UOT: 338.43, 338.436.3, 339.1

Anar Vidadi oğlu BAYRAMOV
Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzinin doktorantı
e-mail: a.v.bayramov@gmail.com
https://doi.org/10.30546/4.71.73001.2025.002.080

KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏHSULLARININ TƏDARÜK ZƏNCİRİNDƏ RƏQABƏT İNTENSİVLİYİNİN DƏYƏRLƏNDİRİLMƏSİ

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi – kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarük zəncirində rəqabət intensivliyini dəyərləndirən göstəricilərin sistemli təhlilini və strukturlu təsnifatını aparmaqdır. Məqalə, bu göstəricilər əsasında dəyərləndirmə üçün yeni yanaşma təqdim edir.

Tədqiqatın metodologiyası – Tədqiqat işində müşahidə, müqayisə, statistik təhlil və sistemləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir. Müxtəlif metodoloji yanaşmalar və göstəricilər əsasında kənd təsərrüfatı sahəsində rəqabət intensivliyinin kompleks təsviri aparılmışdır.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti – Məqalədə təqdim olunan sistematik yanaşma kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında rəqabət şəraitinin dəyərləndirilməsi üzrə siyasətlərin hazırlanmasında və strateji qərarların qəbulunda faydalı ola bilər.

Tədqiqatın nəticələri – Araşdırma nəticəsində rəqabət intensivliyini xarakterizə edən 13 əsas göstərici müəyyənləşdirilmiş və 4 əsas meyar üzrə strukturlaşdırılmışdır. Bu yanaşma kənd təsərrüfatı tədarük zəncirində rəqabət intensivliyinin daha dəqiq qiymətləndirilməsinə imkan yaradır.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – Kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarük zəncirində rəqabət intensivliyini sistematik şəkildə qiymətləndirmək üçün göstərilən göstəricilərin inteqrasiya olunmuş təsnifatı ilk dəfə olaraq təqdim edilmişdir.

Açar sözlər: rəqabət intensivliyi, Herfindahl-Hirschman indeksi, Panzar və Rosse modeli, Buno göstəricisi, təmərküzləşmə, tədarük zənciri.

Giriş

Aqrar sahə iqtisadiyyatın digər sektorları ilə müqayisədə rəqabətin spesifik cəhətləri ilə fərqlənir. Bu spesifik cəhətlər kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının struktur xüsusiyyətləri, habelə həmin məhsulların tədarük zəncirinin də çoxpilləli olması ilə şərtlənir.

Bu baxımdan kənd təsərrüfatı tədarük zəncirinin müxtəlif vəsilələri (kənd təsərrüfatı üçün əsas resursların istehsalı və satışı, kənd təsərrüfatı istehsalı, kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı və pərakəndə satış) üzrə rəqabət səviyyəsinin və rəqabətin vəziyyətinin qiymətləndirilməsinə müxtəlif metodoloji yanaşmalar irəli sürülür və müvafiq göstəricilər təklif olunur. Eyni zamanda, müxtəlif situasiyalarda əlverişli ölçmə üsullarının tətbiqi üçün qeyd edilən istiqamətdə meyarların, göstəricilərin sistemləşdirilməsi və strukturlaşdırılmasına ehtiyac yaranır.

Məqalədə kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarük zəncirində rəqabət intensivliyini səciyyələndirən göstəricilərin sistemli təhlil edilməsi və müvafiq dəyərləndirmələr aparılması məqsədi qarşıya qoyulmuşdur.

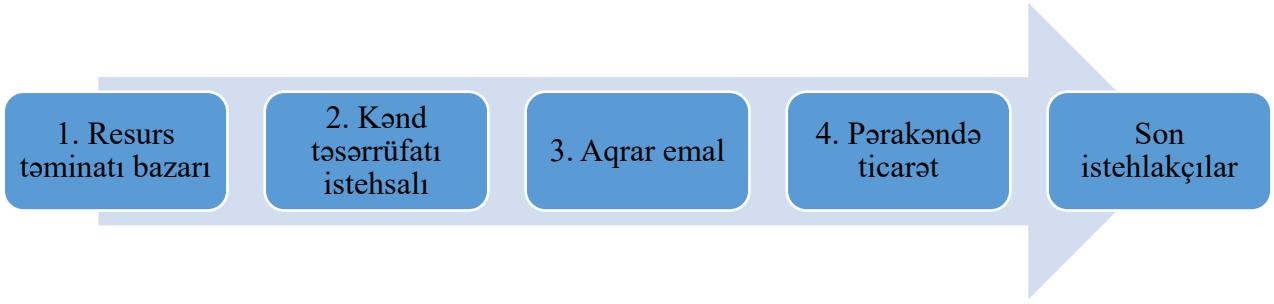
Məqalə struktur baxımından 3 bölmədən ibarətdir. Birinci bölmədə rəqabət intensivliyi anlayışı kənd təsərrüfatı tədarük zənciri kontekstində təqdim olunur. İkinci bölmədə rəqabət intensivliyinin dəyərləndirilməsinin əhəmiyyəti açıqlanır. Üçüncü bölmədə isə rərabət intensivliyini səciyyələndirən göstəricilərin məzmunu şərh edilir və göstəricilərin müxtəlif meyarlar üzrə strukturlaşdırılması aparılır.

