UOT 39.58.55.

Kəmalə Əziz qızı HAQVERDİYEVA
Azərbaycan Kooperasiya Universiteti, müəllim
10.30546/4.71.73001.2024.027

ƏRZAQ BAZARINDA MAKROİQTİSADİ TƏNZİMLƏMƏNİN ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi – istehlak bazarının makroiqtisadi tənzimlənməsinin mövcud istiqamətlərinin təhlilindən ibarətdir.

Tədqiqatın metodologiyası - sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti – qida bazarının iqtisadiyyatı ilə bağlı tədqiqatlarda elmi resurs kimi istifadənin mümkünlüyü.

Tədqiqatın nəticələri – ərzaq bazarının əsas inkişaf istiqamətlərinin müəyyən edilməsində nəticələr ümumiləşdirilmişdir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi - ərzaq bazarının idarə olunmasının təkmil mexanizminin tətbiqi istiqamətlərinin müəyyən edilməsi və elmi əsaslandırılması.

Açar sözlər: ərzaq istehlakçıları, ərzaq bazarı, ərzaq məhsulları, idarəetmə, elektron ticarət, idarəemə mexanizmi.

Giriş

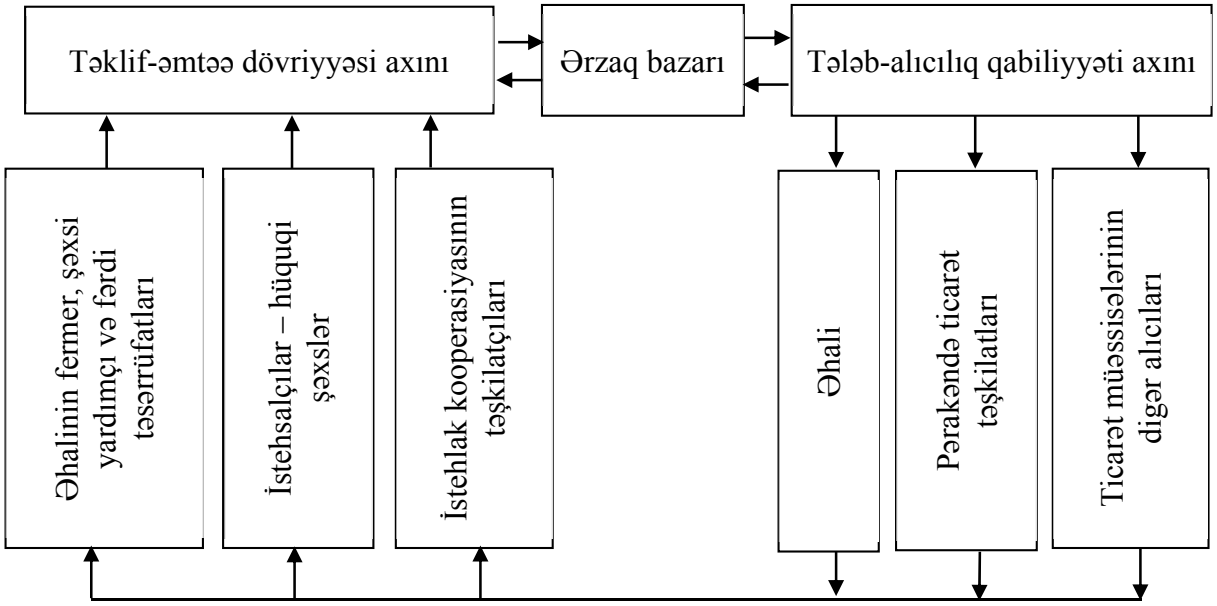
İdarəetmə mexanizmlərinin işinin səmərəlilik kriteriyaları bazar iqtisadiyyatı münasibətlərinin bütün iştirakçılarının maraqlarının razılaşdırılması və uzlaşdırılmasına nail olunması, həmçinin sözügedən ticarət formatı çərçivəsində investisiya cəlbediciliyinə nail olunmasıdır.Şəhərin ərzaq bazarlarının idarə olunmasının təşkilati iqtisadi mexanizminin əsas elementlərinə nəzəri yanaşmaları daha ətraflı nəzərdən keçirək. Burada xüsusi olaraq xarici mühit faktorunun xüsusiyyətləri və təsiri nəzərə alınır.

