişib (qrafik 1). Nominal qiymətlərlə qida və içki məhsulları istehsalının 1995-2023-cü illərarası dövrdə kəskin artmasına baxmayaraq (29 dəfə), 1995-ci ilin qiymətləri ilə artım 5,7 dəfə olub. Əslində qida məhsulları istehsalının real qiymətlərlə 28 il ərzində 5,7 dəfə artması hər il orta hesabla 20% artım deməkdir. Belə artımın baş verməsi qida sənayesinin ölkəmiz üçün nə dərəcədə prioritet olmasını sübut edir.



Qida sənayesi sektorunda real istehsal həcmnin davamlı olaraq, artması əhalinin qida məhsullarına olan tələbinin artması ilə birbaşa bağlıdır. Tələb həcmi isə, digər amillərlə yanaşı, əsasən əhalinin gəlirlərindən və qiymətlərdən asılıdır. Lakin ölkədə qida sənayesi məhsullarının istehsal həcminə bazarın ölçüsü də təsir göstərir. Belə ki, müstəqilliyin ilk illərində qida sənayesinin həm emal sənayesində, həm də cəmi sənaye məhsulları istehsalı həcmində payının yüksək olması, bəzi illərdə hətta, uyğun olaraq, 50%-ə və 26%-ə çatması digər sənaye sahələrinin zəif inkişafı ilə bağlı olmuşdur.

Əhalinin qida sənayesi məhsullarına olan tələbatının mühüm hissəsinin idxal hesabına ödənilməsi də qiymətlərə müəyyən təsir göstərmişdir. Adətən bazarın ölçüsü istehsal həcminə təsirsiz ötüşür. Lakin xarici ticarətin liberallaşması ölkə bazarını dünya bazarına yaxınlaşdıraraq, istehsalı yalnız daxili bazara deyil, həm də dünya bazarına istiqamətləndirir. Azərbaycanın qida sənayesi məhsulları bazarının ölçüsünün müəyyən etmək üçün müxtəlif metodlardan istifadə edə bilərik.

Adətən bazarın ölçüsü ölkənin ümumi əhalisi və adam başına qida istehlakı həcmi əsasında bazarın ölçüsünün müəyyən edilir. Bu zaman natirə ifadəsində həcmnin müəyyən edilməsi daha doğrudur. Lakin belə statistikanı əldə etmək mümkün olmadığı hallarda əhali qrupları arasında istehlak edilən məhsulların müxtəlif kateqoriyaları üzrə xərclər nəzərə alınır. Bu metod tələb həcmi əsasında bazarın ölçüsünün müəyyən edilməsidir.

Bazarın ölçüsünün müəyyən edilməsi üçün təklif həcmindən də istifadə edilə bilər. Bu zaman yerli qida sənayesi istehsalçıların istehsal gücü və həcmi analiz edilir. Təklifin həcmi müəyyən edilərkən idxal və ixrac statistikalarını əlavə edərək daxili bazara yönələn məhsullar müəyyənləşdirilir. Bu müqayisə ona görə vacibdir ki, daxili bazar üçün deyil, xarici bazar üçün

istehsal edilən mallar təklif həcminə əlavə edilməsin. Digər tərəfdən, elə mallar var ki, onlar daxili istehsal malları deyil, lakin bazara idxal olunaraq daxil olur. Deməli, təklif həm daxili istehsal, həm də idxal hesabına təmin edilir.

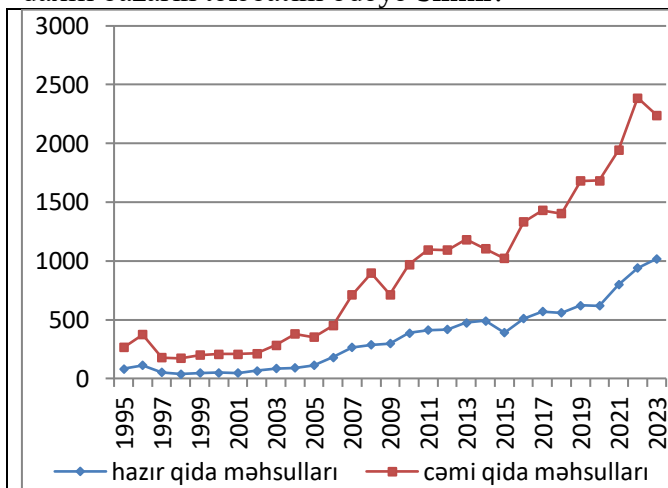
Bazarda tələb və təklifin tarazlığını nəzərə alaraq, ölkədə hər hansı qida məhsulu bazarının ölçüsünü

$$\text{Bazarın ölçüsü} = \text{istehsal həcmi} + \text{idxal həcmi} - \text{ixrac həcmi} \quad (1)$$

