

UOT: 338.439: 338.242.2, 338.242.4

**MODERN DƏYƏR ZƏNCİRİNƏ KEÇİD ŞƏRAİTİNDƏ
KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏHSULLARI BAZARINDA
RƏQABƏT MÜHİTİNİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

Həmzə Ağakişi oğlu Xəlilov, i.e.d., professor

Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi, direktorun müşaviri

e-mail: hamza_xelilov@mail.ru

Səadət İntiqam qızı Hacıyeva

Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi, Analitika departamentinin direktoru,

Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzinin doktorantı

e-mail: seadet.haciyeva@atm.gov.az

Nigar Faiq qızı Qasımova

Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi, baş mütəxəssis

e-mail: nigar.gasimova@atm.gov.az

Xülasə

Məqalədə müasir şəraitdə aqrar-ərzaq sistemlərində bazar strukturlarının spesifik cəhətlərinə və bunların rəqabət mühitinə təsiri məsələlərinə baxılır. Əsas diqqət dəyər (tədariük) zəncirlərinin inkişafının, xüsusilə modern dəyər zəncirinə keçidin rəqabət şəraitində və mexanizmlərində şərtləndirdiyi xüsusiyyətlərin açıqlanmasına yönəldilir. Dəyər zəncirində baş verən transformasiyaların aqrar-ərzaq sistemində horizontal və vertikal səviyyələrdə rəqabətə təsirinin əsas istiqamətləri açıqlanır. Eləcə də kənd təsərrüfatı məhsullarının tədariük zəncirində haqsız ticarət davranışlarının tənzimlənməsi praktikasının roluna və tətbiqinə dair dəyərləndirmələr aparılır.

***Açar sözlər:** kənd təsərrüfatı məhsulları bazarı, bazar strukturu, rəqabət, rəqabət mühiti, modern dəyər zənciri, haqsız ticarət praktikası.*

Giriş

İqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu kimi, kənd təsərrüfatında da rəqabət artımın və səmərəliliyin yüksəldilməsinin önəmli amillərindən biridir. Eyni zamanda müasir dövrdə aqrar sektorun ümumi inkişafı ilə bağlı baş verən bir sıra dəyişikliklər rəqabətin intensivliyinə, habelə rəqabət şəraitinə əhəmiyyətli təsir göstərir.

Qeyd edilən dəyişikliklər həm kənd təsərrüfatında sahədaxili proseslərə (o cümlədən müxtəlif məhsul növlərinin istehsalı üzrə fərqli cəhətlərə malik olmaqla), həm də məhsulların dəyər (tədarük) zənciri boyunca əlaqələrinin xarakterinə aid edilir. Bu istiqamətdə xüsusilə bazar təmərküzləşməsi və bazar gücündə baş verən yeni səciyyəli irəliləyişlər diqqətin aqrar sahədə rəqabət məsələlərinə fokuslaşdırılmasının zəruriliyini gücləndirir. Beynəlxalq qurumların, ilk növbədə İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (OECD) müvafiq sənədlərində aqrar sahədə rəqabəti formalaşdıran mexanizmlərin, habelə müxtəlif siyasətlərin konkret cəhətlərini nəzərə almaqla səhih araşdırmaların aparılmasının vacibliyi vurğulanır [40].

Aqrar sahədə istehsal olunan məhsulların tədarük zənciri boyunca konsolidasiyanın güclənməsi, məhsulların pərakəndə satışının həyata keçirildiyi vəsilələrin (həlqələrin) hakim mövqelərə yiyələnməsi, “ərzaq dollarında” fermerlərin payının azalması halları müasir mərhələdə rəqabət mübarizəsi probleminin aktuallığını şərtləndirir.

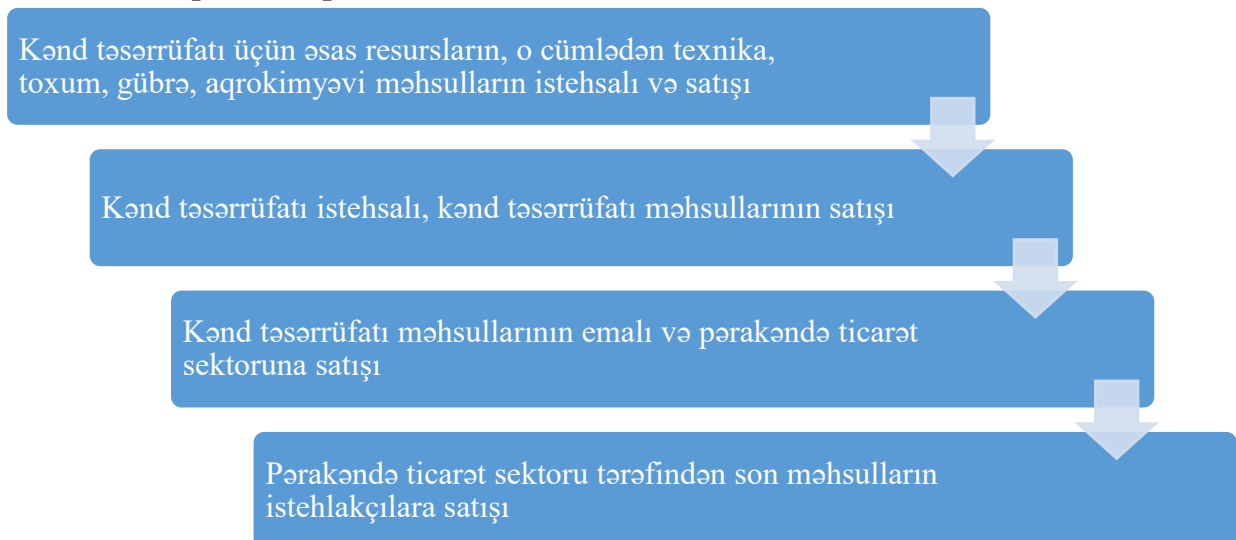
Aqrar-ərzaq sisteminin inkişafında baş verən irəliləyişlər bazar strukturunda və ayrı-ayrı vəsilələrdə fəaliyyət göstərən subyektlərin davranışlarında dəyişikliklərə səbəb olur. Belə şəraitdə kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında rəqabət mühitinin təhlili və dəyərləndirilməsinə ənənəvi yanaşmaların yenilənməsi zərurəti meydana gəlir.

Eyni zamanda müasir şəraitdə pandemiyalar, münaqişələr və s. fonunda kənd təsərrüfatı bazarlarında qeyri-stabilliklərin güclənməsi, ərzaq təhlükəsizliyi məsələlərinə daha həssas yanaşmalar aqrar sahədə inkişafa təkan verən amil kimi rəqabət məsələlərini nisbətən geniş kontekstdə gündəmə daşıyır. Belə şəraitdə milli aqrar iqtisadiyyatda rəqabətin qorunmasına və inkişaf etdirilməsinə əlverişli imkanları təmin edən mühitin formalaşdırılmasına ehtiyac güclənir.

Aqrar-ərzaq sistemində bazar strukturunun spesifik cəhətləri

Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarı aqrar sahədə məhsulların istehsalı, emalı və son istehlakçıya çatdırılmasının vertikal sistemində inteqrə olunmuş vəsilə kimi çıxış edir. Bütövlükdə həmin sistemdə 4 əsas vəsilə ayrılır (*Şəkil 1*).

Şəkil 1. Aqrar-ərzaq sisteminin əsas vəsilələri



Mənbə: Müəlliflər tərəfindən tərtib edilmişdir.

Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarı müəyyən struktur xüsusiyyətlərinə malikdir:

- Ümumi formalaşmış və ənənəvi adlandırılaraq biləcəklə yanaşmaya əsasən, bilavasitə bitkiçilik və heyvandarlıqda istehsal olunmuş kənd təsərrüfatı xammalının satışı və alışı spot bazarında həyata keçirilir¹ (Bu halda çoxlu sayda istehsalçılar eyni vaxt momentində vahid qiymətlərlə satılan həmcins məhsulları satışa çıxarırlar). Burada alıcı qiyməti aşağı salmaq üçün öz alış həcmi məhdudlaşdırma bilər. Eyni zamanda hazırkı şəraitdə əslində kənd təsərrüfatı məhsullarının bir çoxunun alış və satışı spot bazarlarında həyata keçirilmir. Bu, müqaviləyə əsaslanan kənd təsərrüfatının istehsalının, habelə vertikal əlaqələrin koordinasiyasının digər formalarının geniş tətbiqi ilə bağlıdır. Belə vəziyyətdən çıxış etməklə akademik müzakirələrdə aqrar-ərzaq zəncirlərinin müxtəlif arxitektura malik olması ilə əlaqədar, rəqabət məsələlərinin aydınlaşdırılması üçün ənənəvi yanaşmaların bütün hallar üçün əlverişliliyi şübhə altına alınır [12].

- Vertikal sistem üçün mürəkkəb qarşılıqlı əlaqələr səciyyəvidir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı sektoru üçün nisbətən yüksək konsolidasiya səciyyəvidir. Bu sektorda bir qayda olaraq bazar təmərküzləşməsinin səviyyəsi xeyli yüksək olur. Tarixən həmin sektorda fəaliyyət göstərən istehsal subyektlərinin xammal alışı zamanı qiymətlərə təsir göstərmək imkanı olmuşdur.

- Son dövrlərdə inkişaf etmiş ölkələrdə, həmçinin xarici kapitalın nisbətən fəal iştirakı da daxil olmaqla inkişaf etməkdə olan ölkələrdə də supermarketlər şəbəkəsinin geniş yayılması nəticəsində pərakəndə ticarət sektorunda təmərküzləşmə səviyyəsinin əhəmiyyətli yüksəlişi baş vermişdir. Bütün bunlara uyğun olaraq bazar strukturu baxımından kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı və pərakəndə ticarəti ardıcıl oliqopoliyadır. Kənd təsərrüfatı üçün istehsal vasitələri istehsal edən (xüsusilə toxum, aqrokimyəvi məhsullar) sahələr də oliqopoliya hesab edilir [29].

Kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları bazarında rəqabət mühitinin digər xüsusiyyəti bu sistemdə horizontal və vertikal səviyyələrdə rəqabətin qarşılıqlı fəaliyyətdə olmasıdır. Bu, kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının dəyər zəncirində ardıcıl əlaqələrin sıx qarşılıqlı asılılığı ilə əlaqələndirilir [39].

Sözgedən dəyər zəncirində rəqabətlə bağlı problemlər həm müxtəlif vəsilələr arasında, həm də hər bir vəsilənin daxilində mövcud ola bilər. Belə ki, vertikal səviyyədə rəqabət problemi dəyər zənciri boyunca 3-cü mərhələdə fəaliyyət göstərən bazar iştirakçıları tərəfindən 2-ci mərhələdə fəaliyyət göstərən bazar iştirakçılarına münasibətdə alıcı gücündən (bayer power) sui-istifadə, o cümlədən vertikal kontraktların əlverişsiz şərtlərinin qəbul etdirilməsi formasında, habelə 3-cü və 4-cü mərhələlərə aid iştirakçıların bazar strukturunda formalaşmış konkret vəziyyətdən asılı olaraq bir-birinə qarşı bazar gücündən sui-istifadə, eləcə də vertikal məhdudiyətlər tətbiq etmək formasında ola bilər.²

¹Ümumiyyətlə spot bazarı maliyyə aləti və malların anında göndərilməsi ilə səciyyələnir. Maliyyə aləti və malın göndərilməsi dedikdə, nağd hesablaşma əsasında fiziki mübadilənin aparılması başa düşülür. Spot bazarında nağd ödənişlərlə aktivlərin fiziki mübadiləsi təxirə salınmadan baş verir [49].

²Son dövrlərdə vertikal səviyyədə rəqabət problemlərinin sırasına 4-cü mərhələdə - pərakəndə ticarət sektorunda fəaliyyət göstərən subyektlər tərəfindən özəl ticarət markalarının tətbiqi də aid edilir (Bax: OECD [39]). Özəl ticarət markaları həm pərakəndə satış şəbəkəsi daxilində satıcıların bir-biri ilə, həm də həmin markaların tətbiqi vasitəsilə emal sektorunda müvafiq məhsulların istehsalçıları ilə rəqabət aparılmasında alət olaraq çıxış edir. Göründüyü kimi, məsələ rəqabətin həm horizontal, həm də vertikal aspektlərini əhatə edir. Özəl ticarət markalarının pərakəndə ticarət şəbəkəsinə nüfuz etməsi prosesi inkişaf etmiş ölkələrdə son dövrlərdə güclənib. Ədəbiyyatlarda verilən məlumatlara görə, ərzaq məhsulları satışında özəl ticarət markalarının payı Avropada 23%-i, Şimali Amerikada 15%-i keçib. Bu göstəricilər məhsul növləri və pərakəndə ticarət şəbəkəsi üzrə fərqlənir [40].

Eyni zamanda dəyər zəncirinin 3-cü - emal sektoruna aid vəsiləsinin və 4-cü - pərakəndə ticarətə aid olan vəsiləsinin hər birinin daxilində də konsolidasiyanın güclənməsi (bu proses həm təbii yolla, yəni yeni böyük ölçülü subyektlərin bazara daxil olması, həm də qovuşma və birləşmələr əsasında baş verir) ilə bağlı sektor daxilində horizontal səviyyədə rəqabət üçün problemlər yaranır.

Aqrar-ərzaq dəyər zəncirində horizontal və vertikal səviyyədə rəqabətin qarşılıqlı təsirini araşdıran tədqiqatçılar bunun birmənalı olmadığına diqqət yetirirlər. Göstərilir ki, məsələn, məhdud sayda və eyni malgöndərənlərdən tədarükü həyata keçirən pərakəndə ticarətçilər arasında rəqabət mövcud olduğu zaman bu sektorda konsolidasiyanın həyata keçirilməsinin istehlakçılara iki cür təsiri ola bilər. Bir tərəfdən konsolidasiya sektorda şirkətlərin sayını azaldır və buna görə istehlakçılar üçün qiymətlərin artması gözlənilən olur. Digər tərəfdən, pərakəndə ticarət sektorunda konsolidasiyanın yüksəlməsi bu sferada fəaliyyət göstərən satıcıların onlara mal göndərənlər qarşısında bazar gücünü artırır və bunun istehlakçılar üçün qiymətlərin aşağı salınmasına müsbət təsiri gözləniləndir. Nəzərdən keçirilən təsirlərin hansının üstünlük qazanması pərakəndə ticarətdə rəqabətin intensivliyindən asılı olur. Daha yüksək rəqabət intensivliyi potensial olaraq istehlakçılara fayda gətirə bilər.

Horizontal və vertikal səviyyələrdə rəqabətin digər cəhəti “su döşəyi” effektidir (“waterbed effect”).³ Əvvəlki misalla davam etsək, bazar gücü yüksələn pərakəndə ticarət subyektləri bundan istifadə edərək onlara malgöndərənlərdən əməkdaşlığın özləri üçün daha əlverişli olan şərtlərinin tətbiqini tələb edə bilərlər. Belə şəraitdə sözügedən malgöndərənlər bazar gücü yüksək olan alıcıları tərəfindən onlara mənfə təsirin əvəzinin qismən ödənilməsi məqsədilə digər alıcılar üçün nisbətən daha yüksək qiymət qoya bilərlər. Beləliklə, əslində qiymət ayrışdırıcılığına yol verilməklə nisbətən zəif rəqabət mövqeyi olan alıcılar “su döşəyi” effektindən zərər çəkmiş olurlar. Alıcı öz malgöndərənindən resursları nisbətən daha aşağı qiymətə ala bilərsə, mümkündür ki, digər alıcılar həmin resurs üçün daha yüksək qiymət ödəsinlər. Bazar gücünün assimetrik istifadəsi müəyyən alıcılar üçün daha yüksək topdansatış qiymətləri tətbiq edilməsi nəticəsində istehlakçıların mənafeələrinə zərər vura bilər [30].