Ərzaq bazarında tələb və təklifin tarazlaşdırılması mexanizmləri və onların əsas ünsürləri

Ərzaq bazarlarının fəaliyyətində əmtəələrin (təklif) və alıcılıq qabiliyyətinin (tələb) hərəkəti müşahidə olunur. Ərzaq bazarının müasir ticarət formatında səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün hər iki prosesin idarə olunması tələb olunur- tələb və təklifin formalaşdırılması və tənzimlənməsi (bax şəkil 1.). Bazar iqtisadiyyatı münasibətlərinin bu subyektləri bazarın əsas elementlərini özündə əks etdirir, daxili və xarici mühitə təsir faktorlarının seçilməsi imkanlarını müəyyən etməyə imkan yaradır.

Deyilənlərlə yanaşı qeyd etmək lazımdır ki, müasir ticarət formatı kimi aşağıdakı istiqamətlər üzrə ərzaq bazarının idarə olunmasını ləngidən bir sıra səbəblər də vardır. Bunlar aşağıdakılardır [6]:

- Regional idarəetmə orqanları tərəfindən bazarın fəaliyyətinin strateji təhlili və planlaşdırılmasına kifayət qədər diqqət yetirilmir;
- Dövlət tərəfindən həyata keçirilən sosial siyasətdə ərzaq bazarlarının rolu tam olaraq nəzərə alınmır;
- Mövcud informasiya təminatı bazarların fəaliyyəti və iqtisadi göstəricilər sistemi barəsində, həmçinin lokal bazarların fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi ilə bağlı məhdud informasiya təqdim edir;
- Bazar birtərəfli olaraq nəzərdən keçirilir və bu yanaşmada hesab olunur ki, bazarın fəaliyyətinin əsas istiqaməti alıcıların zəruri məhsullarla təmin olunmasıdır, lakin yaddan çıxarılır ki, satıcılar eyni zamanda potensial istehlakçılardır;
- Müasir nəzəriyyədə iqtisadiyyatın idarə olunması məsələləri araşdırılarkən ərzaq məhsulları bazarının müasir ticarət formatı kimi araşdırılmasına kifayət qədər diqqət yetirilməmişdir.



Şəkil 1. Ərzaq bazarlarında tələb və təklifin qarşılıqlı əlaqəsi

Mənbə: şəkil müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, əmtəə təklifləri bazarının formalaşmasında ən böyük çatışmazlıq ondan ibarətdir ki, onun məhsullarla təmin edən bütün subyektlərinin heç də hamısı praktiki fəaliyyətdə iştirak etmirlər.

Əksər hallarda ərzaq bazarları iri istehsalçılarla və kənd təsərrüfatı məhsulları çeşidlərinin iri partiyalarla alıcıları ilə işləməkdə maraqlıdırlar [5, s.320].

Bazara şəxsi yardımçı təsərrüfatlarının, həmçinin istehlak kooperasiya təşkilatlarının cəlb olunması proqramı yoxdur, halbuki sözügedən tədarükçülərdən də məhsulların alınmasının müasir ticarət formatında təşkil olunması tələb olunur.

İndiki dövrdə Azərbaycanda əhali tələbatının idarə olunması səviyyəsi qeyri-qənaətbəxşdir. Əsasən məhsulların reallaşdırılması zamanı cari mənfəətlərin hesablanılmasına üstünlük verilir, bu isə öz növbəsində sadə mexanizmlərin təsirinin artmasına səbəb olur - qiymətlərin artması və yaxud yüksək olaraq qalması. Burada nəzərə alınmır ki, ərzaq bazarının inkişaf etməsi əhalinin alıcı kimi nəyə və hansı ticarət məkanının (mağaza, palatka, köşk, bazar) seçilməsinə üstünlük verməsindən asılıdır.