Kənd təsərrüfatı tədarük zəncirində rəqabət intensivliyi

Rəqabətin intensivliyi bir bazarda fəaliyyət göstərən subyektlərin və ya iştirakçıların bir-birilə nə qədər güclü rəqabət apardığını ifadə edir. Başqa sözlə, rəqabətdə iştirakçıların üzrləşdiyi təzyiqin dərəcəsini ifadə edir [11]. Bu anlayış bazar iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır və bazarın

effektivliyini təyin edən əsas amillərdən biridir.

Kənd təsərrüfatı çoxpilləli tədarük zəncirinə malikdir. Tədarük zəncirinin əsas 4 vəsiləsi ayrılır: kənd təsərrüfatı üçün əsas resursların istehsalı və satışı, kənd təsərrüfatı istehsalı, kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı və pərakəndə satış.



Qrafik 1. Kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə dəyər zəncirinin vertikal vəsilələri

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Rəqabət həm tədarük zənciri boyunca (vəsilələr arası), həm də vəsilələr daxilində fəaliyyət göstərən ayrı-ayrı subyektlər arasında gedir. Bütün bunlar rəqabətin təbiətində mürəkkəbliklər yaradır və rəqabətin intensivliyinin dəyərləndirilməsi də xeyli çətinləşir. Ona görə də rəqabətin intensivliyini ölçmək üçün çoxsaylı göstəricilərə ehtiyac yaranır. Eyni zamanda, müxtəlif situasiyalarda fərqli ölçmə üsullarının tətbiqi üçün həmin meyarların, göstəricilərin sistemləşdirilməsi və strukturlaşdırılması ciddi əhəmiyyət kəsb edir.

Rəqabət intensivliyinin ölçülməsi bir neçə baxımdan əhəmiyyətlidir.

1) Rəqabət dərəcəsinin qiymətləndirilməsi bazar iştirakçılarına daha düzgün və optimal strategiya ilə fəaliyyət göstərmək imkanı açır.

2) Dövlət orqanları rəqabət mühitini qiymətləndirməsə, adekvat tədbirlər (tənzimləmə, müdaxilə və s.) görmək çətin olar. Digər tərəfdən, rəqabət şəraitini yaxşılaşdırmaq üçün dövlətin həyata keçirdiyi tədbirlərin effektivliyini qiymətləndirmək üçün də etibarlı ölçmə vasitələrinə ehtiyac yaranır.

3) Rəqabət intensivliyinin dəyərləndirilməsi qanunvericiliyin düzgün tətbiqi üçün vacibdir.

Rəqabət mühitini qiymətləndirmək üçün bir sıra metodologiyalar, yanaşmalar irəli sürülmüşdür. Bunların hər biri konkret situasiyaya uyğun şəkildə seçilib istifadə oluna bilər. Bir çox hallarda birdən çox ölçmə göstəricisi istifadə olunur və göstəricilər sintez olunaraq ümumi nəticə çıxarılır. Bu baxımdan rəqabətin intensivliyini qiymətləndirmək üçün çox müxtəlif göstəriciləri bilməkdə fayda var. [15]

Rəqabəti ölçmək üçün istifadə olunan mexanizmlər kifayət qədər mürəkkəbdir. Bu, rəqabət mühitinin özünün xarakteri ilə bağlıdır. Bu mənada rəqabət intensivliyinin ölçülməsi vasitələrinin düzgün seçilməsi önəmlidir.

Rəqabət intensivliyinin göstəriciləri həm elmi araşdırmaların predmetidir, həm də ölkələrin rəqabət qanunvericiliyində öz əksini tapır.

OECD-nin yanaşmasına görə, rəqabətin intensivliyini qiymətləndirmə zamanı çox sayda göstəricilərə arxalanmaq etibarlılıq baxımından önəmlidir. Çünki hər bir göstərici rəqabətin intensivliyi haqda məhdud məlumat verir, bir yerdə isə daha keyfiyyətli nəticələrə nail olmaq mümkündür. Bu baxımdan bir sıra göstəricilərin kombinasiyasından istifadə etmək lazım gəlir. [7]

Yuxarıda qeyd olunduğu kimi, dəyərləndirmə meyarları və göstəriciləri çoxdur. Müxtəlif mənbələrdə fərqli yanaşmalara rast gəlmək mümkündür.

