UOT 338.24

Murad Nizaməddin oğlu ƏLİYEV
Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin doktorantı
Email: eliyevm867@gmail.com
https://doi.org/10.30546/4.71.73001.2025.004.341

AQROBİZNESİN XARAKTERİK XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ ONUN İNKİŞAFINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi - Aqrobiznesin xarakterik xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi və nəzərə alınmasının həmin biznes subyektlərinin davamlı inkişafına təsirinin aşkara çıxarılması tədqiqatın məqsədidir.

Tədqiqatın metodologiyası - Tədqiqat zamanı sistem və kompleks yanaşmalardan, induksiya və deduksiya metodlarından, marketinq müşahidələrindən və iqtisadi statistik təhlildən istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti - Tədqiqatda əksini tapmış təklif və tövsiyələrdən biznes subyektlərində istifadə edilməsi onların istehsal-satış fəaliyyətlərində meydana çıxa biləcək risklərin azaldılmasına və beləliklə də, həmin biznes subyektlərinin bazar fəaliyyətinin davamlılığına şərait yarada bilər.

Tədqiqatın nəticələri - Aqrar istehsalla məşğul olan biznes subyektlərində həmin biznesin xarakterik xüsusiyyətlərinin kompleks və sistemli şəkildə nəzərə alınması əsasında onun təşkili və idarə edilməsinə dair verilmiş təkliflər tədqiqatın nəticələridir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi - Aqrar istehsalla məşğul olan biznes subyektlərinin fəaliyyətlərinin davamlılığının təmin edilməsi probleminin həllinə dair verilmiş təkliflər tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyidir.

Açar sözlər: aqrar-ərzaq kompleksi, aqrobiznes, ailə təsərrüfatları, bazar fəaliyyəti, davamlı inkişaf.

Giriş

Məlum oldğu kimi, aqrar-ərzaq kompleksinin kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarını istehsal vasitələri ilə təchiz edən, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal edilən, həmçinin emal və qida sənayesində və istehsal edilmiş məhsulların saxlanılması və istehlakçılara çatdırılması sahələrində bizneslə məşğul olan subyektlərin hamısının fəaliyyəti aqrobiznesə aid edilir. Aqrobiznes kənd təsərrüfatı xammalının istehsalı, onun emalı, saxlanılması, nəqli və istehlakçılara çatdırılması proseslərinin birləşdirilməsi nəticəsində fəaliyyət göstərir.

Aqrar-ərzaq kompleksinin yuxarıda sadalanan sahələrinin hər birində biznesin özünəməxsus xüsusiyyətləri var və həmin xüsusiyyətlərin xarakterik cəhətlərini bilmək müvəffəqiyyətli bizneslə məşğul olmağa imkan yaradır. Bu sahələr sırasında aqroməhsul istehsalı mərkəzi vəsilə kimi özünü göstərir, ona görə də sözügedən sahədə biznesin xarakterik xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Aqrobiznesin xarakterik xüsusiyyətləri

Əslində aqrar istehsalda aqrobiznesin xarakterik xüsusiyyəti daha çox kənd təsərrüfatı istehsalının xarakterik xüsusiyyətlərindən irəli gəlir. Bu baxımdan aqrobiznesin xarakterik xüsusiyyəti kənd təsərrüfatı istehsalının xarakterik xüsusiyyəti ilə qarşılıqlı əlaqəli və yaxud başqa sözlə desək, çulğalaşmış şəkildə öyrənilməlidir.

Aqrobiznesin *birinci ən mühüm xarakterik xüsusiyyəti* bu sahədə torpağın başlıca istehsal vasitəsi kimi istifadə edilməsidir. Torpaq düzgün istifadə edildikdə istehsal prosesindəki başqa resurslardan fərqli olaraq nəinki aşınmır, əksinə, onun keyfiyyət xüsusiyyətləri daha da yaxşılaşa bilir və istehsalın davamlı olmasına şərait yaranır.

İkinci xarakterik xüsusiyyət onunla əlaqədardır ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı prosesində bitkilər və heyvanlar istehsalın spesifik vasitələri rolunu oynayır, onların inkişafı bioloji qanunlar və qanunauyğunluqlar əsasında baş verir. Bu qanunauyğunluqların başa düşülməsi müvəffəqiyyətli bizneslə məşğul olmağa imkan yaradır.