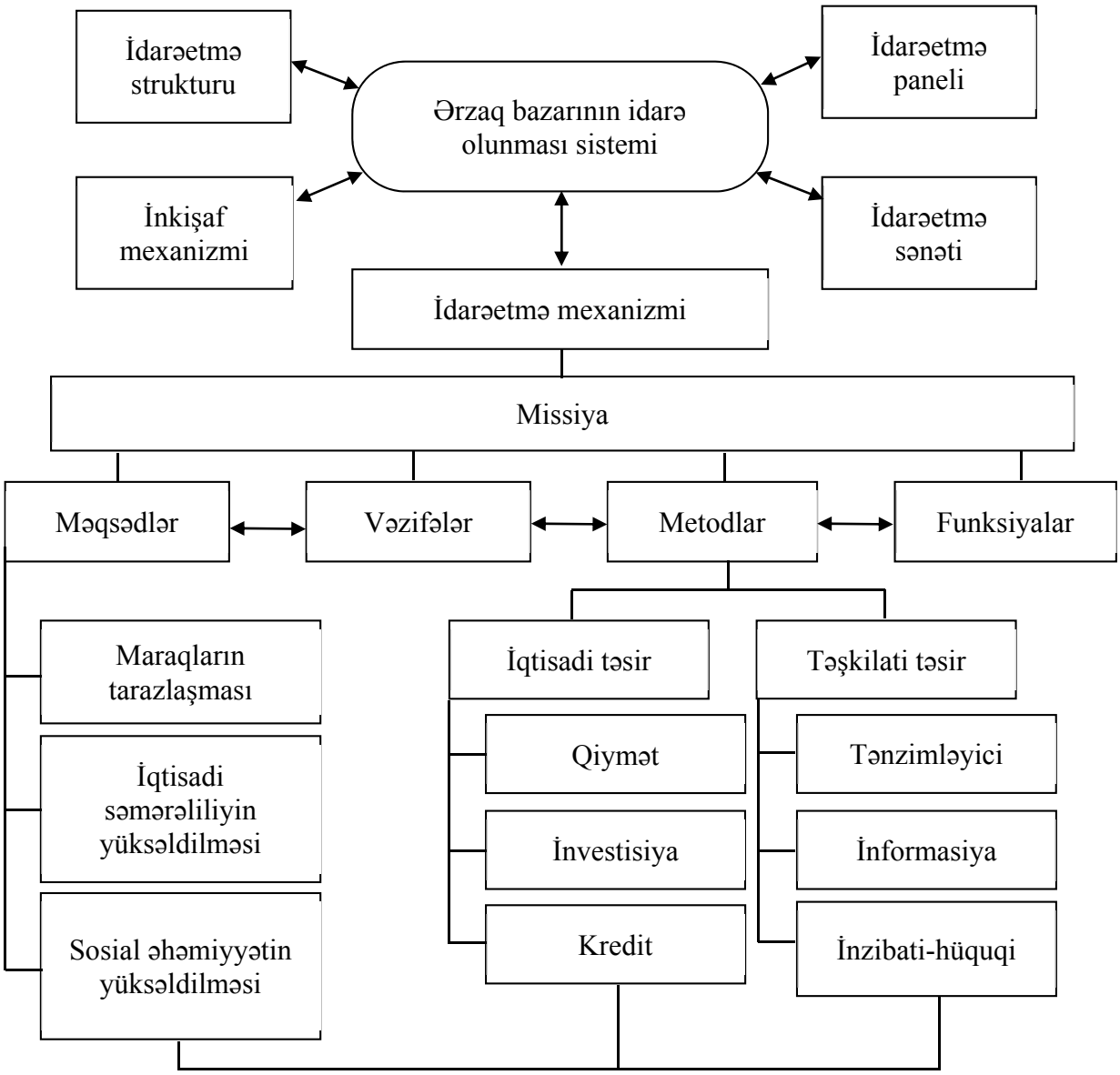
Beləliklə, əmtəə və alıcı axını formalaşdırılmalıdır, onlar ərzaq bazarlarına doğru yönləndirilməlidir, yəni burada söhbət ərzaq bazarının idarə olunmasının adekvat mexanizmlərinin hazırlanmasından gedir. Əsas məqsəd isə bazarın bütün iştirakçılarının iqtisadi maraqlarının uzlaşdırılması, bazarın fəaliyyətinin iqtisadi və sosial səmərəliliyinin yüksəldilməsinə nail olunmasıdır.