Fərqli mənbələrdə olan yanaşmaları təhlil edən zaman o nəticəyə gəlirik ki, səmərəli nəticəyə varmaq üçün sistemli yanaşmanın tətbiqinə ehtiyac var. Yəni müxtəlif meyarlar üzrə göstəricilərin

strukturunun araşdırılması və qruplaşdırılması əhəmiyyət kəsb edir.

Bunun üçün əvvəlcə əsas göstəricilərin məzmunun izahı önəmlidir. Daha sonra isə göstəricilərin müxtəlif meyarlar üzrə sistemləşdirilməsinə baxacağıq.

Rəqabətin intensivliyini ölçmək üçün təmərküzləşmə səviyyəsini səciyyələndirən göstəricilər geniş istifadə olunur. Təcrübədə ən çox istifadə olunan təmərküzləşmə göstəricilərinə Təmərküzləşmə Əmsalı (Concentration ratio - CR) və Herfindahl-Hirschman İndeksi (HHİ) aiddir.

Təmərküzləşmə Əmsalı bazar subyektlərinin ölçüsünü müəyyən sahə bazarında pay nisbəti ilə ifadə edir. Sözügedən əmsal müəyyən sayda subyektin əlində cəmləşən bazar payının kəmiyyətini əks etdirir. Bu göstərici bazar payının nə dərəcədə əsas oyunçuların “əlində” cəmləşdiyini göstərir. Təmərküzləşmə əmsalının artması həmin oyunçuların bazar gücünü, sövdələşmə gücünü xeyli artırır. Bundan başqa, onlar miqyasa görə səmərəliliklərini artırırlar (maya dəyəri aşağı düşür və s.), bu da kiçik oyunçuların bazarda rəqabət aparmasını çətinləşdirir.

Rəqabət qanunvericiliyində təmərküzləşmə əmsalı bazar subyektlərinin bazarda hökmran mövqe tutmasının dəyərləndirilməsində meyar kimi istifadə olunur. Belə ki, Azərbaycan Respublikasının Rəqabət Məcəlləsinə görə 50 faiz və daha çox bazar payına malik olan bir təsərrüfat subyekti hökmran mövqe tutmuş hesab edilir. Bununla yanaşı, ölkəmizin Rəqabət Məcəlləsinə əsasən, müvafiq bazarda hərəkətləri birbaşa və ya dolayı yolla birgə xarakter daşıyan, hər biri 10 faizdən çox bazar payına malik olan 2 (iki) və daha çox təsərrüfat subyekti (ən çox paya malik olanlar əsas götürülməklə) aşağıdakı hallarda birgə hökmran mövqe tutmuş hesab edilirlər:

- iki və ya üç təsərrüfat subyektinin birgə bazar payı 50 faizdən çox olduqda;
- dörd və ya beş təsərrüfat subyektinin birgə bazar payı 70 faizdən çox olduqda. (maddə 15) [10]

Almaniyanın Rəqabət Qanununda (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen - GWB) bazar hökmranlığı və təmərküzləşməyə qarşı ciddi tənzimləmə tədbirləri mövcuddur. Məsələn, bazarda rəqabətə ciddi təsir edən sahiblik və birləşmə halları tənzimlənir. Təmərküzləşmə səviyyəsi GWB-nin 18-ci bölməsində nəzərə alınan əsas göstəricilərdən biridir. [4]

Herfindahl-Hirschman İndeksi (HHİ) isə bazardakı oyunçuların bazar paylarının kvadratlarının cəmini hesablamaqla təmərküzləşməni ortaya çıxarır. Bazar payı 1 bazar subyektinin əlindədirsə, HHİ 10,000 olur (100%-in kvadratı) – Tam təmərküzləşmə, sıfır rəqabət. Dörd subyektin bazar payı müvafiq surətdə 40%, 25%, 20% və 15%-dirsə, bu halda HHİ-nin qiyməti 1600+625+400+225 = 2850 olur. Bazarın ən böyük oyunçularının bazar payları nə qədər kiçik olursa, o zaman HHİ göstəricisi o qədər kiçik olur və əlverişli rəqabət şəraitinin olmasına dəlalət edir. Bazarın tam inhisarlaşması halında HHI maksimum qiymət alaraq 10,000-ə çatır. ABŞ Ədliyyə Departamenti və Federal Ticarət Komissiyasının təlimatlarına uyğun olaraq, HHİ 2500-dən yuxarı olduqda bazar təmərküzləşməsi yüksək qiymətləndirilir. Göstəricinin qiyməti 1500-dən aşağı olan bazarlar “təmərküzləşməmiş” hesab edilir. [14]

Təmərküzləşmənin adekvat dəyərləndirilməsi bazarın xüsusiyyətinin və bu bazardakı bütün subyektlər barədə informasiyaların dəqiq bilinməsini tələb edir.