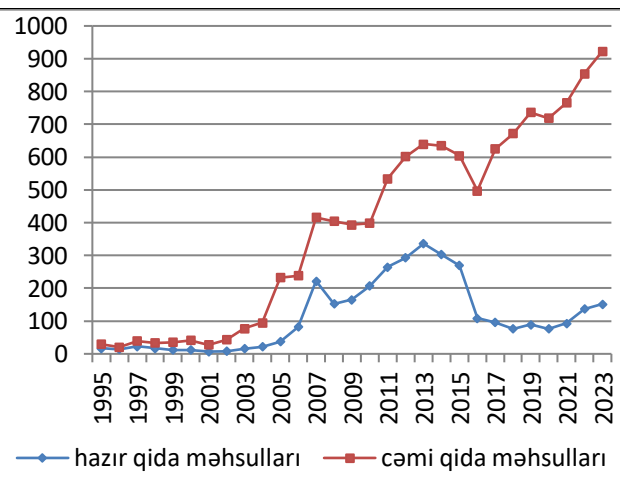
kimi ifadə edə bilərik.

Azərbaycanın qida sənayesi malları bazasında daxili istehsal malları ilə yanaşı böyük həcmdə idxal mallarının olması ölkənin qida sənayesi malları bazasının idxaldan ciddi asılılığı haqqda fikir söyləməyə əsas verir. 3-cü və 4-cü qrafiklərdə ölkəyə idxal olunan və ölkədən ixrac edilən qida sənayesi mallarının həcmnin dinamikası verilmişdir. Qeyd edək ki, bu statistikada ARDSK-nin "Ticarət" bölməsinin "İdxalın əmtəə strukturu" üzrə göstəricilərindən istifadə edilib. "İdxalın əmtəə strukturu" bölməsində "Hazır ərzaq məhsulları, alkoqollu və ya alkoqolsuz içkilər, sirkə, tütün və onun əvəzediciləri" üzrə göstəricilərdən "Tütün və tütünün sənaye əvəzediciləri" göstəricisi çıxılıb. Hesab edilib ki, tütün və onun sənaye əvəzediciləri qida deyil. Ölkəyə idxal edilən qida məhsullarının mühüm hissəsi qida emalı sənayesi məhsulu deyil. Belə qida məhsulları arasında heyvan və bitki mənşəli qida məhsulları çoxdur. Ölkədə istehsal olunan qida sənayesi malları ilə müqayisədə idxal olunan malların həcmi diqqət çəkən həcmdədir.

Azərbaycandan ixrac edilən mallar arasında "Hazır ərzaq məhsulları, alkoqollu və ya alkoqolsuz içkilər, sirkə, tütün və onun əvəzediciləri" bölməsi üzrə malların həcmi "tütün və onun əvəzediciləri" istisna olmaqla eyni nomenklatura üzrə idxal olunan malların həcmindən dəfələrlə azdır (qrafik 2.1.4). Azərbaycanda qida sənayesi məhsullarının ixracında 2013-cü ildən sonra ciddi tənəzzül baş verib. İxrac həcmi 336 milyon ABŞ dollarından 2020-ci ilə qədərki dövrdə 76 milyon ABŞ dollarına qədər azalma müşahidə edilir. Cəmi qida məhsullarının ixracında isə davamlı artım hiss edilir. Qida sənayesi məhsullarının idxalı ilə ixracı arasındakı fərq çox böyükdür. Bu fərq 1995-2023-cü illərarası dövrdə 21 mln. ABŞ dollarından (1998-ci il) 866 mln. ABŞ dollarına qədər (2023) dəyişib. Narahatedici fakt ondan ibarətdir ki, bu fərq getdikcə artmaqdadır və Azərbaycanın qida sənayesi sektoru getdikcə daxili bazanın tələbatını ödəyə bilmir.