Modern dəyər zəncirinə keçidin horizontal və vertikal rəqabətə təsiri

Son onilliklərdə aqrar-ərzaq məhsullarının dəyər zəncirində nisbətən sürətli transformasiyalar baş verir. Bu, özünü inkişaf etməkdə olan ölkələrin timsalında daha aydın göstərir.

Qeyd edilən proses modern dəyər zəncirinə keçid adlanır. Rəqabətə təsiri aspekti də önə çəkilməklə modern dəyər zəncirinə keçiddə 3 mərhələ ayrılır [11]. FAO tərəfindən kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının vəziyyətinə dair 2020-ci ildə təqdim olunmuş “Rəqabət, bazar gücü, artıqların yaradılması və rentanın bölüşdürülməsi” adlı sənəddə qeyd edilən mərhələlərin əsas cəhətləri aşağıdakı kimi ümumiləşdirilmişdir [25].

³ Su yatağı nəzəriyyəsi Larri Uolla aid edilən müşahidə kimi dəyərləndirilir. Belə ki, bəzi sistemlər, məsələn, insan və kompüter dilləri minimum miqdarda mürəkkəbliyi ehtiva edir və belə bir sistemin mürəkkəbliyini bir yerdə “aşağı basmaq” cəhdi həmişə mürəkkəbliyin başqa yerdə “qabarmasına” səbəb olur. Bu davranış müəyyən miqdarda su tutumu olan su döşəyinə bənzədilir: döşəyi bir yerdə aşağı itələmək mümkündür, lakin yer dəyişən su həmişə döşəyin başqa yerdə qalxmasına səbəb olacaq, çünki su sıxılmaz. Su döşəyinin hər yerdə bir anda batırılması mümkün deyil, çünki suyun həcmi həmişə sabit qalır [53]. https://en.wikipedia.org/wiki/Waterbed_theory

Birinci mərhələ üçün ənənəvi bazarlar xasdır. Bu mərhələdə bir qayda olaraq rəqabətli ənənəvi spot bazarları fəaliyyət göstərir. Bu bazarlarda çoxsaylı agentlər qiymət, həcm və keyfiyyət üzrə rəqabət aparırlar. Adətən çox lokallaşmış sahələrdə rəqabət hökm sürür. Bununla belə, uzaqlıq, maliyyə likvidliyinin məhdudluğu, bunlarla bağlı etibarlılıq və reputasiya ilə əlaqəli problemlər əhəmiyyətli həcmdə kapital qoyuluşu tələb edən və ya miqyasa görə qeyri-trivial qənaətlə səciyyələnən bazar nişalarında (yuvalarında) əhəmiyyətli bazar gücünü təmin edə bilir.

Dəyər zəncirinin ikinci aralıq mərhələsinə keçidlə həm yuxarı vəsildə (məhsulların tədarükü), həm də aşağı vəsilələrdə (məsələn, pərakəndə ticarətdə) şirkətlərarası rəqabət güclənir. Bu, bazarda daha yüksək qiymətləndirilən diferensiallaşmış səciyyəli məhsulların ehtiyatlarını təmin etmək üçün firmalara məsrəfləri aşağı salmaq və malgöndərənlərin koordinasiyası məqsədilə təzyiqləri artırır.

Üçüncü mərhələdə dəyər zənciri modern mərhələyə keçdikcə, adətən aşağıya axın boyu daha kapitaltutumlu seqmentlərdə sayı ixtisar olunan şirkətlər arasında retəmərküzləşmə müşahidə edilir. Bu proses əqli mülkiyyət hüququnun bazar gücünü təmin etdiyi hallarda kənd təsərrüfatına istehsal resursları göndərən şirkətlər səviyyəsində də baş verə bilər. Belə vəziyyət hazırda dünyada toxumçuluq sahəsində özünü göstərir [30].

Ümumi şəkildə aqrar-ərzaq sektorunda modern dəyər zəncirinə keçidin əsas nəticələrini aşağıdakı kimi səciyyələndirmək olar:

- a) bütün kənd təsərrüfatı məhsullarının alışı və satışı spot bazarlarında aparılmır;
- b) dəyər zənciri təmsil olunan vəsilələrin sayı baxımından daha uzun hala gəlir;
- c) dəyər zənciri boyunca investisiya qoyuluşlarında irəliləyişlərə və innovasiyaların tətbiqinin genişlənməsinə uyğun olaraq daxili əlaqələr də daha mürəkkəb xarakter alır;
- d) aqrar-ərzaq sistemində ayrı-ayrı məhsullar üzrə dəyər zəncirinin arxitekturasında (təşkili və strukturunda) fərqlər güclənir.

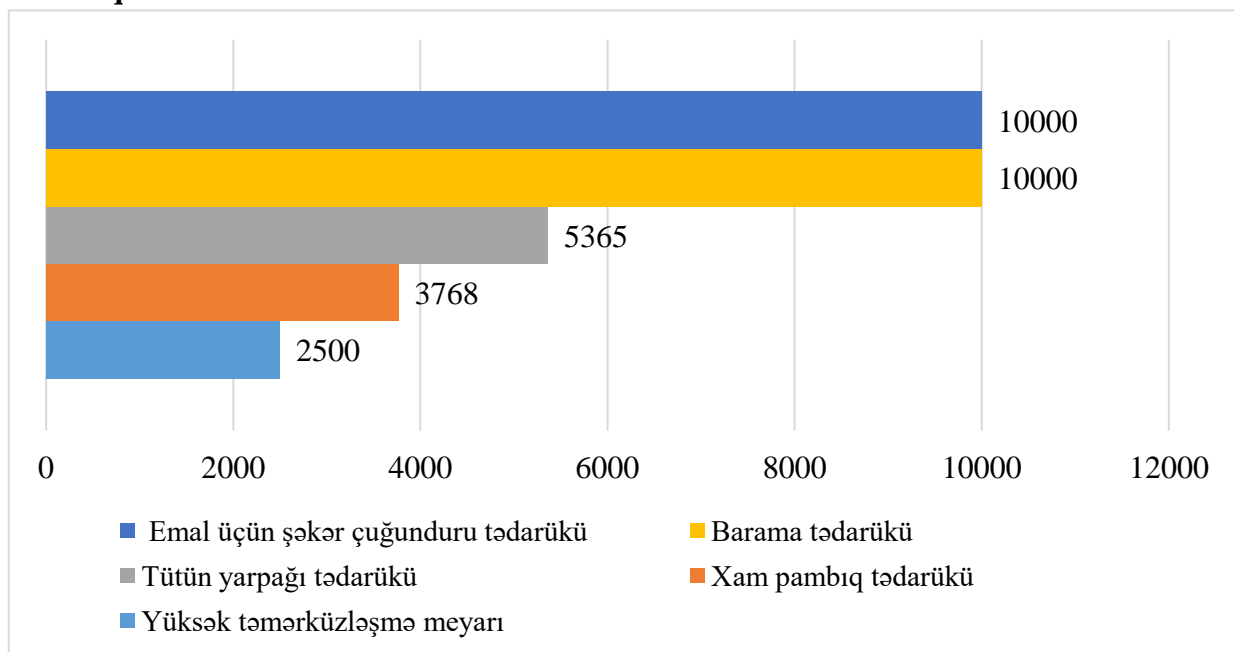
Qloballaşma milli aqrar-ərzaq sistemlərində dəyər zəncirlərində transformasiyaları sürətləndirmişdir.⁴ Eyni zamanda ərzaq məhsulları tədarükünün dəyər zəncirində keyfiyyət dəyişiklikləri baş verir. Uzunmüddətli risklərlə və qısamüddətli sarsıntılarla (məsələn, COVID-19 pandemiyasında olduğu kimi) qarşılaşan dəyər zəncirləri üçün simbiotik münasibətlərə əsaslanan dayanıqlılığın təmin olunmasına yönəlik strategiyalar hazırlanır. Tədqiqatçıların müvafiq istiqamətdə təhlillərindən milli aqrar-ərzaq sistemində məhsullar üzrə dəyər zəncirlərinin dayanıqlılığının iki dayağa əsaslandığı aydın olur. Bunlar şirkətlərin yeni investisiyalar və innovasiyalara doğru “dönüşü” və bu dönüşün təmin olunması üçün dəyər zəncirinin yan (informasiya, logistika təminatı) vəsilələrinin, habelə kənd təsərrüfatının resurs təminatı, R&D kimi vəsilələrin birgə adaptasiyasının həyata keçirilməsidir [46].