Bazarda rəqabətliliyin intensivliyini qiymətləndirərkən istifadə olunan göstəricilərdən biri də bazara giriş maneələridir. Bu göstərici bazarın yeni oyunçulara nə dərəcədə açıq olduğunu ifadə edir və subyektlərin bazara girişinin asanlıq dərəcəsini göstərir.

Bazara giriş baryerlərini qiymətləndirmək üçün ən çox istifadə olunan 3 göstərici aşağıdakılardır: 1) Giriş maliyyəti (giriş üçün tələb olunan ilkin xərclər və investisiya); 2) Miqyas effekti – Böyük miqyasda məhsul isthesal edən şirkətlər miqyasdan qazanırlar. Onlarda məhsul vahidinin maya dəyəri müqayisədə aşağı olur. Bu şəraitdə bazara yeni daxil olanlar üçün və daha aşağı həcm istehsal edənlər üçün rəqabət aparmaq xeyli çətin olur; 3) Dövlətin tənzimləmə maneələri. Buraya tələb olunan sertifikasiya, lisenziyalar, dövlətin tələblərinə cavab vermə, maddi-texniki təminat tələbləri və s. daxildir. [15]

Azərbaycan Respublikasının Rəqabət Məcəlləsində bazara yeni iştirakçıların daxil olmasının qarşısını alan inhisarçı və ya rəqabəti məhdudlaşdıran davranışların qadağan edilməsi ilə bağlı

müddəalar yer alır.

Türkiyənin Rəqabət Qanunu bazara girişin məhdudlaşdırılmasını ciddi şəkildə qadağan edir. Məsələn, yeni oyunçuların bazara daxil olmasına mane olan qərarlar və təcrübələr qanunla qadağandır (Maddə 4 - Rəqabəti məhdudlaşdıran razılaşmalar və qərarlar). [18]

Bazara daxil olan və bazardan çıxan subyektlərin mütləq və nisbi kəmiyyətləri rəqabət intensivliyinin dinamik göstəricilərindən biri hesab olunur. Giriş normasını hesablamaq üçün il ərzində bazara daxil olmuş subyektlərin sayını bazarda fəaliyyət göstərən ümumi subyektlərin sayına bölmək lazımdır. Çıxış norması da eyni qaydada hesablanır. Giriş və çıxış normaları ayrılıqda rəqabət intensivliyinin dərəcəsi haqda məlumat vermir. Mütləq bunların səbəblərinə baxmaq və paralel olaraq digər meyarlardan da istifadə etmək zəruridir. Məsələn, bazara giriş norması yüksəkdirsə, ilk baxışda rəqabət intensivliyinin yüksək olması fikri yarana bilər, lakin bu halda bazarda hökmran mövqe tutan subyektlər bazarda qalmaqda davam edirlərsə, yeni daxil olan subyektlər, təbii ki, rəqabətə tab gətirə bilmirlər və bazarı tərk etməli olurlar.

Bazar subyektlərinin orta yaşı. Rəqabət intensivliyinin başqa bir dinamik göstəricisi də bazardakı mövcud subyektlərin orta yaşıdır. Bu göstərici bazardakı subyektlərin orta yaşının ildən-ilə dəyişməsini ifadə edir. Məsələn, bazarda 3 şirkət var: müvafiq olaraq 10, 5, 3 ildir ki fəaliyyət göstərirlər. Bu halda orta yaş 6 ildir. Əgər növbəti il dinamika olmasa (giriş və çıxış olmazsa), orta yaş 7 olacaq və orta yaşın dəyişməsi 1 olacaq. Orta yaşın dəyişmə göstəricisi 1-dən az olarsa, bu o deməkdir ki, bazarda cavan şirkətlərin payı çoxalır. Rəqabətin intensivliyi haqqında vəziyyəti öyrənmək üçün bu göstəricinin digər göstəricilərlə kombinasiyada istifadə olunması məqsədəuyğundur.

Bazar payının dinamikasında dəyişkənlik. Bazar subyektlərinin ildən-ilə bazar paylarının dəyişməsini ölçərək rəqabət intensivliyi haqda fikir əldə etmək mümkündür. Bazar paylarının dəyişkən olması həmin bazarda rəqabətlə bağlı ciddi problemlərin olmamasından xəbər verir. Amma, təbii ki, təkcə bir göstərici ilə rəqabət intensivliyi haqda fikir formalaşdırmaq doğru olmaz.