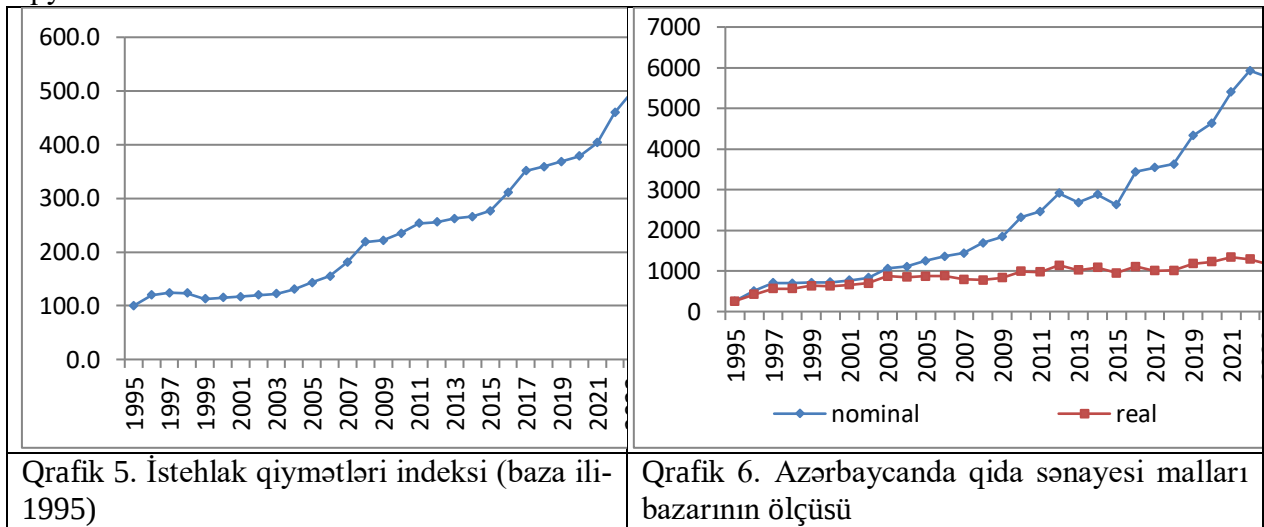
Qrafik 3. Azərbaycana idxal edilən qida sənayesi malları həcmnin dinamikası (mln.ABŞ dolları)



Qrafik 4. Azərbaycandan ixrac edilən qida sənayesi malları həcmnin dinamikası (mln.ABŞ dolları)

İdxal, ixrac və daxili istehsal həcmi nəzərə almaqla Azərbaycanın daxili bazarının ölçüsünü və bu ölçünün nominal və real manatla ifadəsinin dinamikasını 2.1.6-cı qrafikdəki kimi göstərə bilərik. Qrafikdən görünür ki, nominal qiymətlərlə Azərbaycanda qida sənayesi malları bazarının ölçüsü bəzi illər istisna olmaqla davamlı olaraq, artıb və 2022-ci ildə 6 milyard azn həcmində olub. Lakin 2023-cü ildə bir qədər kiçilərək 5,76 milyard azn həcmində

olub. Real qiymətlərlə götürükdə Azərbaycanda qida sənayesi bazarı 1 milyard azn ətrafındadır. 2021-ci ildə bu rəqəm son 30 ildə ən yüksək qiyməti, yəni 1,38 milyard azn qiymətini alıb. Nominal qiymətlərlə real qiymətlər arasındakı belə ciddi fərqliliklər ölkədə istehlak qiymətləri indeksinin kəskin dəyişməsi ilə bağlıdır. Son 30 ildə Azərbaycanda istehlak qiymətləri indeksi 400% bəndi artıb.



Azərbaycanda qida sənayesi məhsulları istehsalı həcmnin və istehsal edilən məhsulların çeşidinin artmasında özəl müəssisələrin rolu böyükdür. Bu sektorda artıq əsas istehsalçılar özəl müəssisələrdir. Son 30 ildə Azərbaycanın qida sənayesində əsas oyunçular dövlət müəssisələri, özəl yerli şirkətlər, beynəlxalq sərmayəçilər və fərdi sahibkarlar olmuşdur. Bu oyunçular müxtəlif istiqamətlərdə fəaliyyət göstərərək sənayenin inkişafına töhfə vermişlər. Əsas oyunçuları bir neçə qrupda təsnifləşdirmək olar. Birinci qrupa dövlət və dövlət dəstəyi ilə qurulan qurumlar daxil edilə bilər. Bu qrupa "Azərsun Holding", "Gilan Holding", "Azərşəkər" və "Azərbaycan Şəkər İstehsalat Birliyi", "Azərbaycan Çay" (Aztea), Dövlət Aqrar Tədarük və Təchizat Agentliyi daxildir.