Əvvəldə də qeyd edildiyi kimi, aqrar-ərzaq sisteminin dəyər zəncirində kənd təsərrüfatı istehsalı vəsiləsi ilə müqayisədə digər vəsilələrdə təmərküzləşmə səviyyəsi yüksəkdir.

⁴Qloballaşmanın aqrar-ərzaq məhsullarının tədarük zəncirinin inkişafına təsiri daha çox ölkələrarası ticarətin genişlənməsi və qlobal istehsal-satış zəncirlərinin formalaşması ilə bağlanmışdır. Məsələnin bu tərəfinə diqqət yetirən tədqiqatçılar eyni zamanda qloballaşmanın daxili ərzaq bazarlarına əsas təsirinin beynəlxalq ticarət vasitəsilə deyil, müstəqim xarici investisiyaların (MXİ) liberallaşmasından irəli gələn birbaşa dəyişikliklər vasitəsilə baş verdiyini göstərir. Qeyd olunur ki, məhz MXİ və bunlara əlavə olunan rəqabətqabiliyyətli daxili investisiyaların pərakəndə ticarət sahəsinə axını nəticəsində inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda “supermarket inqilabı” yaşanmışdır [44]; [45].

Bir qayda olaraq təmərküzləşmə səviyyəsi dəyər zənciri boyunca vertikal koordinasiya mexanizminin tətbiq edildiyi bazar seqmentlərində daha yüksək olur. Bu hal Azərbaycanın kənd təsərrüfatı məhsulları bazarı üçün də səciyyəvidir. Belə ki, son illərin məlumatları üzrə apardığımız hesablamalara görə, bazar təmərküzləşməsinin əsas göstəricilərindən olan müvafiq bazarlar üzrə Harfindal-Hirşman İndeksinin (HHİ) səviyyəsi bütün yarpağının tədarükü bazarında 5365-ə, xam pambıq tədarükü bazarında 3768-ə bərabər olmuşdur (**Diagram**). Göründüyü kimi, hər iki halda əmsalın qiyməti bazarın yüksək təmərküzləşməsi meyarını (2500) xeyli üstələmişdir. Barama və emal üçün şəkər çuğundurunun alış bazarlarında vahid tədarükçü fəaliyyət göstərdiyindən HHİ 10 000-ə bərabər olmuş, başqa sözlə monopsonik bazar strukturu mövcud olmuşdur.

Diagram. Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarlarında HHİ



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin və Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin məlumatları əsasında müəlliflər tərəfindən hesablanmışdır.

Belə vəziyyət aqrar-ərzaq sisteminin dəyər zəncirində fermerlərə münasibətdə yüksək təmərküzləşmə göstəricilərinə malik digər vəsilələrdə fəaliyyət göstərən subyektlər tərəfindən bazar gücündən sui-istifadə hallarına yol verilməsi ilə bağlı ümumi narahatlıq doğurur. Dəyər zəncirinin vəsilələri üzrə təmərküzləşmə səviyyələrində fərqlər uzun müddət ərzində rəqabət mühitinin kənd təsərrüfatı istehsalçıları üçün əlverişsiz olmasına dair sübut kimi qəbul olunmuşdur. Lakin nisbətən yaxın dövrlərə aid empirik tədqiqatların nəticələri həmin fikirlərin bütün hallarda özünü doğrultmadığını, daha doğrusu, dəyər zəncirinin “aşağı” vəsilələrində yer alan emal sənayesi, topdansatış və pərakəndəsatislə məşğul olan subyektlərin fermerlərə münasibətdə sistemik olaraq bazar gücü tətbiq etmələrini (və yaxud da bazarda hakim mövqelərindən sui-istifadə etmələrini) göstərməmişdir. Elmi ədəbiyyatda müvafiq istiqamətdə aparılan araşdırmaların xülasələrinə əsaslanmaqla tədqiqatçılar aqrar-ərzaq sferasında dəyər zəncirləri boyunca “aşağı” vəsilələrin təsərrüfat subyektləri tərəfindən özlərindən əvvəlki vəsilələrin təmsilçilərinə, o cümlədən fermerlərə qarşı bazarda hakim mövqedən sui-istifadəyə yol verilməsinə dair əsaslı sübutların tapılmadığı və

sözgedən halların tətbiqinin⁵ rəqabət şəraitindən kəskin kənarlaşmalara səbəb olmadığı qənaətinə gəliblər [42]. Qeyd edək ki, müvafiq nəticələrin alındığı çoxsaylı tədqiqatlar dünyanın müxtəlif regionlarını və aqrar-ərzaq zəncirində müxtəlif məhsul növlərini əhatə etmişdir. Araşdırmalarda dəyər zəncirinin kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı, habelə topdansatışı sferasında fəaliyyət göstərən subyektlərdə təmərküzləşmə səviyyəsinin yüksəlməsinin ümumən fermerlərin satdıqları məhsulların qiymətlərinin aşağı salınmasına, eləcə də həmin vəsilələrin müştəriləri üçün qiymətlərin yüksəlməsinə səbəb olmadığı və ya göstərilən hallarda qiymətlərin dəyişilməsində mükəmməl rəqabət şəraitində ola biləcəyindən kənarlaşmalarının zəif olduğu sübut olunur.⁶

Uyğun nəticələr şirkətlərin bazar davranışlarının empirik metodlarla birbaşa dəyərləndirilməsinə əsaslanın tədqiqatlarda da alınıb. Sözgedən yanaşmanın əsasında ideal rəqabət şəraitində kənd təsərrüfatı məhsulları satıcılarına edilən ödənişin onun marjinal məhsulunun dəyərinə bərabər olması prinsipi dayanır.

Qeyd edilən aspektdə aparılan çoxsaylı tədqiqatlar da real vəziyyətin mükəmməl rəqabətin mövcud olduğu haldan çox az kənarlaşdığını sübut etmişdir.

Aqrar-ərzaq sistemində rəqabət şəraitinin qiymətləndirilməsi üzrə aparılan müasir araşdırmalar dəyər zəncirinin nisbətən yüksək təmərküzləşmə səviyyəsinin qərarlaşdığı vəsilələri üzrə çox zaman mənfəət marjasının da yüksək olmadığını göstərmişdir. Məsələn, həmin göstərici əksər hallarda 5%-dən aşağı səviyyədə qərarlaşıb, o cümlədən İspaniya, Fransa və Danimarkada meyvə-tərəvəzin topdansatış sferasında 1%, kartofun topdansatış sferasında 1-3%, Fransada çörəkbişirmədə 4%, ət kəsimində 1-5% səviyyəsində olub [40].

Bəzi tədqiqatlarda hətta inkişaf etməkdə olan ölkələrdə kiçik fermer təsərrüfatlarının dəyər zəncirində inhisar mövqeyi tutan ixracatçı subyektlərlə inteqrasiya əlaqələrinin qurulmasından əhəmiyyətli dərəcədə faydalandıqları açıqlanmışdır [35].