Mark-up bazar subyektlərinin tətbiq etdiyi ticarət əlavəsinin səviyyəsi ilə müəyyən olunur. Başqa sözlə, bu göstərici bazar subyektlərinin məhsul və ya xidmətin maya dəyərinin üzərinə nə qədər əlavə qoyduğunu ifadə edir. Qiymətin marjinal xərcləri üstələmək dərəcəsi bazar gücünün göstəricisi kimi çıxış edir. Mark-upın dəyişməsi Lerner indeksinin kəmiyyətinin dəyişilməsində öz əksini tapır.

Lerner indeksinin kəmiyyəti aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$L= (P-MC)/P$$

Burada, P- məhsul vahidinin qiyməti, MC-marjinal xərclər. Əmsalın qiyməti 0 ilə 1 arasında dəyişir.

Rəqabət kəskinləşdikcə bazar subyektləri daha az ticarət əlavəsi (mark-up) tətbiq etmək məcburiyyətində qalırlar. Bu mənada rəqabət intensivliyinin statik göstəriciləri sırasında mark-up xüsusi əhəmiyyət kəsb edir

Rəqabət intensivliyinin başqa bir statik göstəricisi də bazar subyektlərinin mənfəət səviyyəsidir. Normal halda rəqabət şəraiti kəskinləşdikcə bazar subyektlərinin mənfəət qazanmaq imkanlarına təhdid yaranır. Təbii ki, bazar subyektlərinin yüksək mənfəətlə işləməsi təkcə rəqabət şəraiti ilə əlaqələndirilə bilməz. Subyektin biznes modelinin effektivliyi, əməliyyatların səmərəliliyi kimi amillər də mənfəətliliyə müsbət təsir göstərir. Bununla belə, rəqabət intensivliyinin dəyərləndirilməsində mənfəət də bir meyar kimi əhəmiyyətini saxlayır. İnhisarçıların bazar şərtlərini idarə edərək mənfəətlərini artırmağa çalışdıqları halları tənzimləmək üçün Rusiya rəqabət qanunu (2006-cı ildə qəbul edilmişdir) mənfəət dərəcələrinə nəzarət edir. Qanunun 6-cı maddəsi "müstəsna yüksək qiymətlər" anlayışını təsvir edir və inhisarçının süni qiymət artımını müəyyən edir. [8]

Panzar-Rosse modeli (H-statistika da adlanır) giriş resurslarının (input) qiymətlərinin bazar subyektinin gəlirlərinə ötürülməsini təsbit edir. Zəif ötürülmə qiymətqoymada bazar gücündən istifadəni göstərir. Ötürülmənin daha yüksək qiyməti isə rəqabətin böyük olduğuna işarə edir. H-statistika bazar subyektinin məcmu gəlirinin onun istehsal amillərinin qiymətlərinə görə elastiklik-

lərinin məcmusundan ibarət olur.

Mükəmməl rəqabət şəraitində giriş resurslarının qiymətləri və bazar subyektinin gəliri eyni faizlə artır, H- statistika 1-ə bərabər olur. Xalis inhisar bazarında H-statistika sıfra bərabərdir və ya mənfi qiymət alır. İstehsal amillərinin qiymətlərinin artması müəyyən şərtlərdə (məsələn tələb elastiklikliyi 1-dən böyük olduqda) ümumi gəlirin azalmasına gətirib çıxarır. H-statistika tarazlı inhisarçı rəqabət giriş üçün və ya oliqapoliya sövdələşməsi üçün təhlükə olmadıqda müsbət qiymət almır. İnhisarçı rəqabət şəraitində bazar subyekti üçün H-statistika göstəricisi 0-la 1 arasında dəyişir. [1]

Buno göstəricisi mənfəətin marjinal xərclərə görə elastikliyi kimi hesablanır. Buno göstəricisinin əsas ideyası kəskin rəqabət şəraitində səmərəli fəaliyyətli bazar subyektlərinin fəaliyyət səmərəliliyi aşağı olan subyektlərə nisbətən daha yüksək mənfəət əldə etməsidir. Bununla da yüksək rəqabətli bazarlarda mənfəətin xərclərə görə elastikliyi daha yüksək olur. Göstəricini rəqabətin ölçülməsi meyarı kimi təklif edən Bunonun fikrincə, giriş xərclərinin aşağı salınması və ya digər bazar subyektlərinə təzyiqlərin artırılması ilə bağlı rəqabətin güclənməsi mənfəətin fəaliyyət səmərəliliyi aşağı olan şirkətlərdən daha yüksək səmərliliklə işləyən şirkətlərə axını ilə əlaqədar olur. [3]

Müvafiq yönümlü araşdırmalarda və hesabatların hazırlanması zamanı elastiklik əmsalının kəmiyyəti kimi ekonomertik modeldə mənfəətin marjinal xərclərin dəyişilməsinə görə reqressiya əmsalının qiyməti götürülür.