Üçüncü xarakterik xüsusiyyət aqrobiznesin nəticələrinin torpaq-iqlim şəraitindən asılı olması ilə bağlıdır. Ölkənin müxtəlif regionlarında olan torpaqların keyfiyyət xarakteristikaları fərqli olduğundan, fərqli sahələrdə fərqli bitkilər becərilir. Bu, biznesin nəticələrinə təsir edir və hansı sahələrdə hansı bitkilərin becərilməsinin daha çox fayda verə biləcəyinin irəlicədən əsaslandırılmasını şərtləndirir.

Dördüncü xüsusiyyət aqroistehsalda iş dövrü ilə istehsal dövrünün üst-üstə düşməməsi ilə əlaqədardır. Bu xüsusiyyət kənd təsərrüfatı istehsalının mövsümiliyini şərtləndirir və bu sahədə istehsalın təşkilinə, onun texniki və əmək resursları ilə təchiz olunmasına bu və ya digər dərəcədə təsir göstərir.

Beşinci xüsusiyyət kənd təsərrüfatında istehsal edilən məhsulların bir qisminin sonradan sahənin özündə istifadə edilməsilə bağlıdır. Belə ki, mütəxəssislərin qənaətinə görə, sözügedən məhsulların təqribən 20 % - i bilavasitə sahənin özündə istifadə edilir və bu məhsullara toxum, gübrə, yem və s. aiddir.

Altıncı xarakterik xüsusiyyət aqroməhsullara tələbin qeyri-elastikliyi ilə bağlıdır. Bu xüsusiyyət qısamüddətli dövrdə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan sahibkarların məhsullarının reallaşdırılmasından daxil olan gəlirlərin səviyyəsinə təsir göstərir. Bu sahədə məşğul olan sahibkarların və ailə təsərrüfatlarının gəlirlərində kənd təsərrüfatı məhsullarının payı azalmağa meylli olur və bu da biznesin həyata keçirilməsinə təsirsiz ötüşmür. Deyilənlər həm də ölkəmizin ailə və ev təsərrüfatlarının timsalında müşahidə edilir.

Yeddinci xüsusiyyət kənd təsərrüfatı istehsalının bu sahəyə istehsal ehtiyacını ödəmək üçün resurslar təklif edən sahə ilə, eyni zamanda kənd təsərrüfatı məhsullarına tələb irəli sürən sahənin inhisarçılığı ilə qarşılaşmasında özünü göstərir. Kənd təsərrüfatının bu sahələrin inhisarçı təsirlərinə məruz qalması sözügedən sahədə sahibkarların fəaliyyətini daha da çətinləşdirir və biznes üçün əngəllər yarada bilir. Belə vəziyyət əlaqədar dövlət strukturları tərəfindən aqroməhsulların istehsalı ilə məşğul olan subyektlərin fəaliyyətinin müdafiə edilməsini şərtləndirir. Hazırda ölkəmizin aqroməhsul istehsalçılarını bazarın dağıdıcı təsirlərindən müdafiə etmək üçün geniş spektrli müdafiə tədbirləri həyata keçirilir və bu tədbirlər davamlı xarakter daşıyır.

Səkkizinci xarakterik xüsusiyyət aqroməhsulların əhəmiyyətli hissəsinin çoxsaylı kiçik təsərrüfatlar tərəfindən istehsal edilib xırda həcmlərlə bazara təklif edilməsilə bağlıdır. Belə şəraitdə əlahiddə şəkildə fəaliyyət göstərən kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları bazar qiymət səviyyələrinə təsir göstərə bilmir, nəticədə onlar aşağı gəlirlilik səviyyəsilə kifayətlənməyə məcbur olurlar. Bu neqativ meylin qarşısının alınması aqrobiznesin dövlət tərəfindən müdafiə edilməsini zəruri edir.

Sonuncu xarakterik xüsusiyyət aqroməhsulların istehsalının həyata keçirildiyi ərazilərin (yerləşmə yerlərinin) pərakəndəliyi və sözügedən yerlərdə bazar infrastrukturunun lazımi səviyyədə inkişaf etməməsi ilə əlaqədardır. Belə vəziyyət kənddən əmək resurslarının axınına və aqrobiznesin həyata keçirilməsinə neqativ təsir göstərə bilir.