Hesab edirik ki, ərzaq bazarının idarə olunmasının təşkilati iqtisadi strukturu iqtisadi və təşkilati bölmələrin məcmusundan ibarətdir, həmin struktur bölmələri məqsədyönlü şəkildə fəaliyyət göstərərək bazarın bütün subyektlərinin maraqlarının uzlaşdırılmasına xidmət edirlər.

Adı çəkilən formatda bazarın idarə olunması mexanizmi yaradılmalıdır və hesab edirik ki, müasir dövrdə, ticarətin qloballaşması şəraitində əsas elementlərin qarşılıqlı əlaqələri də müasir tələblərə uyğun olmalıdır (bax şəkil 2.-ə).

İdarəetmə elementlərinin qarşılıqlı əlaqələri idarəetmə təsirini formalaşdırmağa imkan yaradır, müasir ticarət formatı kimi bələdiyyə bazarının davamlı, artan, mütərəqqi inkişafına səbəb olur.

Müəllif tərəfindən aparılmış sistemli təhlillər əsasında təşkilati-iqtisadi təsir üsulları nəzərdən keçirilir və onlar üzərində bazarın fəaliyyəti qurulur.



Şəkil 2. Ərzaq bazarlarının idarə olunması mexanizmi

Mənbə: şəkil müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Ərzaq bazarının fəaliyyətində məqsədli başlanğıc amili müxtəlif subyektlərin məqsəd və maraqlarının əksi kimi yaranır və bütün bunlar bu və ya digər dərəcədə onun fəaliyyəti və iş prosesində də cəlb olunması ilə özünü büruzə verir. Yuxarıda da göstərildiyi kimi bazarın əsas subyektləri vardır [3].

Yuxarıda göstərilən subyektlərin maraqlarının əks olunması eyni zamanda bazarın missiyasını da özündə əks etdirir. Ancaq bu missiya ümumi istiqamətləri müəyyən edir, ticarət formatı kimi ərzaq bazarının fəaliyyət istiqamətlərini göstərir.

Bu subyektlərin maraqları həmin ticarət formatına təsir göstərir və bunlar aşağıdakılardır:

- İşgüzar münasibətlərdə olan məhsul istehsalçılarının məqsədləri istehsal edilən məhsulların reallaşdırılması və bunun müqabilində qazanc əldə olunması, həmçinin məhsulların istehlak olunmasıdır;
- Pullarını ərzaq məhsullarının alınmasına sərf edən istehlakçılar müxtəlif əmtəələrə olan istehlak tələblərini təmin edirlər;

- Bazar işçiləri bilavasitə öz əmək̈ləri ilə həmin ticarət formatında bazarın fəaliyyət göstərməsini təmin edirlər, məhsulların reallaşdırılması ilə ticarət prosesinə xidmət edərək, öz əmək̈ləri müqabilində müəyyən qazanc əldə edir və həyat fəaliyyətlərinin təmin olunması üçün xərcləyirlər;
- Bazar mülkiyyətçiləri (bələdiyyə orqanları və idarəetmə), öz iqtisadi maraqları baxımından onu yaradaraq fəaliyyətə gətirirlər;
- Sosial - iqtisadi, mühitin digər fəaliyyət sferalarında dövlət institutları bazarla müştərək fəaliyyət göstərərək mənfəət əldə edir, daha sonra təkrar bölgü vasitəsi ilə yenidən bazara qayıdır.

Bazarın fəaliyyətində konkret nailiyyətlər qarşıya qoyulmuş məqsədlərdə özünü büruzə verir. Bu vaxta qədər bələdiyyə ərzaq bazarının fəaliyyəti daxili mühit baxımından nəzərdən keçirilirdi. Lakin bazar subyektlərinin maraqlarının tarazlaşdırılması bütün subyektləri, əmtəə və alıcı axınlarını xarakterizə etməyə imkan yaradır. Bu səbəbdən də qarşıya qoyulmuş məqsəd bazarın müasir ticarət formatı kimi inkişaf etməsi üçün daha strateji məqsədləri müəyyən edir. Prioritetlər satıcılara verilir, onların içərisində kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları, şəhər əhalisinə məhsul satan istehsalçı-satıcılar xüsusi yer tutur və bununla da bazarın tərkibinin sosial komponenti reallaşdırılır [1,2].