Qiymət transmissiyası xammal qiymətlərində baş verən dəyişikliyin dəyər zənciri üzrə sonrakı mərhələnin məhsulunun qiymətinə və əksnə son məhsulun qiymətində dəyişikliyin əvvəlki mərhələlər üzrə qiymətlərə ötürülmə dərəcəsini göstərir. Qiymət transmissiyasının aşağı dərəcədə olması adətən bazarda rəqabətliliyin əlaməti kimi qəbul edilir.

Bir sıra hallarda rəqabət intensivliyi ilə bağlı vəziyyət müvafiq subyektlərin arasında keçirilən sorğular nəticəsində formalaşmış rəylərin əsasında qiymətləndirilə bilər. Bununla da intensivlik barədə dolayı da olsa nəticələr çıxarmaq olur.

Təcrübədə qeyd olunan sorğularda adətən aşağıdakı göstəricilər üzrə respondentlərin fikirləri öyrənilir və müvafiq şəkildə təhlil edilir.

- ətrafdakı alış-veriş səviyyəsi;
- digər məhsula keçid (əvəzetmə) səviyyəsi;
- istehlakçı şikayətləri;
- seçim dərəcəsi;
- bazar və ya sektorda məmnunluq və ya etibar səviyyəsi. [15]

Rəqabət intensivliyinin göstəriciləri 4 əsas meyar üzrə strukturlaşdırılır:

1. Rəqabət intensivliyini səciyyələndirmə **xarakterinə** görə

Bu meyara görə **statik** və **dinamik** göstəricilər ayrılır.

Statik göstəricilərə Təmərküzləşmə səviyyəsi, Herfindahl-Hirschman indeksi, Mark-up, Mənfəət, Qiymət transmissiyası, Panzar və Rosse modeli və Bazara giriş maneələri (baryerlər) aid edilir.

Dinamik göstəricilər rəqabətə davamlı dinamik proses kimi dəyərləndirilir. Bu yanaşmada əsas ideya ondan ibarətdir ki, bazar subyektlərinin rəqabət mübarizəsində səmərəliliyi və effektivliyi daha aşağı olan subyektlər zamanla daha güclülərlə əvəz olunmasına gedişini izləməyə imkan açır. Dinamik göstəricilərə Bazara giriş və çıxış göstəriciləri, Bazar subyektlərinin orta yaşı, Bazar payının dinamikasında dəyişkənlik və Buno göstəricisi aid edilir.

2. Rəqabət intensivliyini səciyyələndirən keyfiyyət əlamətinə görə

Bu meyara görə struktur, effektivlik, subyektiv dəyərləndirmə göstəriciləri ayrılır.

Struktur göstəricilərə Təmərküzləşmə səviyyəsi, Herfindahl-Hirschman indeksi, Bazara giriş maneələri (baryerlər), Bazara giriş və çıxış göstəriciləri, Bazar subyektlərinin orta yaşı və Bazar payının dinamikasında dəyişkənlik aid edilir.

Effektivlik göstəricilərinə Mark-up, Mənfəət, Qiymət transmissiyası, Panzar və Rosse modeli

və Buno göstəricisi aiddir.

Subyektiv dəyərləndirmə - sorğu əsasında iqtisadi subyektlərin rəqabət intensivliyinə dair fikirlərindən formalaşır. Buraya daxildir: Bizneslər arasında sorğu əsasında dəyərləndirmə və İstehlakçı sorğuları əsasında dəyərləndirmə.

3. Rəqabət intensivliyini səciyyələndirmə formasına görə

Bu meyar üzrə birbaşa və dolayı göstəricilər ayrılır.

Birbaşa göstəricilərə Mark-up və Bazara giriş maneələri (baryerlər) aiddir.

Dolayı göstəricilərə isə Təmərküzləşmə səviyyəsi, Herfindahl-Hirschman indeksi, Mənfəət, Qiymət transmissiyası, Panzar və Rosse modeli, Buno göstəricisi, Bazara giriş və çıxış göstəriciləri, Bazar subyektlərinin orta yaşı, Bazar payının dinamikasında dəyişkənlik və Sorğular aid edilir.

4. Rəqabət intensivliyinin əhatə dairəsinə görə

Bu meyar üzrə sahə daxilində subyektlərarası və sahələrarası rəqabət intensivliyi göstəriciləri ayrılır. “Sahələrarası” dedikdə kənd təsərrüfatı dəyər zənciri boyunca vəsilələrarası rəqabətdən söhbət gedir. Məsələn, supermarket bazarında (vəsiləsində) təmərküzləşmə olduğu halda bazar oyunçuları (supermarketlər) digər vəsilə iştirakçılarına (kənd təsərrüfatı fermerləri, aqrar emal müəssisələri və s.) qarşı bazar güclərindən və sövdələşmə güclərindən istifadə edə bilirlər.