Yuxarıda göstərilən xarakterik xüsusiyyətlərin nəzərə alınmaması bu sahədə bizneslə məşğul olanların risklə qarşılaşmalarına səbəb ola bilir. Bu, istehsalla əlaqədar olan risklərdir. Sözügedən biznesdə istehsal riski ilə yanaşı, həm də bazar və maliyyə riskləri də özünü göstərir. “Bazarı tanımaq məcburi tələbdir, onun daimi və fasiləsiz surətdə öyrənilməsi zəruridir. Bazarı daimi surətdə izləməyən insan çətin ki, ciddi müvəffəqiyyət əldə etsin”[6, s.14].

Lakin onu da qeyd etmək lazımdır ki, kənddə sahibkarlığın cəlbedici və üstün cəhətləri də vardır. Belə ki, aqrar sahədə sahibkarlıq fəaliyyəti təmiz hava şəraitində, təbiətlə üzvi surətdə təmasda olmaqla baş verir. Bununla yanaşı, həm də əlverişli hava və iqlim şəraitində kənd təsərrüfatı istehsalının nəticələri gözlənildiyindən daha da çox ola bilir. Sadalananlar kənddə sahibkarlığın üstün

və cəlbedici tərəfləri kimi qiymətləndirilir.

Kənd təsərrüfatında əvəzolunmaz resurs kimi torpağın qiyməti fasiləsiz olaraq yüksəlir ki, buna da səbəb əhalinin ildən-ilə çoxalması və bu səbəbdən kənd təsərrüfatı xammalına və ərzaq məhsullarına tələbin artımı ilə əlaqədardır. Belə vəziyyətin yaranması həm də sənaye müəssisələrinin və şəhərlərin salınmasına ayrılan torpaqların sahəsinin artımı ilə bağlıdır. Bütün bunlar aqrobiznesin ən vacib xüsusiyyətlərindən biri və birincisi kimi torpaqlardan istifadəyə xüsusilə qayğı ilə yanaşılmasını tələb edir.

Torpaqlardan istifadəyə lazımi qayğı göstərilmədikdə onların təsərrüfat dövriyyəsindən çıxması (şoranlaşma, bataqlıqların yaranması və s. səbəblərlə bağlı) qaçılmaz olur. Ona görə də, fikrimizcə, torpağın kənd təsərrüfatında başlıca istehsal vasitəsi olması nəzərə alınmaqla, onun gələcək nəsillər üçün istehsal prosesinin davam etdirilməsinə yararlı vəziyyətdə qorunub saxlanılmasına nail olmaq və beləliklə də, davamlı inkişaf probleminin həllinə diqqət yetirilməsinə ciddi fikir verilməlidir.

Aqrobiznesin inkişafına təsir edən amillər

Onu da qeyd edək ki, aqrobiznesin xarakterik xüsusiyyəti nəinki təbii amillərlə, eyni zamanda həm də kompleks təşkilati-iqtisadi amillərlə bağlıdır. Torpaq kənd təsərrüfatı istehsalında başlıca istehsal vasitəsi olmaqla yanaşı, həm də istehsalın başqa amillərinin (məsələn, fiziki və maliyyə kapitalının) tətbiqi üçün obyekt rolunu oynayır.

Kənd təsərrüfatı istehsalında hansı texnikanın və texnologiyanın tətbiqinin zəruri olduğuna gəlincə, bu, aqrobiznesin səmərəliliyindən və bu bizneslə məşğul olunan müəssisə və təsərrüfatların ölçülərindən asılıdır. Kənd təsərrüfatında tətbiq edilən texnika və texnologiyalar kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı ilə məşğul olunan müəssisə və təsərrüfatların ölçülərinə adekvat olduqda aqrobiznesin səmərəliliyi də yüksək olur və deməli, həmin biznes subyektlərinin bazar fəaliyyətlərini davam etdirmək imkanları bir o qədər geniş olur.

Aqrobiznesin nəticələri təsərrüfatçılıq formalarının düzgün seçimi ilə bilavasitə əlaqədardır. Tarixi inkişaf xüsusi mülkiyyətin ictimai mülkiyyətlə müqayisədə özünü daha çox doğrultduğunu və üstünlüyünü sübut etmişdir.