"Azərsun Holding" Azərbaycanın qida sənayesində ən iri və tanınmış şirkətlərdən biridir. Çay, yağ, konservləşdirilmiş məhsullar, qənnadı məmulatları və digər qida məhsullarının istehsalı ilə məşğuldur. Eyni zamanda ixracda da mühüm rol oynayır. "Gilan Holding" Kənd təsərrüfatı və qida məhsullarının emalı sahəsində geniş fəaliyyət göstərir. Onların fəaliyyət sahəsinə şirələr, konservlər, süd və süd məhsulları daxildir. "Azərşəkər" və "Azərbaycan Şəkər İstehsalat Birliyi" şəkər məhsullarının istehsalı və ticarəti sahəsində fəaliyyət göstərən şirkətlərdir. Yerli və idxal xammalından istifadə edirlər. "Azərbaycan Çay" (Aztea) Azərbaycanın çay sənayesində dövlət dəstəyi ilə fəaliyyət göstərən əsas istehsalçılardandır. Dövlət Aqrar Tədarük və Təchizat Agentliyi yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının qida sənayəsinə integrasiyasını təşviq edir.

İkinci qrupa özəl yerli şirkətlər, məsələn, "Milla" və "Atena", "Balxurma", "SAB", "İpək Yolu Sənaye Parkı" və sair müəssisələr daxil ola bilər. "Milla" və "Atena" süd və süd məhsulları sahəsində Azərbaycanın əsas drayverlərindədir. Bu şirkətlər yüksək texnologiyalar tətbiq edərək məhsullarını yerli və regional bazarlara təqdim edirlər. "Balxurma" quru meyvələr, xüsusilə xurma istehsalı və ixracı ilə məşğuldur. Azərbaycanın qida ixracında mühüm yer tutur. "SAB" ət və ət məhsullarının istehsalı üzrə Azərbaycanın tanınmış markasıdır. "İpək Yolu Sənaye Parkı" qida emalı və qablaşdırma üzrə ixtisaslaşmış yeni sənaye parkıdır.

Üçüncü qrupa Beynəlxalq sərmayəçilər, məsələn, Coca-Cola (Azərbaycan), PepsiCo Azərbaycan, Danone və Nestlé, Ferrero kimi müəssisələr daxil ola bilər. Coca-Cola (Azərbaycan) Coca-Cola məhsullarının istehsalı və paylanması sahəsində fəaliyyət göstərir. 1990-cı illərin sonundan etibarən Azərbaycanın ən uğurlu xarici sərmayə layihələrindən biridir. PepsiCo Azərbaycan içkilər və qida məhsulları sahəsində fəaliyyət göstərən digər beynəlxalq

oyunçudur. Danone və Nestlé süd məhsulları və qida əlavələri bazarında təmsil olunmuş beynəlxalq şirkətlərdir. Ferrero Azərbaycanın fındıq sənayesi ilə əməkdaşlıq edən və ixrac üçün məhsullar əldə edən şirkətdir.

Dördüncü qrupa kənd təsərrüfatı kooperativləri və fərdi sahibkarlar daxildir. Əlbəttə bu qrupa daxil olan şirkətlər kiçik, bəzi hallarda isə orta sahibkarlıq subyektləridir. Kiçik və orta sahibkarlar Azərbaycanın kənd təsərrüfatı məhsullarının (məsələn, nar, üzüm, buğda, pambıq) emalı və istehsalı ilə məşğuldur. Bu sahibkarlıq subyektlərinin ölçüsünə görə kiçik və orta hesab edilməsinə baxmayaraq, onlar arasında fındıq, bal, nar və şərab istehsalçıları fərdi səviyyədə böyük ixrac potensialına malikdirlər.

Azərbaycanın qida sənayesi bazarında mühüm oyunçuların beşinci qrupu ərzaq təchizatı üzrə distribyutorlar hesab oluna bilər. Bura "Veysəloğlu" Şirkətlər Qrupu, "Grandmart" və "Bravo" supermarketlər şəbəkəsi daxildir. "Veysəloğlu" Şirkətlər Qrupu Azərbaycanın qida və qeyri-qida məhsulları distribusiyası sahəsində liderdir. "Grandmart" və "Bravo" supermarketlər şəbəkəsi isə yüksək səviyyədə təşkil edilmiş təchizat zənciri ilə yerli qida sənayesinin məhsullarını istehlakçılara çatdıran əsas şəbəkələrdir.

Qrupların tərkibinə əsasən iddia etmək olar ki, Azərbaycanın qida sənayesində əsas oyunçular arasında yerli böyük qida istehsalçıları, dövlət dəstəyi ilə fəaliyyət göstərən qurumlar, beynəlxalq sərmayəçilər və fərdi istehsalçılar mühüm rol oynayır. Onların hamısı Azərbaycanın daxili və xarici bazarlarda rəqabət qabiliyyətini artırmağa kömək etmişdir.