Sahə daxilində subyektlərarası rəqabət intensivliyinin göstəricilərinə Mark-up, Mənfəət, Buno göstəricisi, Bazara giriş maneələri (baryerlər), Bazara giriş və çıxış göstəriciləri, Bazar subyektlərinin orta yaşı və Bazar payının dinamikasında dəyişkənlik daxildir.

Sahələrarası rəqabət intensivliyinin göstəricilərinə isə Təmərküzləşmə səviyyəsi, Herfindahl-Hirschman indeksi, Qiymət transmissiyası və Panzar və Rosse modeli aiddir.

Aşağıdakı cədvəldə rəqabət intensivliyinin əsas göstəriciləri (13 göstərici) müxtəlif meyarlar üzrə qruplaşdırılmışdır.

Cədvəl 1.

Rəqabət intensivliyi göstəricilərinin sturukturlaşdırılması

	Rəqabət intensivliyini səciyyələndirmə xarakterinə görə		Rəqabət intensivliyini səciyyələndirən keyfiyyət əlamətinə görə			Rəqabət intensivliyini səciyyələndirmə formasına görə		Rəqabət intensivliyinin əhatə dairəsinə görə	
	Statik	Dinamik	Struktur	Effektivlik	Subyektiv dəyərləndirmə	Birbaşa	Dolayı	Subyektlərarası	Sahələrarası
Təmərküzləşmə səviyyəsi	X		X				X		X
Herfindahl-Hirschman indeksi	X		X				X		X
Mark-up	X			X		X		X	
Mənfəət	X			X			X	X	
Qiymət transmissiyası	X			X			X		X
Panzar və Rosse modeli	X			X			X		X
Buno göstəricisi		X		X			X	X	
Bazara giriş maneələri (baryerlər)	X		X			X		X	
Bazara giriş və çıxış göstəriciləri		X	X				X	X	
Bazar subyektlərinin orta yaşı		X	X				X	X	
Bazar payının dinamikasında dəyişkənlik		X	X				X	X	
Bizneslər arasında sorğu					X		X		
İstehlakçı sorğuları					X		X		

(Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

Cədvəldən göründüyü kimi, göstəricilər 4 qrupda ümumiləşdirilmiş müxtəlif meyarlar üzrə təsnifləşdirilmişdir. Məsələn, Buno göstəicisi Statik göstərici olmaqla yanaşı, bazar subyektlərinin effektivliyi (performansı) ilə bağlıdır. Bundan başqa, dolayı göstərici hesab olunur və bazar subyektləri arasındakı rəqabəti dəyərləndirmək üçündür. 13 göstəricinin hər biri eyni məntiqlə təsvir edilmişdir.

Ümumilikdə göstəricilərin çox olmasına baxmayaraq, kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarük zəncirində rəqabət intensivliyini dəyərləndirmək üçün ən çox istifadə olunan göstəricilər bunlardır: Təmərküzləşmə səviyyəsi, Herfindahl-Hirschman indeksi, Mark-up, Mənfəət, Sorğular və Qiymət transmissiyası.

Nəticə

Rəqabət şəraitini səciyyələndirmək üçün birinci növbədə onun intensivliyini dəyərləndirmək önəmli rola malikdir. Bu məsələyə müxtəlif tərəflərdən yanaşmağa ehtiyac yaranır.

Rəqabət intensivliyini dəyərləndirmək üçün çox fərqli göstəricilərdən istifadə olunur.

Bu mənada müxtəlif meyarlar üzrə göstəricilərin təsnifatının aparılması, strukturlaşdırılması zəruridir. Rəqabət intensivliyinin dəyərləndirilməsinin mürəkkəb bir proses olduğunu nəzərə aldıqda sistemli yanaşmanın aktuallığı daha da artır.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarük zəncirində rəqabət mühitinin ayrıntılı dəyərləndirilməsi üçün sözügedən göstəricilərin kombinə olunmuş formada tətbiqi zəruridir.