Problemə ənənəvi baxışlardan fərqli olaraq kənd təsərrüfatı məhsullarının alqı-satqısı bazarında fermerlərə qarşı tərəfdaşlarının hökmran mövqedən sui-istifadə hallarına yol verməməsi ilk növbədə dəyər zəncirində əlaqələrin təşkili mexanizmlərində baş verən dəyişikliklərlə izah edilir. Aqrar-ərzaq sistemində bazar məhdudluqları (giriş resursları, texnologiya alışı, kredit bazarında qeyri-mükəmməl rəqabət şəraitinin olması və s.) öz növbəsində vertikal kordinasiyanı - fermerlər və emal müəssisələrinin sıx bağlarının qurulmasını, müqavilə üzrə istehsalı, vertikal inteqrasiyanı zərurətə çevirmişdir. Belə şəraitdə isə dəyər zənciri boyunca kənd təsərrüfatından sonrakı vəsilələrdə yer tutan təsərrüfat subyektləri fermerlərə qarşı inhisarçılıq mövqelərindən sui-istifadə etməkdə maraqlı

⁵ Göstərilən halda bazar gücündən istifadəyə qiymətləri mükəmməl rəqabət şəraitində ola biləcək səviyyədə fərqli qoymaq və saxlamaq imkanına malik olmaq kimi baxılır. Bununla yanaşı, araşdırmalarda aqrar-ərzaq sisteminin dəyər zəncirlərində müvafiq vəsilələrdə təmərküzləşmənin asimmetrik qiymət transmissiyasının həyata keçirilməsi ilə əlaqəsinə dair inandırıcı sübutların da olmadığı açıqlanıb. Bax: [28].

⁶ Alıcıların gəlirlərinin yüksəlməsinə uyğun olaraq kənd təsərrüfatı məhsulları və ərzaq bazarlarında keyfiyyətə tələbin yüksəlməsi, yeni standartların tələblərinə əməl olunması son məhsul istehsal edən vəsilələr tərəfindən müqavilə münasibətlərinin inkişafına marağı yüksəldib. Bu proses hazırkı dövrdə sürətlənməkdə davam edir. Ədəbiyyatlarda verilən məlumatlara görə, ABŞ-da kənd təsərrüfatı məhsullarının 1/3 hissəsindən çoxu müqavilə əsasında istehsal olunur. (OECD. Methodologies to Measure Market Competition. <https://www.oecd.org/daf/competition/methodologies-to-measure-market-competition-2021.pdf>). Vertikal kordinasiyanın tətbiqi miqyasları məhsullar üzrə fərqlənir. Ən aşağı göstərici taxıl və mal əti istehsalında, ən yüksək göstəricilər isə quşçuluq məhsulları və donuz əti istehsalında müşahidə edilir. Müqavilə mexanizmi vasitəsi ilə bazar gücünə malik olan tərəfdaşlar tədarük etdikləri məhsulların zəruri keyfiyyət tələblərinə cavab verməsi məqsədilə fermerləri müvafiq resurslarla təmin edir, sonuncular isə ölvərişli qiymətlərlə məhsul satışı öhdəliyini qəbul edirlər. Təcrübədə kənd təsərrüfatı istehsalı üçün resurs göndərənləri, fermerləri və alıcıları əhatə edən 3 qütblü müqavilə mexanizmləri də tətbiq olunur.

olmurlar, çünki bu, son nəticədə onların malgöndөрөнлөрünün mөnfəətliliyinə mөnfə təsir göstərir. R. Kuijpers və J. Svinnen (2016) qeyd edirlər ki, inkişaf edən və post-transformasiya iqtisadiyyatları şəraitində müqavilə əsaslı istehsal hallarında bazarda *ex-post* hakim mövqə *ex-ante* hakim mövqedən fərqlənir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin əksəriyyətində bazar mexanizmlərinin çoxsaylı uğursuzluqları şəraitində tərəfdaşların bazarda hakim mövqeyi faktiki olaraq fermerlərin maliyyələşdirmə, müqavilələrin yerinə yetirilməsinin təmin edilməsi və digər başqa problemlərinin həllinə kömək edə bilər. Beləliklə, əslində bazarda hökmran mövqə “ikinci dərəcəli” məsələlərin həlli üçün şərait yaradır [32].

Göstərilənlərə uyğun olaraq tədqiqatçılar ənənəvi şəkildə müəyyən edilən bazar hakimiyyətinin müasir aqrar-ərzaq bazarlarında, xüsusilə koordinasilanmış vertikal əlaqələr kontekstində rəqabətin müxtəlif aspektlərini tam əks etdirə bilmədiyini təsdiq edirlər. Vurğulanır ki, müasir aqrar-ərzaq bazarlarında baş verən son irəliləyişlər bazarda hakim mövqeyi qiymətləndirmək və ölçmək üçün istifadə edilən ənənəvi modellərin və vasitələrin əlverişliliyinə kölgə salır. Belə şəraitdə kənd təsərrüfatı iqtisadçıları bazar hakimiyyətinin ənənəvi konstruksiyasını aşan yeni üsul və yanaşmalar axtarırdadırlar. Hesab edilir ki, göstərilən halda modern aqrar-ərzaq bazarlarında əsas diqqəti səmərəli sövdələşmə mövqeyinin öyrənilməsinə yönəltmək məqsədəuyğundur [12].

Lakin eyni zamanda kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında rəqabət mühitinə dair dəyərləndirmələrin onun bütün aspektlərinin, o cümlədən qlobal, regional və iqtisadiyyatların inkişaf səviyyəsi kimi amillərin doğurduğu reallıqların nəzərə alınması ilə aparılmasına ehtiyac duyulur. Araşdırmalar müasir şəraitdə müxtəlif iqtisadiyyatlarda, habelə ayrı-ayrı kənd təsərrüfatı məhsulları bazarlarında (o cümlədən inkişafetmiş ölkələr də aid olmaqla) hökmran mövqedən sui-istifadənin, qiymət manipulyasiyasına yolverilmə hallarının mövcudluğunu sübut edir.⁷ Bu kimi davranışlar bir qayda olaraq emal və ticarət sahəsində fəaliyyət göstərən iri təsərrüfat subyektləri tərəfindən nümayiş etdirilir. Başqa sözlə, kənd təsərrüfatı məhsulları bazarlarında təmər küzləşmə ilə bazar gücündən sui-istifadənin qarşılıqlı əlaqəsi də müşahidə edilir.

Beləliklə, kənd təsərrüfatı məhsullarının ümumi bazar məkanını vahid şəkildə götürsək, burada rəqabət şəraiti baxımından bir-birinə uyğun gəlməyən vəziyyətlərlə üzləşirik. Bunun izahını müxtəlif amillərin təsiri ilə bağlamaq olar. Bu halda yəqin ki, ilk növbədə aqrar-ərzaq dəyər zəncirlərinin struktur müxtəlifliyinə nəzər yetirilməlidir.

Hazırkı şəraitdə sözügedən dəyər zəncirlərinin bir qisminə kənd təsərrüfatı məhsulları spot bazarlarında satılıb-alınır, digər qisminə tam vertikal inteqrasiya təmin olunub, üçüncü qisimdə isə əlaqələr müqavilələr əsasında və ya “vertikal koordinasiya” əsasında qurulub. Sonuncu forma spot bazarlarla vertikal inteqrasiya arasında yer alır və dəyər zəncirinin idarəedilməsində “hibrid” forma adlanır. Belə idarəetmənin variasiyaları mövcud ola bilər.

Azərbaycan nümunəsindən də aydın olduğu kimi, milli aqrar-ərzaq sistemlərində təşkil olunma baxımından strukturu müxtəlif olan dəyər zəncirləri birmə mövcud olur. Bu zaman məhsulları əhatə sarıdan dəyər zəncirləri fərqli sayda təmsil olunurlar (*Şəkil 2*).

⁷Nisbətən son dövrlərə aid akademik mənbələrdə göstərilən halların Yunanıstanın, Çinin kənd təsərrüfatı məhsulları bazarları, habelə ABŞ-in bəzi ərzaq növləri bazarı üçün səciyyəvi olduğu təsbit edilir. Bax: [40].

Şəkil 2. Dəyər zəncirində əlaqələrin tipinə görə Azərbaycanın kənd təsərrüfatı məhsulları bazarlarının ayrılması.