Ərzaq bazarının sosial əhəmiyyətinin yüksəlməsi onun müasir, sivil ticarət formatı kimi inkişaf etdirilməsi ideologiyasında öz əksini tapır.

Bələdiyyə ərzaq məhsulları bazarının əksəriyyəti üçün əsas fəaliyyət növü ticarət məkanlarının, qeyri-yaşayış yerlərinin, torpaq sahələrinin, mülkiyyətin fiziki və hüquqi şəxslərə icarəyə verilməsidir. Ancaq müasir ticarət formatı kimi bazarın fəaliyyət göstərməsi üçün əsas fəaliyyət növü ilə bağlı satıcı və alıcılar üçün təqdim edilən xidmətlər kompleksinin əhatə dairəsi genişlənməlidir. Bütün bunlar isə, öz növbəsində, ticarət prosesinin təşkili xidmətləri ola bilər, bir tərəfdən həmin xidmətlər iş yerinin avadanlıqla təmin olunmasına, digər tərəfdən isə məhsulların əmtəə formasında reallaşdırılmasına xidmət edər. Yəni məişət təyinatlı, həmçinin istehsal xarakterli əmtəələrin reklam edilməsi ilə bağlı təkliflər ola bilər.

Alıcılar üçün eyni zamanda bir sıra mühüm və əlavə tədbirlərin həyata keçirilməsi də tələb olunur: alıcılıq qabiliyyətinin stimullaşdırılması üçün tədbirlərin həyata keçirilməsi: sərgilər-satış və məhsulların test edilməsi, bazar tərəfində yarmarkaların təşkili, qiymətlərin 10-15 % azaldılması mexanizminin tətbiqi ilə sosial günlərin keçirilməsi, həmçinin çox geniş əhatə dairəsi üzrə məişət xidmətlərinin göstərilməsi, əlavə sifarişlərin qəbul olunması və s.

Maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin səmərəliliyi - təsərrüfat subyektinin özü tərəfindən sabit fəaliyyət göstərmək üçün cari vaxtda mənfəət əldə olunmasına imkan yaradır və strateji məqsədlərin institusional, elmi-texniki, innovasiya, ekoloji siyasətdə reallaşdırılmasına imkan yaradır.

Bazarın fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsində əsas istiqamətlər müəssisələrin biznes planında öz əksini tapmalıdır. Burada bütün vəzifələr, mexanizmlər, konkret tədbirlər sistemi bütün təfsilatı ilə verilir.

Bütün bunlar istehsaldaxili fəaliyyətin məqsədlərdir, lakin spesifik xüsusiyyətləri, ənənələri olan ərzaq bazarı üçün məqsədlərin ehtimalının xüsusi əhəmiyyəti vardır-məqsədlər ağacı- xarici mühit faktoru vardır.

Ərzaq bazarında elektron ticarətin formalaşması

Alqı-satqı sazişlərində hökmranlıq edən "qara nağd pul" və barter qiymətqoymanın səmərəli tənzimlənməsini, vergi ödənişləri bazasının düzgün qiymətləndirilməsini, əmtəə dövriyyəsinin idarə olunmasını qeyri-mümkün edir.

Yaranmış situasiyanı aradan qaldırmaq üçün leqal fəaliyyətlərlə məşğul olan iqtisadi agentlər üçün daha yaxşı şəraitin yaradılması, əmtəələrin səmərəli axınını tənzimləyən real iqtisadi mexanizmlərin yaradılması və ərzaq bazarında informasiya şəffaflığının yaradılması tələb olunur.

Ərzaq məhsulları ilə elektron ticarət sistemi bu üsulların konkret reallaşdırılmasına və leqal bizneslə məşğul olmağa üstünlük verən iqtisadi agentlərə könüllülük prinsipi əsasında birləşmək imkanı yaradır.

Elektron ticarət sistemi iştirakçılarına ərzaq məhsullarının alınması və satılmasında xidmətlərdən tam olaraq istifadə etmək imkanı yaradır.