Bunun nəticəsidir ki, ölkəmizin aqrar sahəsində əsaslı islahatlar aparılmış və çoxsaylı müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı müəssisə və təsərrüfatlar yaradılmışdır. Hazırda aqrar sahədə mövcud olan istehsal resursları həmin müəssisə və təsərrüfatlar arasında rəqabət mübarizəsi yolu ilə bölüşdürülür və daha səmərəli fəaliyyət göstərən bazar subyektinin (bizneslə məşğul olan strukturun) fəaliyyətini davam etdirmək imkanı da bir o qədər çox olur. Xüsusi mülkiyyətin özünə gəldikdə, qeyd edə bilərik ki, bu mülkiyyət müxtəlif təsərrüfatçılıq formalarından - fərdi, ailə, kollektiv və s. istifadəni nəzərdə tutur.

Hazırda ölkəmizin kənd təsərrüfatında istehsal edilən bitkiçilik və heyvandarlıq məhsullarının böyük əksəriyyəti fərdi sahibkar, ailə-kəndli və ev təsərrüfatlarının payına düşür. 2023-cü ilin məlumatlarına görə ölkə üzrə istehsal edilən bitkiçilik məhsullarından dənli və dənli-paxlalıların 84,6%-i, kartofun 97,6%-i, tərəvəzin 88,5%-i, bostan məhsullarının isə 99,5%-i fərdi sahibkar, ailə-kəndli və ev təsərrüfatlarının payına düşmüşdür. Qeyd edilən ildə heyvandarlıq məhsullarından ətin (kəsilmiş çəkidə) istehsalının 83,3%-i, südün 95,4%-i, yumurtanın isə 51,7%-i ailə-kəndli, fərdi sahibkar və ev təsərrüfatlarının hesabına istehsal edilmişdir.

Ailə-kəndli və ev təsərrüfatlarında kənd təsərrüfatı məhsullarının əhəmiyyətli hissəsinin istehsal edilməsinə baxmayaraq, son illər bu məhsulların satışından daxil olan gəlirlərin kənddə yaşayanların (ailə və ev təsərrüfatları) gəlirlərində payı azalma istiqamətində olmuşdur. Bunu aşağıdakı cədvəllərin məlumatları da göstərir. (cədvəl 1 və cədvəl 2)

Cədvəl 1-in məlumatlarından göründüyü kimi, 2017-ci illə müqayisədə 2023-cü ildə kənddə yaşayanların aylıq gəlirləri 28,4 %, muzdlu işlə əlaqədar olan gəlirlər 56,7% artdığı halda, özünüməşğulluqdan gəlir cəmi 12,9% artmışdır. Burada onu da qeyd edək ki, bu gəlir qrupunun tərkibinə kənd təsərrüfatı məhsullarının satışından daxil olan gəlirlər daxildir və bu gəlirlərin artımı təhlil edilən illər ərzində cəmi 7,0 % təşkil etmişdir.

Cədvəl 1.

Kənd yerləri üzrə əhalinin gəlirləri, ayda adambaşına gəlirlər, manatla

	Kənd yerləri üzrə							2023-cü ildə 2017-ci ilə nisbətən, %
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Gəlirlər, cəmi	256,8	265,4	280,8	280,1	288,7	312,7	329,8	128,4
o cümlədən								
Muzdlu işlə əlaqədar əldə edilən gəlirlər	56,4	61,9	69,6	72,5	75,1	84,0	88,7	156,7
Özünüməşğulluqdan gəlirlər	128,8	130,0	131,3	124,0	127,6	137,1	145,4	112,9
Ondan kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalından əldə edilən gəlirlər	67,4	67,4	67,9	65,7	65,3	69,2	72,1	7,0
Mülkiyyətdən gəlirlər	1,5	1,6	1,6	1,2	0,8	0,8	0,8	53,3
Alınmış cari transfertlər	41,5	42,9	47,0	54,9	57,9	60,5	64,1	154,5
Digər gəlirlər	28,6	29,0	31,3	27,5	27,3	30,3	30,8	107,7

Mənbə: Cədvəl DSK-nın məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Əlbəttə, aqroməhsulların satışından daxil olan gəlirlərin bu qədər aşağı templə artımına çoxsaylı amillər təsir göstərir və bu amillər sırasında aqrar sahədə biznesin xarakterik xüsusiyyəti də yer alır. Bu xarakterik xüsusiyyətlərin bizneslə məşğul subyektlər tərəfindən yetərli səviyyədə öyrənilməsi və nəzərə alınması sözügedən fəaliyyətdə risklərin səviyyəsini azaltmağa, biznes subyektlərinin gəlirlilik səviyyəsini yüksəltməyə və onların bazar fəaliyyətinin davamlılığına daha yaxşı imkan yarada bilər.