• *Qida sektorunda istehsal və istehlak trendləri*

Qloballaşma siyasi, iqtisadi, mədəni və texnoloji cəhətdən cəmiyyətləri integrasiya etdiyi kimi, qidalanma mədəniyyəti sahəsində də integrasiya üçün imkanlar yaratdı. Qloballaşma qida sənayesində həm istehsal, həm də istehlak sahəsində yeni trendlər yaratdı. Azərbaycanın qida sənayesində istehsal və istehlak trendləri son 30 ildə sosial-iqtisadi dəyişikliklər, əhali artımı, texnoloji inkişaf və beynəlxalq bazarlara integrasiya ilə formalaşmışdır. Bu trendlər arasında istehsal və istehlak trendlərini bir-birindən fərqləndirmək mümkündür.

İstehsal sahəsində əsas trendlər a)müasir texnologiyaların tətbiqi; b)yerli xammaldan istifadənin genişlənməsi; c)ixrac potensialının artırılması; d)istehsalın diversifikasiyası fərqləndirilir. Müasir texnologiyaların tətbiqi trendi qida istehsalı müəssisələrində avtomatlaşdırılmış və yüksək texnologiyalı avadanlıqların istifadəsinin genişləndirilməsini tələb edir. Bu, məhsulün keyfiyyətinin yüksəlməsi və istehsalın səmərəliliyinin artmasına səbəb olur. Müasir texnologiyaların tətbiqi nəticəsində Azərbaycanda emal və qablaşdırma sahələrində beynəlxalq standartların tətbiqi genişlənməmişdir. Qida sektorunda əsas drayverlər olan şirkətlərin, demək olar ki, hamısında ISO, HACCP, və s. sertifikatlar vardır.

Qida sənayesinin müasir trendlərindən biri də yerli xammaldan istifadənin genişlənməsidir. Əslində yerli xammaldan istifadə, əksər hallarda xərcləri azaldır. Bunun nəticəsində yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı və istifadəsi artmışdır. Məsələn, nar, fındıq, üzüm və xurma kimi yerli məhsulların emalı sahəsində əsaslı inkişaf müşahidə olunur. Azərbaycan keçən əsrin 70-80-ci illərində şərabçılıq sahəsində əldə etdiyi uğurları yenidən qaytarmaq əzmindədir. Ölkədə şərab istehsalı getdikcə genişlənir. Bal istehsalı və quru meyvələr sahəsində ixrac potensialı yüksək məhsulların istehsalı da genişlənməmişdir.

Azərbaycanın müstəqilliyi xarici ticarət imkanlarını artırıb. Ölkədə qeyri-neft sektorunun inkişafı nəticəsində qeyri-neft məhsullarının ixracı da artmaqdadır. Azərbaycanın qida sənayesi məhsulları, xüsusilə nar, çay, fındıq, bal, konservləşdirilmiş məhsullar və şərablar beynəlxalq bazarlara çıxış əldə etmişdir. İxrac ölkələri arasında Rusiya, Türkiyə, Avropa Birliyi və Orta Asiya ölkələri əsas ixrac bazarları kimi formalaşmışdır.

Ölkəmizdə qida məhsullarının istehsalının diversifikasiyası bütünlükdə iqtisadiyyatın diversifikasiyasının tərkib hissəsi kimi inkişaf edir. Ənənəvi məhsullarla yanaşı, yeni məhsul kateqoriyaları, məsələn, sağlamlıq üçün nəzərdə tutulmuş orqanik qidalar, xüsusi pəhriz qidaları və funksional qidalar istehsal olunur.

Azərbaycanın qida sənayesinin özünəməxsus istehsal trendləri olduğu kimi, istehlak trendləri də diqqəti cəlb edir. Belə ki, ölkəmizdə qida sənayesi məhsullarının istehsalında

a)sağlam qidalara üstünlüyün verilməsi; b)idxal edilən fast-food sektorunun genişlənməsi; c)milli qida məhsullarına marağın artması istehlak trendlərindəndir. Sağlam həyat tərzinin populyarlaşması ilə əlaqədar olaraq, aşağı kalorili, orqanik və qlütensiz məhsullara tələbat getdikcə artır. Əhali arasında təbii və kimyəvi qatqısız məhsullara getdikcə daha çox üstünlük verilir. Yerli istehsal məhsulları idxal qidalarla daha ciddi rəqabət aparır. Bu sahədə brendləşmə və keyfiyyət standartlarının yüksəldilməsi öz təsirini göstərir. İdxal edilən lüks qida məhsulları və fast-food sektorunun artımı müşahidə edilir. Urbanizasiya və həyat tərzinin sürətlənməsi ilə gənc nəsil arasında fast-food, hazır yeməklər və qənnadı məhsullarına maraq artır. Bununla yanaşı, fast-food zəncirlərində sağlam variantların təklif edilməsi də bir trendə çevrilir. Ərzaq məhsullarının qiymətlərində inflyasiya müşahidə olunur, bu da aşağı gəlirli təbəqələr arasında əsasən yerli və bazar məhsullarına üstünlük verilməsinə səbəb olur. Yerli məhsullara olan inam və maraq artmışdır. Milli məhsulların təbliği və istehlakçı davranışında vətənpərvərlik amili önəmli rol oynayır.