Spot bazarı	Vertikal koordinasiya	Vertikal inteqrasiya
<ul style="list-style-type: none"> • Taxıl • Meyvə • Tərəvəz • Kartof • Bostan məhsulları • Mal-qara əti • Süd • Yun • Yumurta 	<ul style="list-style-type: none"> • Pampıq • Tütün • Şəkər çuğunduru (emal üçün) • Barama 	<ul style="list-style-type: none"> • Üzüm • Yaşıl çay yarpağı • Quş əti

Mənbə: Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzinin məlumatları əsasında tərtib edilmişdir.

Göstərilən vəziyyətlərin hər birində kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında hakim mövqedən sui-istifadə stimulları və imkanları fərqli olur. İstənilən halda əgər məhsulları spot bazarda alınıb-satılırsa, fermerlərə münasibətdə tərəfdaşların bazar gücündən sui-istifadə etmələri daha çox gözləniləndir.

Eyni zamanda inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda bir çox hallarda institusional zəifliklərlə bağlı kənd təsərrüfatı məhsulları bazarı iştirakçıları arasında bağlanan müqavilələrin icrasında yaranan çətinliklər də vertikal koordinasiya mexanizminin hökmran mövqedən sui-istifadənin qarşısının alınması istiqamətində səmərəliliyinə təminat yaratmır.⁸

Göstərilənlərə uyğun olaraq dəyər zəncirinin emal və ticarət vəsilələri təmsilçiləri tərəfindən kənd təsərrüfatı istehsalçılarına qarşı bazarda özlərinin inhisar mövqelərindən sui-istifadə halları ümumi xarakter almasa da, ayrı-ayrı bazar segmentlərində, konkret regionlarda baş verdiyi nəzərə alınmalıdır.

Beləliklə, tədarük zəncirinin arxitekturasına uyğun olaraq kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının rəqabət mühiti baxımından fərqli segmentlərinin formalaşdığını demək mümkündür: i) fermer məhsullarının alqı-satqısının spot bazarlarda həyata keçirildiyi şəraitdə təmətküzləşmiş bazar strukturları tərəfindən malgöndərənlər üçün aşağı, alıcılar üçün yüksək qiymətlərin müəyyən edilməsinin - hökmran mövqedən sui-istifadə təhlükəsinin saxlanıldığı sektor; ii) vertikal

⁸Tədqiqatların bir çoxunda kənd təsərrüfatı məhsulları bazarlarında təmətküzləşmə səviyyəsinin yüksək olmasına baxmayaraq hökmran mövqedən sui-istifadənin baş vermədiyi nəticəsinə gəlinməsinin təhlil olunan dəyər zəncirinin arxitekturası (təşkili və struktur xüsusiyyətləri) ilə yanaşı, tətbiq olunan araşdırma metodologiyası ilə də bağlı ola bilməsi nəzərə alınmalıdır. Bura müvafiq araşdırmaların bazarların coğrafi sərhədləri məsələsi nəzərə alınmadan aparılması aid edilə bilər. Aqrar-ərzaq sistemində rəqabət şəraitinin dəyərləndirilməsi zamanı lokal inhisarçılıq amilinə xüsusi diqqət yetirilməsi tələb olunur. Bundan əlavə, kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında aqrarlaşmış göstəricilər əsasında aparılan təhlillərin hökmran mövqedən sui-istifadə hallarını aşkara çıxarmağa imkan yaratmaya bildiyi də nəzərə alınmalıdır. Bununla bağlı hər bir halda ayrı-ayrı şirkətlərin davranışlarının onların konkret göstəriciləri əsasında araşdırılması əhəmiyyətlidir. Bu istiqamətdə müvafiq məlumatların əldə edilməsi səlahiyyətləri nəzərə alınmaqla hökmran mövqedən istifadənin dəyərləndirilməsinə dair antiinhisar orqanları tərəfindən bazar araşdırmalarının aparılmasının daha etibarlı nəticələr alınmasına imkanlar açdığı vurğulanır. Bax: [40].

koordinasiyanın inkişaf etdiyi şəraitdə təmərküzləşmiş bazar strukturları tərəfindən hökmran mövqedən sui-istifadə stimullarının olmadığı sektor.

Həmin sektorlar üzrə rəqabət mühitinin yaxşılaşdırılmasına də fərqli yanaşmalar zəruri olur. Belə ki, birinci sektorda kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında rəqabətin qorunması (birləşmələrə və qovuşmalara nəzarət) və inkişaf etdirilməsi (müvafiq sektorlarda yeni təsərrüfat subyektlərinin yaradılmasına investisiya qoyuluşlarının stimullaşdırılması, rəqəmsal texnologiyaların imkanlarından geniş istifadə etməklə rəqabət şəraitinin yaradılması və s.), habelə inhisarçılıq hərəkətlərinin qarşısının alınması gündəmdə qalır (həm də bu tədbirlər konkret məhsulların tədarük zənciri üzrə fərqli səciyyədə ola bilər). İkinci sektorda isə sövdələşmədə daha güclü mövqedən sui-istifadənin qarşısının alınması önəm qazanır.⁹

Haqsız ticarət praktikası və onun tənzimlənməsi

Modern dəyər zəncirinə keçid şəraitində kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında haqsız ticarət praktikalarının¹⁰ qarşısının alınması ümumi rəqabət mühitinin yaxşılaşdırılması baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Haqsız ticarət praktikaları aqrar-ərzaq sektorunda malgöndərənlərlə onların alıcıları arasında işgüzar münasibətlərə aid edilir [23].

Bu cəhət tədqiqatlarda aqrar-ərzaq tədarük zəncirində əlaqələrin xarakteri ilə bağlıdır. Göstərilir ki, həmin sferada qarşılıqlı fəaliyyətlərin mürəkkəb səciyyəsi haqsız rəqabət davranışlarının baş tutması üçün əlverişli mühit yarada bilər [27].

Haqsız ticarət praktikasının mövcudluğu, həmçinin kənd təsərrüfatı istehsalına yüksək dərəcədə qeyri-müəyyənliyin xas olması ilə əlaqələndirilir. Təbii şəraitdən asılılıq bu sahəyə aid kontraktlarda təsvir oluna bilməyən gözlənilməz halların nəzərə alınmamasına imkan yaradır və əvvəlcədən gözlənilməyən bütün mümkün halların göstərilməsi kontraktların hazırlanması zamanı böyük məsrəflər tələb etdiyi üçün onların müəyyən hissəsi adətən nəzərə alınmır.

Aqrar-ərzaq tədarük zəncirində haqsız ticarət davranışlarına məruzqalma hallarının nisbətən geniş yayıla bilməsi ilə bağlı Avropa İttifaqı (Aİ) tərəfindən bu məsələyə xüsusi diqqət yetirilir. 2019-cu ildə Avropa İttifaqı Parlamenti və Şurası tərəfindən “Kənd təsərrüfatı və qida məhsulları tədarükü zəncirində işgüzar münasibətlərdə haqsız ticarət praktikası haqqında” direktiv qəbul edilmişdir. Həmin sənədə əsasən, haqsız ticarət davranışları qadağan olunan (qara) və müəyyən şərtlərlə yol verilən (boz) olmaqla iki qrupa bölünür. Birinci qrupa aşağıdakılar aiddir:

- tez xarab olan kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının haqqının 30 gündən gec ödənilməsi;
- digər kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının dəyərinin 60 gündən gec ödənilməsi;

⁹Sövdələşmə gücü ümumi şəkildə mübahisəli vəziyyətlərdə tərəflərin bir-birinə təsirgöstərmə qabiliyyəti kimi müəyyən edilir. Daha yüksək sövdələşmə gücünə malik tərəflər başqaları ilə arzuolunan sövdələşmələr etmək üçün öz şərtlərindən istifadə edə bilərlər [54]. Sövdələşmə gücü xərcləri qarşı tərəfin boynuna qoymaq və ya qarşı tərəfin əldə edə biləcəyi faydanı geri çəkmək yolu ilə hədələməklə güzəşt əldə etmək imkanı kimi də səciyyələndirilir [33]. Təcrübədə konkret şəraitdən asılı olaraq kiçik bazar payına malik olan şirkətlər də güclü sövdələşmə gücünə malik ola bilərlər.