Eyni zamanda elektron ticarətin akkreditə olunmuş iştirakçıları real imtiyazlardan təkcə sazişlərə formal xidmət etmək müqabilində deyil, maliyyələşdirmə, sığorta, informasiya təminatı imkanlarından da istifadə edə bilirlər. Qanuni sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəli stimullaşdırılması alətləri məhz belə formalaşdırılır. Əmtəələrin hərəkəti axını və qiymətlərin səmərəli tənzimlənməsinin təşkilati mexanizmi içərisində topdansatış ərzaq bazarları, əmtəə birjaları, yarmarka və auksionlar xüsusi yer tutur. Burada real rəqabət şəraitində təklif edilən əmtəələrin obyektiv qiyməti formalaşır. Müasir topdansatış bazarların və birjaların kifayət qədər inkişaf etməməsi onunla izah olunur ki, sazişlər təsbit olunmuş standartlara əsasən bağlanır və kölgə iqtisadiyyatının predmeti ola bilməz.

Elektron ticarət sistemində belə olan təqdirdə ərzaq məhsullarının satılması peşəkarcasına təşkil olunur. Burada önəmli olan sazişlərin bağlanması deyil, eyni zamanda təsbit olunmuş qaydalara əsasən qeydiyyata alınmasıdır. Bütün bunlar isə, öz növbəsində, vergi bazasının artmasına səbəb olur.

Elektron ticarətin formalaşması üçün mühüm baza rolunu müasir informasiya texnologiyaları təşkil edir. Belə bir məlumat bazasının mövcudluğu şəraitində əmtəələrin qiymətləri özbaşına dəyişdirilə bilməz, kölgə iqtisadiyyatının xeyrinə olaraq hesabatlarla qeyri-leqal manipulyasiya olunması qeyri-mümkündür.

Mahiyyət etibarı ilə elektron ticarət sistemi sivil bazarın qurulması aləti kimi çıxış edir. Önəmli məsələlərdən biri də odur ki, bu alət digər ölkələrdə də tətbiq olunur və həmin ölkələrdə sözün əsl mənasında və əyani olaraq elektron ticarətin tətbiq edilməsinin əhəmiyyəti və perspektiv imkanlarını dərk etdilər. Bu səbəbdən də bu sistemin regionlar və dövlətlər arasında səmərəli ərzaq ticarəti əlaqələrinin formalaşdırılması üçün tətbiq edilməsi sözün əsl mənasında ölkə iqtisadiyyatının tərəqqisində ciddi nailiyyətlərin əldə olunmasına gətirib çıxaracaqdır. Bizim ölkəmizdə də ərzaq məhsullarının elektron ticarəti sistemi inkişaf etdirilməlidir. Ərzaq bazarında elektron ticarətin inkişaf etdirilməsi zərurətini getdikcə daha çox hiss etdirən səbəblər qismində aşağıdakıları xüsusi olaraq qeyd etmək lazımdır [4]:

- Tərəfdaşların axtarılması və hesablaşmaların aparılmasının sistemlərə köçürülməsi elektron rejimdə potensial iqtisadi artıma nail olunmasına imkan yaradır;
- Regional topdansatış bazarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi və özünütənzimlənməsinin həyata keçirilməsi, əmtəələrin, maliyyələrin mütləq dövriyyəsi və balanslaşdırılmış bazar qiymətlərinin formalaşdırılması üçün şərait yaradır;
- Dövlət və bələdiyyə tələbləri üçün əmtəələrin satın alınması zamanı büdcə xərclərinin azaldılması üçün;
- Mütləq göstəricilərdə büdcə gəlirlərinin artması;
- Regional topdansatış bazarında maliyyə resurslarının dövriyyəsi və dönərliyinin artması;
- Ticarət sazişlərinin bağlanması prosesinə hazırlıq və alqı-satqi əməliyyatlarının keçirilməsinin, dövlət və bələdiyyə ehtiyacları üçün məhsulların satın alınması nəticələrinin şəffaflığı və ictimailəşdirilməsinin təmin olunması;
- Təşkilat və sahibkarların, həmçinin dövlət və bələdiyyə subyektlərinin elektron kommersiyaya bərabər şərtlər əsasında daxil olma imkanının yaradılması üçün imkan yaradır.

Bizim tərəfimizdən tövsiyə edilən elektron ticarət meydançasında kənd təsərrüfatı məhsullarının, o, cümlədən ərzaq və xam malın reallaşdırılması sxemi təklif olunmuşdur (bax şəkil 1).