Azərbaycanın qida sənayesi sektorunda istehsal trendləri bəzi malların daha geniş çeşiddə istehsalını nəzərdə tutur. Belə mallar arasında ət və süd məhsullarının istehsalı, şirələr və içkilər, fındıq və quru meyvələr, şərab və çay istehsalı üstünlük təşkil edir. İstehlak malları arasında isə əsas ərzaq məhsulları, o cümlədən çörək, buğda məhsulları və düyü ən çox istehlak edilən qida məhsullarıdır. Süd və süd məhsulları, o cümlədən yüksək keyfiyyətli və müxtəlif çeşidlərdə təqdim olunan məhsullara tələbat da artır. Sağlam qidalara olan tələbatın artması əhalinin qida və sağlamlıqla bağlı məlumatlılığının artması ilə bağlıdır. Bunun nəticəsidir ki, orqanik məhsullara, təbii şirələrə, quru meyvələrə və xüsusi pəhriz məhsullarına tələbat artmaqdadır.

Azərbaycanda qida məhsulları ilə bağlı əhalinin maariflənməsi, həmçinin hökumət tərəfindən qida məhsullarının keyfiyyətinə qoyulan tələblər gələcəkdə ölkəmizdə qida sənayesinin inkişafı üçün pozitiv perspektivlər yaradır. Belə ki, qida istehsalında ekoloji təmiz və dayanıqlı istehsal üsullarının tətbiqinin genişlənməsi, həmçinin bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadənin artması və su ehtiyatlarından daha çox istifadə edilməsi qida sənayesi sektorunun keyfiyyətcə yeni mərhələyə keçəcəyindən xəbər verir. Qida sənayesində rəqəmsal texnologiyaların, məsələn, "smart" emal sistemləri və e-ticarət platformaları daha geniş yayılacağı gözlənilir. Sağlam qidalanma mövzusunda təhsil proqramları və maarifləndirici təşəbbüslərin artırılması qida sənayesində həm istehsal, həm də istehlak trendlərinin müasirləşməsinə kömək edəcək. Əslində qida sənayesi sektorunun müasir tələblərlə, xüsusilə tibb elminin nailiyyətləri ilə uzlaşması ölkədə əhalinin sağlamlığı baxımından da zəruridir. Ənənəvi qida məhsulları arasında elə məhsullar var ki, onların həddən artıq istehlakı ürək-damar xəstəliklərinin və ya şəkər xəstəliklərinin yayılmasına səbəb olur. Qidalanma mədəniyyəti qida sənayesi sektorunun istehsal və istehlak trendlərinin formalaşmasına ciddi təsir göstərir.

Azərbaycanda Qida Təhlükəsizliyi Agentliyinin formalaşması və aktiv fəaliyyəti qida sənayesində istehsal diversifikasiyasına və keyfiyyət standartlarının yüksəlməsinə təkan verə bilər. Eyni zamanda istehlakçı tələbləri dəyişir, sağlamlıq və keyfiyyət mövzuları daha çox ön plana çıxır. Bu trendlər qida sənayesinin inkişafına və beynəlxalq bazarlara daha da integrasiyasına şərait yaradır.

Qida sənayesinin bütün alt-sektorları, yəni a) qida məhsullarının yetişdirilməsi və ya istehsalı; b)qida məhsullarının emalı; c)qida məhsullarının saxlanması və qablaşdırılması; d)qida məhsullarının istehlak üçün satış və ya paylanma məntəqələrinə çatdırılması; e) qida məhsullarının istehlakçıya satışı kimi müxtəlif alt-sektorları bir-biri ilə təchizat zəncirində birləşib. Lakin buna baxmayaraq, Bu problemlərdən birincisi qida sənayesinin xammal təminatı ilə bağlıdır.