¹⁰Avropa Komissiyası Haqsız Ticarət Praktikalarını (HTP) “yaxşı kommersion davranışından kobud şəkildə yayınmaq, vicdanlı və ədalətli sövdələşməyə zidd və bir ticarət tərəfdaşı tərəfindən birtərəfli qaydada və məcburi olaraq digərinə tətbiq edilən təcrübələr kimi müəyyən etmişdir. HTP-lər bazar gücündən sui-istifadə ilə bağlı olan müxtəlif növ təcrübələr toplusudur. Bax: [24].

- alıcının tez xarab olan kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarına sifarişi malgöndərəninin həmin məhsulların satışı və ya istifadəsi üçün alternativ üsulunun tapılmasına imkan verməyə biləcək qısa müddət ərzində ləğv etməsi;
- malgöndərəndən kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının satışı ilə bağlı olmayan ödənişin tələb edilməsi;
- alıcının kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının satıcının ərazisində və ya mülkiyyət hüququnun satıcıya keçməsindən sonra baş verən itki və zay olmasına görə malgöndərəndən (əgər itki və zayolma malgöndərəninin səhlənkarlığı ucbatından baş verməyibsə) ödəniş tələb etməsi;
- alıcının kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının tədarüki və ya çatdırılmasının tezliyi, üsulu, yeri, vaxtı və ya həcminə, keyfiyyət standartlarına, ödəniş şərtlərinə və ya qiymətlərinə aid olan tədarük müqaviləsinin şərtlərini birtərəfli qaydada dəyişdirməsi;
- malgöndərəninin tələbinə baxmayaraq alıcı tərəfindən mal göndərilməsinə dair müqavilənin şərtlərinin yazılı təsdiqindən imtina edilməsi;
- alıcı tərəfindən malgöndərəninin kommertiya sirtinin qanunsuz olaraq əldə edilməsi, istifadəsi və açıqlanması;
- malgöndərəninin özünün müqavilə və ya qanuni hüquqlarından istifadə etməsinə, o cümlədən hüquq mühafizə orqanlarına şikayət etmək və ya təhqiqat prosesində hüquq mühafizə orqanları ilə əməkdaşlıq etməsinə görə alıcının kommertiya qisasının tətbiqi ilə hədə-qorxu gəlməsi və ya kommertiya qisasının tətbiqi;
- malgöndərəninin təqsirinin olmamasına baxmayaraq, müştərilərin şikayətlərinə baxılması ilə bağlı xərclərin malgöndərəninin öhdəsinə keçirilməsi.

İkinci qrupa aşağıdakı davranışlar aid edilir:

- alıcı satılmamış kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarını bunların haqqını ödəmədən və ya həmin məhsulların utilizasiyasına görə ödəniş etmədən, yaxud da hər ikisini tətbiq etməklə qaytarır;
- malgöndərəndən kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının saxlanması, nümayişi və ya siyahıya salınması, yaxud belə məhsulların bazara çıxarılması şərti kimi ödəniş alınır;
- alıcı təşviqat (reklam aksiyası) çərçivəsində alıcı tərəfindən satılan kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları üzrə hər hansı endirimlərin dəyərinin tam və ya bir hissəsini malgöndərəninin ödəməsinə tələb edir;
- alıcı kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının onun tərəfindən reklamına görə malgöndərəndən ödəniş tələb edir;
- alıcı malgöndərəninin məhsullarının marketinqi üçün ödəniş tələb edir;
- alıcı malgöndərəninin məhsullarının satışı üçün istifadə edilən binaların təchizatı ilə bağlı işçi heyətinə görə ödəniş alır.

Qeyd edilən hərəkətlərə yol verilməsi onların əvvəlcədən aydın və birmənalı formada razılaşıdırılmış olmadığı hallarda qadağan edilir.

Üzv dövlətlər göstərilən qadağaların tərəflər arasında tədarük müqaviləsində, bu müqaviləyə başqa cür tətbiq oluna bilən qanundan asılı olmayaraq həmin qadağaların əhatə dairəsinə daxil olan istənilən vəziyyətə tətbiq edilə bilən məcburi müddəaları təşkil etməsini təmin etməlidirlər.

Direktivlərə uyğun olaraq milli səviyyədə müvafiq orqanlar müəyyən olunmuş qadağaların pozulmasını aşkar edən və alıcıdan qadağan olunmuş ticarət praktikasına son qoymağı tələb edən qərarlar qəbul etmək, habelə milli qaydalara və proseduralara uyğun olaraq pozuntunun müəllifinə cərimələr və digər eyni dərəcədə təsirli cəzalar və müvəqqəti tədbirlər təyin etmək və ya tətbiq edilməsi üçün icraata başlamaq səlahiyyətinə malikdirlər. Qeyd edilən hallarda cəzalar pozuntunun xarakteri, müddəti, təkrarlanması və ağırlığı nəzərə alınmaqla təsirli, mütənasib və çəkindirici olmalıdır.

Haqsız ticarət davranışlarına yol verilməməsi barədə Aİ-nin Direktivində göstərilənlər minimum tələblər kimi nəzərdə tutulur. Həmin tələblər üzv dövlətlərin milli qanunvericiliyində mütləq şəkildə öz əksini tapmalıdır. Bu zaman belə bir şərt irəli sürülür ki, üzv dövlətlər milli qanunvericilikdə sözügedən Direktivin tələblərindən kənara çıxma və bu tələbləri daha da sərtləşdirə bilərlər. Lakin onlar Direktivdə nəzərdə tutulduğundan daha yumşaq müdafiə müəyyən edə bilməzlər.

Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında fermerlərin çox zaman zəif sövdələşmə mövqeyində olmaları onların dəyər zənciri boyunca digər tərəfdaşları ilə əlaqələrdə haqsız ticarət davranışlarına məruz qalmaları hallarına imkanlar yaradır. Vertikal koordinasiya mexanizmlərinin tətbiqi haqsız ticarət praktikalarının azaldılmasına yol açsa da, bütünlüklə aradan qaldırılmasına təminat yaratmır. Bununla əlaqədar olaraq xüsusi tənzimləmə tədbirlərinin tətbiqinə ehtiyac yaranır. Bu istiqamətdə Aİ təcrübəsindən istifadə məqsədəuyğun hesab edilə bilər.

Haqsız ticarət praktikasına tədarük, emal sferasında, son dövrlərdə, həmçinin pərakəndə satış sferasında fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektləri tərəfindən yol verilir. Belə vəziyyət Azərbaycan kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında hazırda əsasən qiymətlərin birtərəfli formada qoyulması və dəyişdirilməsi, məhsulun dəyərinin ödənilməsi üçün alıcı tərəfindən əlverişsiz müddətin müəyyən edilməsi, konkret transaksiya ilə əlaqəli olmayan ödənişlərin tətbiqi, məhsulun reklam xərclərinin istehsalçının üzərinə qoyulması, istehsalçının tələbinə baxmayaraq alıcının yazılı müqavilə bağlamaqdan imtina etməsi hallarına yol verilməsi formasında müşahidə edilir [-].

Nəticə

Müasir şəraitdə kənd təsərrüfatında əlverişli rəqabət mühitinin yaradılması istehsalın genişləndirilməsi və səmərəliliyin yüksəldilməsinin, habelə fermerlərin rifahının yaxşılaşdırılması yönündə əhəmiyyətli rol oynayan amillər sırasında qalmadadır.