Konkret halda istifadə olunan göstəricilərin sayı, habelə konkret məhsul bazarının dəyər zəncirinin arxitekturasından asılı olaraq seçilən rəqabət göstəricilərinin tərkibi fərqli olur. Bununla bağlı olaraq göstəricilərin tərkibinin səmərəli formalaşdırılması önəmli hesab edilməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Assessing Competition with the Panzar-Rosse Model: The Role of Scale, Costs, and Equilibrium. Jacob A. Bikker,, Sherrill Shaffer, Laura Spierdijk September 2009
2. Boone Indicator By Country https://tradingeconomics.com/country-list/boone-indicator-wb-data.html
3. Boone, J. (2008), "A New Way to Measure Market Competition", The Economic Journal, Vol. 118/531, pp. 1245-1261.
4. Competition Act (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen – GWB). Competition Act in the version published on 26 June 2013 (Bundesgesetzblatt (Federal Law Gazette) I, 2013
5. Competition in Canada from 2000 to 2020: An Economy at a Crossroads https://competition-bureau.canada.ca/how-we-foster-competition/education-and-outreach/competition-canada-2000-2020-economy-crossroads
6. European Central Bank Working Paper Series No 2253 / March 2019
7. Executive Summary of the Hearing on Methodologies to Measure Market Competition Annex to the Summary Record of the 135th meeting of the Competition Committee *11 June 2021*
8. FEDERAL LAW (Russia) NO. 135-FZ OF JULY 26, 2006 ON PROTECTION OF COMPETITION
9. https://www.concurrences.com/en/dictionary/lerner-index
10. https://e-qanun.az/framework/56187
11. https://www.wallstreetmojo.com/competitive-intensity/
12. IAN M. Sheldon (2017) The competitiveness of agricultural product and input markets: a review and synthesis of recent research Journal of Agricultural and Applied Economics, 49, 1 (2017): 1–44)
13. Jan De Loecker, Jan Eeckhout, Gabriel Unger The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications*The Quarterly Journal of Economics*, Volume 135, Issue 2, May 2020, Pages 561–644,https://academic.oup.com/qje/article/135/2/561/5714769

14. https://www.justice.gov/atr/herfindahl-hirschman-index
15. OECD (2021), *Methodologies to measure market competition, OECD Competition Committee Issues Paper,* https://oe.cd/mmmc
16. OECD - Market Concentration Issues paper by the Secretariat 6-8 June 2018
17. Saidova Dildora Nurmatovna, Ashurmetova Nigora Azatbekovna, Dexkanova Shakhlokhon Sagdiyevna, Mustafayev Sarvar Abdirozzokovich: Methods And Criteria For Measuring Competitiveness Of Agricultural Sector-- Palarch’s Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology 17(6). ISSN 1567-214x
18. THE ACT ON THE PROTECTION OF COMPETITION (Turkey), Act No: 4054, Date of Adoption :7/12/1994

Анар Видади оглы Байрамов
Докторант Центра Аграрных Исследований

Оценка интенсивности конкуренции в цепочке поставок сельскохозяйственной продукции

Резюме

Цель исследования – Цель исследования заключается в систематическом анализе и классификации показателей, используемых для оценки интенсивности конкуренции в цепочке поставок сельскохозяйственной продукции. В статье представлен новый подход, основанный на этих показателях.

Методология – В исследовании использовались методы наблюдения, сравнения, статистического анализа и систематизации. Было проведено комплексное описание интенсивности конкуренции в сельскохозяйственном секторе с использованием различных методологических подходов и показателей.

Практическая значимость – Систематический подход, представленный в статье, может быть полезен для разработки политик и принятия стратегических решений при оценке конкурентной среды на рынках сельскохозяйственной продукции.

Результаты исследования – В результате исследования были определены 13 ключевых показателей, характеризующих интенсивность конкуренции, и структурированы по 4 основным критериям. Такой подход позволяет более точно оценить интенсивность конкуренции в цепочке поставок сельскохозяйственной продукции.

Оригинальность и научная новизна – Интегрированная классификация показателей для систематической оценки интенсивности конкуренции в цепочке поставок сельскохозяйственной продукции представлена впервые.

Ключевые слова: интенсивность конкуренции, индекс Херфиндаля-Хиршмана, модель Панзара и Росса, индекс Буно, концентрация, цепочка поставок.

Anar Vidadi Bayramov
Ph.D student of the Agricultural Research Center

Assessment of the competition intensity in the supply chain of agricultural products

Summary

Purpose of the research – The purpose of the study is to systematically analyze and classify the indicators used to evaluate the intensity of competition in the agricultural supply chain. The article presents a new approach based on these indicators.

Methodology – The study utilized methods such as observation, comparison, statistical

analysis, and systematization. A comprehensive description of competition intensity in the agricultural sector was conducted using various methodological approaches and indicators.

Practical significance – The systematic approach presented in the article can be useful for developing policies and strategic decisions to assess the competitive environment in agricultural product markets.

Results of the research – The study identified 13 key indicators characterizing competition intensity and structured them into 4 main criteria. This approach allows for a more accurate assessment of competition intensity in the agricultural supply chain.

Originality and scientific novelty – The integrated classification of indicators to systematically evaluate competition intensity in the agricultural supply chain is presented for the first time.

Key words: competitive intensity, Herfindahl-Hirschman index, Panzar and Rosse model, Buno's index, concentration, supply chain.