Xammalın keyfiyyətində və kəmiyyətində dalğalanmalar qida sənayesinin dayanıqlı fəaliyyətinə müəyyən problemlər yaradır. Kənd təsərrüfatında məhsuldarlığın iqlim dəyişikliyi, su çatışmazlığı və digər ekoloji faktorlar səbəbindən ilbəil dəyişməsi qida sənayesinin sabit xammal təminatını çətinləşdirir. Xammalın keyfiyyətini yüksəltmək üçün fermerlərə texniki

dəstək və müasir aqrar texnologiyalara çıxış məhduddur. Aqrar məhsulların saxlaması və logistika problemləri də qida sənayesinə zəruri həcmdə xammalın çatdırılmasına maneələr yaradır. Müasir standartlara uyğun soyuducu anbarların, logistik mərkəzlərin və regional infrastrukturun çatışmazlığı xüsusilə tez xarab olan məhsullarda ciddi itkilərə səbəb olur. Daşınma xərclərinin yüksək olması yerli məhsulların qiymət rəqabətliliyini azaldır.

Qida sənayesinin inkişafı üçün digər ciddi problem maliyyə və investisiya çatışmazlığı ilə bağlıdır. Belə ki, özəl investisiya imkanlarının məhdudluğu, həmçinin bank kredit faizlərinin yüksək olması səbəbindən kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin (KOS) maliyyə resurslarına çıxışı məhduddur. Bank faizlərinin yüksək olması və girov tələblərinin sərtliyi genişmiqyaslı investisiyalara mane olur. Müəssisələrdə texnoloji yeniliklər və innovasiyalara sərmayə yatırmaq üçün mövcud maliyyə mexanizmləri kifayət etmir.

Qida sənayesi sektorunda ixrac əməliyyatları üçün sığorta, zəmanət və digər dəstək alətlərinin hələ tam formalaşmaması bu sektorda fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün ixrac risklərini artırır [5]. Xarici bazarlarda rəqabət aparmaq üçün marketing, brendləşmə və satış kanallarına qoyulan investisiyalar yetərsiz qalır.

Qida sənayesi sektorunda mühüm problemlərdən biri də keyfiyyət standartları və sertifikatlaşma ilə bağlıdır. Qida sənayesi sektorunda əsas oyunçular bu sahədə uğur qazansalar da kiçik və orta sahibkarların əksəriyyəti tərəfindən beynəlxalq standartlara tam uyğunluq problemləri hələ də həll edilməyib. Bəzi müəssisələrdə istehsal prosesləri ISO, HACCP, Halal və digər beynəlxalq sertifikatların tələblərinə tam cavab vermir. Keyfiyyətin yüksəldilməsi üçün texniki nəzarət, laboratoriya testləri və sertifikatlaşma prosedurları kifayət qədər inkişaf etməyib. Qida təhlükəsizliyi üzrə dövlət nəzarətinin güclənməsinə baxmayaraq, bazarda keyfiyyətsiz və sertifikatsız məhsulların olması istehlakçı inamını xeyli azaldır. Daxili bazarda hələ də saxta və ya keyfiyyətsiz qida məhsullarının dövriyyəsinə rast gəlinir.

Azərbaycanın qida sənayesində mühüm problemlərdən biri də kadr potensialı və innovasiya ilə bağlıdır. Qida sənayesi sektorunda qida mühəndisləri, texnoloqlar, aqronomlar kimi ixtisaslı kadrların çatışmazlığı istehsalda innovativ yanaşmaların tətbiqini ləngidir. Kənd təsərrüfatı və qida sənayesi sahəsində, xüsusilə kənd regionlarında, peşə-ixtisas təhsili infrastrukturunun məhdudluğu peşəkar kadrların yetişməsinə mane olur [6]. Universitetlər və elmi-tədqiqat mərkəzləri ilə sənaye müəssisələri arasında əməkdaşlıq yetərli səviyyədə deyil. Yeni məhsulların hazırlanması, innovativ texnologiyaların tətbiqi və dünya bazarında rəqabətə davamlı brendlərin formalaşması üçün tədqiqat və inkişaf (R&D) üçün investisiyalar aşağı səviyyədədir [7].

Azərbaycanın qida sənayesində digər mühüm problem marketing, brendləşmə və daxili bazarın qorunması ilə bağlıdır. Azərbaycan qida məhsullarının xarici bazarlarda tanınması üçün hələ də professional marketing strategiyalarına və davamlı reklam kampaniyalarına ehtiyac vardır. Yüksək rəqabətli beynəlxalq bazarda dayanmaq üçün məhsul keyfiyyəti ilə yanaşı, diqqətçəkən, standartlara cavab verən qablaşdırma və davamlı logistik şəbəkə tələb olunur. Daxili bazarda idxal məhsulları ilə rəqabətin gücləndirilməsi vacibdir. Bəzi idxal məhsulları qiymət və müxtəliflik baxımından yerli istehsalı çətin vəziyyətə sala bilər. Yerli məhsulların bazarda daha əlçatan və rəqabətə davamlı olması üçün dövlət dəstəyi (subsidiyalar, vergi güzəştləri, kvotalar və s.) həlledici rol oynaya bilər.