Son dövrlər aqrobizneslə məşğul olanların gəlirlərinin tərkibində kənd təsərrüfatı məhsullarının satışından daxil olan gəlirlərin azalmasına dair növbəti cədvəlin və diaqramın məlumatları daha dolğun təsəvvür yaradır (cədvəl 2 və diaqram 1).

Cədvəl 2.

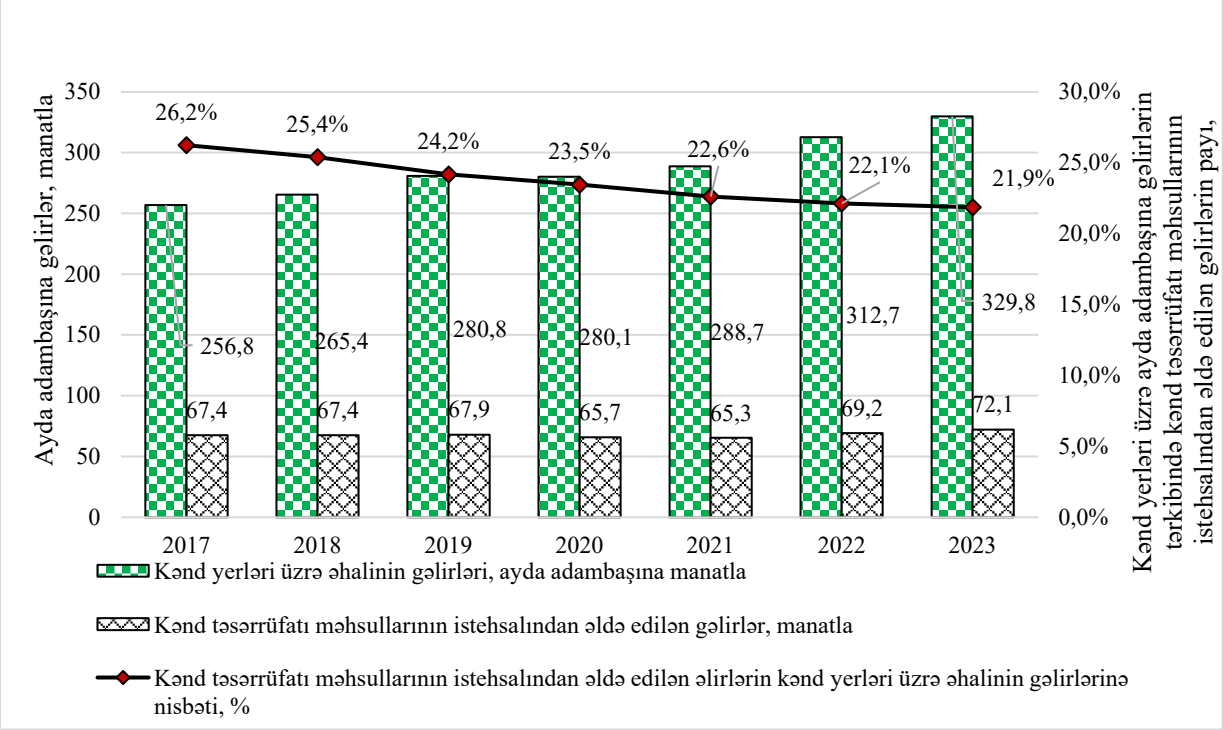
Kənd yerləri üzrə əhalinin gəlirlərinin mənbələrə görə bölgüsü

	Kənd yerləri üzrə							2017-ci illə müqayisədə 2023-cü ildə artma/+/, azalma /-/
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Gəlirlər, cəmi	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
o cümlədən								
Muzdlu işlə əlaqədar əldə edilən gəlirlər	22	23,3	24,8	25,9	26,0	26,9	26,9	4,9
Özünüməşğulluqdan gəlirlər	50,1	49,0	46,8	44,2	44,2	43,8	44,1	-6,0
Ondan kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalından əldə edilən gəlirlər	26,2	25,4	24,2	23,4	22,6	22,1	21,9	-4,3
Mülkiyyətdən gəlirlər	0,6	0,6	0,6	0,4	0,3	0,3	0,3	-0,3
Alınmış cari transfertlər	16,1	16,2	16,7	19,7	20,1	19,4	19,4	3,3
Digər gəlirlər	2,9	2,8	2,8	2,3	2,0	2,0	1,9	-1,0