Elektron ticarət vasitəsi ilə dövlət sifarişi ilə ərzaq məhsullarının satın alınması bütünlükdə ölkədə əmtəə hərəkətinin səmərəliliyini, mərkəzi respublika büdcəsinin və regional büdcələrin vəsaitlərinin səmərəli istifadə olunmasını təmin edəcəkdir. Deyilənlərlə yanaşı dövlət orqanları ilə təsərrüfat subyektləri arasında qarşılıqlı əlaqə prosesində informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından geniş istifadə olunmasına imkan yaradacaqdır.

Zənnimizcə, qeyd edilən məqsədlər üçün elektron ticarətin yaradılması bütün icra hakimiyyəti orqanlarında bu proseslərin avtomatlaşdırılmasına, dövlət sifarişçilərinə müsabiqələr keçirilərkən xərclərin azaldılmasına imkan yaradacaq, itki və sui-istifadə hallarının qarşısının alınması da mümkün olacaqdır.

Zənnimizcə, İnternet texnologiyaları elektron ticarət meydançalarının işində iştirak etmək imkanını reallaşdıraraq tamamilə elektron biznesin üstünlüklərindən istifadə etməyə imkan yaradır.

Ərzaq məhsulları ilə elektron ticarət aşağıdakı nəticələrə səbəb olur:

- ✓ Satışın həcminin artırılması ilə gəlir əldə edilməsinin yeni kanallarının yaradılması;
- ✓ Tranzaksiya və faktura xərcləri azaldılır;
- ✓ Servişin təkmilləşdirilməsi və müştərilərin tələbatlarının tam ödənilməsi;
- ✓ İnvestisiya xərclərinin özünü tam ödəməsi və gəlirlərin artması.

Ticarət sazişi, yaxud sövdələşmə "Razılaşdırılmışdır" statusu aldıqdan sonra avtomatik olaraq tədarük təqviminə daxil edilir və müştəri istənilən vaxt müstəqil olaraq sazişlərə necə əməl edilməsi barədə məlumat əldə edə bilər.

Məhsulların sahə kataloqunun cəlbediciliyini daha da artırmaq olar. Bunun üçün isə şəkillərdən, müşayiətedici sənədlərdən istifadə olunur və bütün bunlar məhsul çeşidinin seçilməsinin yaxşılaşmasına şərait yaradır. Məlumatlar mübadiləsinin vahid formatı ticarət meydançasının iştirakçılarını vahid informasiya mühitində sahə üzrə məlumat bazasından daha çevik məlumat əldə etməsinə imkan yaradacaqdır.

Elektron ticarət meydançası vasitəsi ilə çalışaraq tərəfdaşlar kompüter düyməsi vasitəsi ilə məhsul tədarükü və göndərilən məhsulun yüklənilməsi üçün sifariş verə bilərlər. Nəticədə ticarət meydançasında elektron sənədlər, tədarük qrafiki və məhsulların satışı ilə bağlı sənədlər hazırlanır. Sənədləşdirmələrin ənənəvi üsullarla yerinə yetirildiyi zaman buraxılan səhvlər, həmçinin rabitə və telekommunikasiya xərcləri azaldılmış olur. Hər bir menecer personal iş qrafiki əsasında öz biznes əlaqələrini qurur, şirkətin bazarda mövqeyini möhkəmləndirir, məhsulların satışından yeni imkan və kanallar əldə edir.

Azərbaycan Respublikasında elektron ticarət meydançasının yaradılmasında əsas məqsəd, zənnimizcə, aşağıdakılar olmalıdır:

- ➢ kənd təsərrüfatı məhsullarının daha səmərəli satışı sisteminin yaradılması;
- ➢ ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması;
- ➢ iqtisadi rayonlar üzrə ərzaq məhsulları qiymətlərinin bərabərləşdirilməsi;
- ➢ regionlararası effektiv ərzaq məhsullarının alınması və satılması əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi.

Nəticə

Yuxarıda bütün qeyd edilənlər ərzaq sisteminin strateji idarəetmə mexanizminin bəzi ünsürləri və təşkilati strukturun formalaşması baxımından aktuallıq kəsb edir və Azərbaycan Respublikasının ərzaq strategiyası formalaşdırılarkən nəzərə alınmalıdır.