NƏTİCƏ

Qida sənayesinin inkişafına təsir göstərə bilən problemlərdən biri də qanunvericilik və dövlət tənzimləməsi ilə bağlıdır. Qanunvericilik bazasının tez-tez dəyişməsi və yaxud yerinə yetirilməsindəki problemləri kiçik və orta sahibkarları əlavə risklərlə qarşı-qarşıya qoyur. Investisiyaların uzunmüddətli planlaşdırılması çətinləşir, bu da yeniliklərə və istehsalın miqyasının genişlənməsinə mane olur. Ölkədə kiçik və orta sahibkarlar üçün vergi yükünün yüksək olması, gömrük rəsmiləşdirməsindəki çətinliklər qida məhsullarının qiymətinə və ixracda rəqabətə birbaşa təsir göstərir. Xüsusən kiçik və orta sahibkarlar üçün asanlaşdırılmış vergi və gömrük rejiminin yaradılmasına ehtiyacı var.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Quliyev, E. & Səfərov, C. (Dekabr 2024). "Kənd təsərrüfatının ixtisaslaşması və regionlarda aqrar məhsullar bazarının inkişafı." Kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatı, №2 (46), 39.
2. Qədəşov, A. (Dekabr 2024). "Azərbaycan Respublikasında istehsal olunan malların beynəlxalq elektron ticarətə integrasiyası: imkanlar və çağırışlar." Kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatı, №2 (46), 58.
3. Iskenderov R., Gulaliyev M., Nasirova O. (2016). Assessment Of Major Factors Of Food Security // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. №10. C. 128-138.
4. Strateji Yol Xəritələri. (2016). Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi. Bakı, 157 s
5. Həsənova M. (2017). İxrac yönümlü kənd təsərrüfatı istehsalının stimullaşdırılması və dünya təcrübəsi. Azərbaycan Kooperasiya Universiteti, "Kooperasiya" elmi-praktiki jurnal. Bakı. (Səh.35-42).
6. Hüseynov M. (2017). Aqrar sektorun insan resursları potensialinin yüksəldilməsi yolları. İpək yolu, No.4, səh.5-13.
7. Mehdiyev Ə. (2019). Qida sektorunda bazara təqdim olunan yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsulların uğursuzluqla nəticələnmə səbəbləri. Baku Engineering University. III International scientific conference of young researchers. 29-30 April, Baku, Azerbaijan. Səh. 627-629.

U.D.Mammadova

PhD Candidate, Azerbaijan Technological University

Current state of Azerbaijan's food industry

Abstract

This paper examines the current state of Azerbaijan's food industry, including its position within the processing industry, market size, and trends in production and consumption within the food sector. The author concludes that the key challenges in Azerbaijan's food industry—such as raw material supply and infrastructure deficiencies, financial and investment constraints, shortcomings in quality standards and workforce, as well as the intensity of competition with imports, inadequate protection of the domestic market, and legislative gaps—pose significant barriers to sustainable development in this sector. To address these issues, collaboration among the government, private sector, and research institutions, along with investment in modern technologies and human capital, is essential.

Keywords: *entrepreneurship, startups, innovative development, technology, economic growth, startup ecosystems*

У.Д.Мамедова

докторант, Азербайджанский Технологический Университет

Текущее состояние пищевой промышленности Азербайджана

Резюме

В данной статье рассматривается текущее состояние пищевой промышленности Азербайджана, включая ее положение в перерабатывающей отрасли, размер рынка, а также тенденции в производстве и потреблении в этом секторе. Автор приходит к выводу, что основные проблемы пищевой промышленности Азербайджана, такие как дефицит сырья и инфраструктурные недостатки, финансовые и инвестиционные ограничения, пробелы в системе стандартов качества и кадровом обеспечении, а

также высокая конкуренция с импортной продукцией, недостаточная защита внутреннего рынка и пробелы в законодательстве, создают серьезные препятствия для устойчивого развития данной отрасли. Для решения этих проблем необходима совместная работа государства, частного сектора и научно-исследовательских учреждений, а также инвестиции в современные технологии и человеческий капитал.

Ключевые слова: *предпринимательство, стартапы, инновационное развитие, технологии, экономический рост, экосистемы стартапов.*