Mənbə: cədvəl DSK-nın məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi, təhlil edilən illər ərzində kənddə yaşayanların aylıq gəlirlərinin tərkibində kənd təsərrüfatı məhsullarının satışından daxil olan gəlirlərin tutduğu pay 26,2%-dən 21,9%-ə qədər və yaxud başqa sözlə desək, 4,3% bənd azalmışdır. Sözügedən göstərici üzrə azalma əvvəlki illərdə də davamlı olaraq müşahidə edilmişdir. Fikrimizcə, bunun başlıca səbəblərindən biri kənd təsərrüfatı məhsullarının satışını sivil qaydada təşkil etmək üçün müvafiq infrastrukturun olmamasıdır. Bunu bazarlar üzrə apardığımız marketinq müşahidələri də təsdiqləyir. Belə ki, çoxsaylı marketinq müşahidələri göstərir ki, ərzaq kimi istifadə edilən kənd təsərrüfatı məhsullarının əhəmiyyətli hissəsi aralıq vasitəçilərdən keçməklə istehlakçıya çatır. Belə vəziyyət məhsulların istehlak qiymətlərinin yüksəlişinə, onların rəqabətqabiliyyətliliyinin azalmasına və beləliklə də, aqrobiznesin təşkilinə neqativ təsir göstərir. Çünki belə vəziyyətdə istehlakçının əldə etdiyi məhsullara görə ödədiyi pul vəsaitinin daha çox hissəsi aralıq vasitəçilərə çatır, nəticədə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı ilə bağlı biznesin səmərəliliyi azalır və biznes subyektlərinin fəaliyyətlərini davam etdirmək imkanları daha da məhdudlaşır.

Bunun qarşısının alınması üçün bazar iqtisadiyyatının inkişaf etdiyi ölkələrin kənd təsərrüfatı məhsullarının satış infrastrukturunun təşkili sahəsində təcrübəsi öyrənilməli və ölkəmizdə tətbiqi həyata keçirilməlidir. Bu problemin həlli məqsədilə həm də aqrobizneslə məşğul olan subyektlər arasında kooperasiya-inteqrasiya əlaqələri gücləndirilməli və tərəfdaş marketinq münasibətləri inkişaf etdirilməlidir. “Kiçik kənd təsərrüfatı biznesi iri aqrar-sənaye biznesi ilə qarşılıqlı fəaliyyətə ehtiyac duyur. Ayrıca götürülmüş ailə-fermer təsərrüfatı standart məhsulun bazara axınını təmin etmək iqtidarında deyil. Bunun üçün bir çox fermerlərin səylərini birləşdirmək lazımdır. Belə birləşmə fermer kooperasiyası, fermerlərlə iri şirkətlər arasında kontraktasiyanın, kənd təsərrüfatı istehsalçıları ilə iri şirkətlərin inteqrasiyası əsasında mümkündür”[9, s. 166].



Diaqram 2. Kənd yerləri üzrə ayda adambaşına gəlirlərin dinamikası, manatla

Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı sahəsində bizneslə məşğul olanların fəaliyyətinin yüksək nəticəliliyinə nail olmaq üçün həmin subyektlərin istehsal-satış fəaliyyətinin marketinq idarəedilməsinə fikir verilməlidir. Marketinq idarəetmə sayəsində bu subyektlərin fəaliyyətini bazarın tələblərinə uyğunlaşdırmaq mümkündür.

Nəticə

Aqrar sahədə bizneslə müvəffəqiyyətli fəaliyyət sözügedən sahədə onun xarakterik xüsusiyyətlərini öyrənməyi tələb edir. Məqalədə nəzərdən keçirilən xarakterik xüsusiyyətlərin aqrobiznesdə kompleks və sistemli şəkildə nəzərə alınması sənayenin xammala, əhalinin isə ərzaq məhsullarına tələbatının daha dolğun ödənilməsinə və beləliklə də, ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunma səviyyəsinin yüksəldilməsinə imkan yarada bilər.