Hesab edirik ki, Azərbaycan Respublikasının aqrar-sənaye regionlarına tətbiq edilərkən ərzaq sisteminin qiymətləndirilməsi kriteriyası ərzaqla təminatın yetərli səviyyədə olmasıdır (onun istehsal həcminin daxili istehlaka nisbəti). İqtisadi aspektləri ilə yanaşı siyasi və sosial aspektləri də vardır, aqrar sənaye kompleksinin inkişafından, əmtəə resurslarının həcmindən, əhalinin ərzaq məhsullarına ödəniş qabiliyyətindən, ərzaq məhsulları ilə bağlı əlaqələrin sərfəli və etibarlılığı səviyyəsindən asılıdır. Eyni zamanda qeyd etməliyik ki, ərzaq sisteminin real planlaşdırma, proqnozlaşdırma və tənzimlənmə obyekti kimi nəzərdən keçirilməsi məqsədəuyğun olardı. Bütün bunlar istehsalın göstəricilərinin tarazlaşdırılmasına, müvafiq məhsulların emalı, saxlanılması və nəql edilməsinin sahmana salınmasına, sektorların maraqlarının uzlaşdırılmasına, disproporsiyaların müəyyən olunmasına, müəyyən iqtisadi nəticənin əldə olunmasına istiqamətlənməyə imkan yaradardı. Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, burada sahə xüsusiyyətləri deyil, son məhsulun

kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri xüsusi əhəmiyyət daşıyır: konkret məhsulun təşkilati texnoloji tsikl üzrə hərəkəti istehsalın həcminin mütləqləşdirilməsinə istiqamətlənməlidir, çünki burada məqsəd, əsas prinsip son məhsulun səmərəli əldə olunmasına nail olmaqdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Xəlilov N.A. Milli ərzaq təhlükəsizliyi: bazar transformasiyaları və iqtisadi qloballaşma amilləri. Bakı. Adiloğlu. 2001,-71 s.
2. Quliyev F.V. Ərzaq bazarının təmzimlənməsinin prioritet istiqamətləri. Avtoreferat. ADİU, 2006,-25 s.
3. Корецкая Л. К. Развитие рынка потребительских товаров : монография/Л. К. Корецкая.- Чита : ЗИП СибУПК, 2020.- 150 с.
4. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. - 320 с
5. Структура отраслевых рынков / Ф.М. Шерер, Д. Росс; пер. с англ. - М. : ИНФРА-М, 1997. - 569 с.
6. Терещенко Н.Н. Эффективность деятельности торгового предприятия: теория, методология, практика оценки : монография/ Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова.- Красноярск, 2004 - 229 с.

Камаля Азиз кызы Ахвердиева
Азербайджанский Университет Кооперации
преподаватель

Основные направления макроэкономического регулирования продовольственного рынка

Резюме

Цель исследования - заключается в анализе существующих направлений макроэкономического регулирования потребительского рынка .

Методология исследования - системный подход, сравнительный анализ.

Практическая ценность исследования – возможность его использования в качестве научного ресурса в исследованиях, связанных с экономикой продовольственного рынка.

Результаты исследования - обобщены результаты в определении основных направлений развития продовольственного рынка.

Оригинальность и научная новизна исследования - выявление направлений и научное обоснование использования передового механизма управления продовольственным рыеком.

Ключевые слова: потребители продовольствия, продовольственный рынок, продукты питания, управление, электронная торговля, механизм управления.

Kamalya Aziz Haqverdiyeva
Azerbaijan Cooperation University, teacher

Main directions of macroeconomic regulation in the food market

Summary

The purpose of the study consists in analyzing existing directions of macroeconomic regulation of the consumer market.

Research methodology - systematic approach, comparative analysis.

The applied importance of the research – the possibility of its use as a scientific resource in research related to the economics of the food market.

The results of the research – the results in determining the main directions of development of the food market are summarized.

Originality and scientific novelty of the research – is identification of directions and scientific justification for the use of an advanced mechanism for managing the food market.

Key words: consumers of food, food market, food, management,electronic trade, management mechanism.