Aqrar istehsalda aqrobiznes subyektlərinin fəaliyyətinin nəticəliliyi onların öz fəaliyyətlərində müasir idarəetmə metodu kimi marketinqin tətbiqini şərtləndirir. Təsadüfi deyil ki, marketinq biznesin fəlsəfəsi hesab edilir və bu metodu onun xarakterik cəhətlərini nəzərə almaqla tətbiq etmədən, aqrobiznes subyektlərinin fəaliyyətinin uzunmüddətli dövrdə səmərəliliyini təmin etmək mümkünsüzdür. Aqrobiznes subyektlərinin fəaliyyətinin səmərəliliyi həm də aqroməhsulların satış infrastrukturunun inkişafından və bu biznes subyektlərinin marketinq tərəfdaşları ilə əlaqələrinin formalaşdırılmasından asılıdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan 2030: Sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər // Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 2 fevral tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir. – Bakı, 2021.
2. Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf strategiyası. Azərbaycan Respublikası Prezidetinin 2022-ci il 22 iyul tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.
3. Azərbaycanın kənd təsərrüfatı, AR, DSK, statistik məcmuə, Bakı, 2024, 697 s.
4. Dayanıqlı inkişaf məqsədləri, AR, DSK, statistik icmal [Elektron resurs] /Bakı, 2024, 364 s.
5. Manafov, Q.N. Sahibkarlığın nəzəriyyəsi / Q. N. Manafov. – Bakı, 2011, - 158 c.
6. Агробизнес / Э. А. Петрович, Л. П. Лазерев, Е.Л. Демитриченко. – Горки: БГСХА, 2013.
7. Дешковская, Н.С. Эволюция теории агробизнеса / Н.С. Дешковская /. [Электронный ресурс].

URL: https://journals.tsu.ru/uploads/import/803/files/292-2-303.pdf

8. Международный агробизнес / Ю. Г. Козак, О. В. Захарченко, Р. Томанек, Я. Шолтысек, К. Лисецка , А. Козак, Н. С. Логвинрва, Е. В. Кравченко, Е. Н. Саковская, В. В. Попович /. 4-ое изд. перераб. и доп. – К.: Центр учебной литературы, 2013. – 306 с.
9. Узун В.Я. Крупный и малый бизнес в сельском хозяйстве России: адаптация к рынку и эффективность. – М.: - ФГНУ «Росинформагротех», 2005. – 184 с.

Мурад Низамеддин оглы Алиев
докторант Азербайджанского Университета Кооперации
Email: eliyevm867@gmail.com

Характерные особенности агробизнеса и факторы, влияющие на его развитие

Резюме

Цель исследования - Целью исследования является выявление влияния изучения и учета характерных особенностей агробизнеса на устойчивое развитие данных бизнес-субъектов.

Методология исследования - В процессе исследования были использованы системный и комплексный подходы, методы индукции и дедукции, маркетинговые наблюдения и экономико-статистический анализ.

Практическая значимость исследования - Применение представленных в исследовании предложений и рекомендаций в деятельности бизнес-субъектов может способствовать снижению рисков, возникающих в процессе их производственно-сбытовой деятельности, и, следовательно, обеспечению устойчивости их рыночной деятельности.

Результаты исследования - Результатами исследования являются предложения, разработанные на основе комплексного и системного учета характерных особенностей агробиз-

неса при его организации и управлении в субъектах, занятых аграрным производством.

Оригинальность и научная новизна исследования - Научная новизна и оригинальность исследования заключаются в предложениях, направленных на обеспечение устойчивости деятельности бизнес-субъектов, занимающихся аграрным производством.

Ключевые слова: агропродовольственный комплекс, агробизнес, семейные фермерские хозяйства, рыночная деятельность, устойчивое развитие.

Murad Nizameddin Aliyev
PhD Student, Azerbaijan Cooperation University
Email: eliyevm867@gmail.com

Characteristic features of agribusiness and factors affecting its development

Summary

Purpose of the research - The aim of the study is to identify the impact of studying and considering the characteristic features of agribusiness on the sustainable development of these business entities.

Research methodology - The study employed system and complex approaches, methods of induction and deduction, marketing observations, and economic-statistical analysis.

Practical significance of the research - The application of the proposals and recommendations presented in the study by business entities can contribute to reducing risks that may arise in their production and sales activities, thereby ensuring the sustainability of their market performance.

Research results - The results of the study include proposals developed on the basis of a comprehensive and systematic consideration of the characteristic features of agribusiness in its organization and management within entities engaged in agricultural production.

Originality and scientific novelty of the research - The originality and scientific novelty of the study lie in the proposed approaches to solving the problem of ensuring the sustainability of activities of business entities engaged in agricultural production.

Keywords: agri-food complex, agribusiness, family farms, market activity, sustainable development.