Aqrar-ərzaq sistemlərində dəyər zəncirinin inkişafı, onun strukturu və təşkilində baş verən irəliləyişlər rəqabət mühitinə əsaslı təsir göstərir. Belə şəraitdə ənənəvi bazar strukturları çərçivəsində tərəfdaş subyektlərin davranışlarında dəyişikliklər rəqabət mübarizəsinin xarakterinə spesifik xüsusiyyətlər gətirir və eyni zamanda rəqabətin qorunması mexanizmlərinə yeni yanaşmaların zəruriliyini şərtləndirir. Bu halda bir qayda olaraq fermerlərin sövdələşmə mövqeyinin möhkəmləndirilməsi və tərəfdaşların haqsız ticarət davranışlarından qorunması prioritetlik qazanır.

İnkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda aqrar sahədə rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsinin məhsul növləri üzrə dəyər zəncirləri boyunca vertikal əlaqələrin inkişafı, əlverişli institusional

çərçivənin formalaşdırılması ilə bağlı məsələlərin kənd təsərrüfatında daxili rəqabətin qorunması və rəqabət intensivliyinin yüksəldilməsi ilə vahid kompleksdə həllinə ehtiyac yaranır.

Son dövrlərdə Azərbaycanın kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında rəqabət şəraitinin yaxşılaşdırılması baxımından irəliləyişlər baş verib. Bununla belə, vertikal müstəvidə qeyri-mükəmməl rəqabət mühiti saxlanılmaqdadır. Kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarükçülər və emalçılar tərəfindən alış bazarları oliqosponiya və ya monopsoniyadır. Eyni zamanda aqrar istehsalçıların nisbətən zəif sövdələşmə mövqeyi fonunda dəyər zəncirinin kənd təsərrüfatından “aşağıda yerləşən” vəsilələri tərəfindən haqsız ticarət praktikasından istifadə hallarına yol verilir.

Bununla əlaqədar olaraq aqrar sahədə bazar strukturlarının təkmilləşdirilməsi yolu ilə rəqabətin inkişaf etdirilməsinin vertikal koordinasiyanın əhatə dairəsinin genişləndirilməsi, kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının tədarük zəncirində müqavilə münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi və haqsız ticarət praktikasının qarşısının alınması məqsədilə qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi istiqamətində əhatəli tədbirlərin həyata keçirilməsi ilə müşayiət olunmasına ehtiyac yaranır.

Ədəbiyyat

1. “Antiinhisar fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu.
<https://e-qanun.az/framework/8249>
2. Azərbaycanda barama istehsalı ilə bağlı arayış. Bakı-2022. Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi.
3. Azərbaycanda pambıq istehsalının cari vəziyyəti və gələcək inkişaf perspektivləri ilə bağlı hesabat. Bakı-2022. Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi.
4. ATM. Azərbaycanda şəkər və şəkər çuğunduru istehsalının cari vəziyyətinin araşdırılmasının nəticələrinə dair hesabat. Bakı-2022. Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi.
5. Azərbaycanda tütün istehsalının cari vəziyyəti və gələcək inkişaf perspektivləri ilə bağlı hesabat. Bakı-2022. Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi.
6. Fermerlərin məhsul bazarına çıxışı və istehsal resurslarının əlyətərliyinə dair tədqiqatın nəticələri. Bakı-2022. Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi.
7. Hacıyeva S.İ. “Aqrar bazarın gömrük-tarif alətləri vasitəsilə tənzimlənməsi”. “Kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatı” elmi-praktik jurnalı. 2020, № 4.
<https://agroecconomics.az/az/article/41/aqrar-bazarin-gomruk-tarif-aletleri-vasitesile-ten/>
8. “Haqsız rəqabət haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu.
<https://e-qanun.az/framework/9475>
9. Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin və fərdi sahibkar təsərrüfatlarının əsas iqtisadi göstəriciləri - 2022. Bakı -2022.
10. “Quş əti istehsalçıları və ixracatçıları Dövlət Xidmətinə müraciət edib”.
<https://report.az/ask/qus-eti-istehsalcilari-ve-ixracatcilari-dovlet-xidmetine-muraciet-edib/>
11. Barrett, C., Reardon, T., Swinnen, J., & Zilberman, D. “Structural Transformation and Economic Development: Insights from the Agri-food Value Chain Revolution”. 2019
<https://www.ers.usda.gov/webdocs/DataFiles/47679/table01.xlsx?v=2945.1>.
12. Bonanno, A., C. Russo and L. Menapace (2018), “Market power and bargaining in agrifood markets: A review of emerging topics and tools”, *Agribusiness*, Vol. 34/1
<https://www.semanticscholar.org/paper/Market-power-and-bargaining-in-agrifood-markets%3A-A-Bonanno-Russo/448f8673d69f7141609c0f7c327e51aec910190e>

13. Boone, J. (2008), “A New Way to Measure Market Competition”, *The Economic Journal*, Vol. 118/531, pp. 1245-1261.
14. Christopher B. Barrett, Thomas Reardon, Johan Swinnen and David Zilberman. “Structural Transformation and Economic Development: Insights from the Agri-food Value Chain Revolution”.
<https://www.canr.msu.edu/resources/structural-transformation-and-economic-development-insights-from-the-agri-food-value-chain-revolution>
15. Collective Bargaining in the Agricultural Sector. By William van Caenegem, Madeline Taylor, Jen Cleary and Brenda Marshall.
<https://www.agrifutures.com.au/wp-content/uploads/publications/15-055.pdf>
16. Competition in Agricultural Markets: An Experimental Approach Lorenzo Casaburi Tristan Reed. September 2017. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2957524
17. Competition Issues in the Food Chain: Possible Measures to Address Buyer Power in the Retail Sector. UNCTAD Discussion Paper 22 September 2014.
https://unctad.org/system/files/non-official-document/tdb61_c01_UNCTAD.pdf
18. Competitive environment
<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095629154>
19. Competitiveness with Equity in Agri-Food Chains
<http://repiica.iica.int/docs/B1837i/B1837i.pdf>
20. De Loecker, J. and F. Warzynski (2012), “Mark-ups and Firm-Level Export Status”, *The American Economic Review*, Vol. 102/6, pp. 2437-2471.
https://www.nber.org/system/files/working_papers/w15198/w15198.pdf
21. Directive (EU) 2019/633 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019.
<https://www.eumonitor.eu/9353000/1/j9vvik7m1c3gyxp/vkxz5yw8I7yw>
22. Economics of Small Scale Dairy Farming in Bangladesh under the Government Support Programme. M. H. Kabir and R. K. Talukder
<https://koreascience.kr/article/JAKO199923443160615.pdf>
23. EU. Pass-Through of Unfair Trading Practices in EU Food Supply Chains. *Methodology and Empirical Application*
<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/5f0116d6-b433-11ea-bb7a-01aa75ed71a1/language-en>
24. EU. Green paper on unfair trading practices in the business-to-business food and non-food supply chain in Europe.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/txt/html/?uri=celex:52013dc0037&from=en>
25. FAO. Competition, market power, surplus creation and rent distribution in agri-food value chains. Background paper for The State of Agricultural Commodity Markets (SOCO) 2020.
<https://www.fao.org/3/cb0893en/CB0893EN.pdf>
26. Farmers’ Bargaining Power and Input Prices: What Can We Learn from Self-Reported Assessments? Agata Malak-Rawlikowska 1, Dominika Milczarek-Andrzejewska and Jan Fałkowski.
https://www.researchgate.net/publication/331226315_Farmers'_Bargaining_Power_and_Input_Prices_What_Can_We_Learn_from_Self-Reported_Assessments

27. Federica Di Marcantonio, Pavel Ciaian, Jan Falkowski. “Contracting and Farmers’ Perception of Unfair Trading Practices in the EU Dairy Sector”.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1477-9552.12388>
28. Food Price Dynamics and Price Adjustment in the EU, edited by Steve McCorrison. Published by Oxford University Press, Oxford, UK, 2015, pp. 194, ISBN: 9780198732396
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1467-8489.12168>
29. 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
30. Inderst R. and Valletti T. “Buyer power and the “waterbed effect””. *Journal of Industrial Economics*, 2011, vol. 59, issue 1, 1-20.
https://econpapers.repec.org/article/blajindec/v_3a59_3ay_3a2011_3ai_3a1_3ap_3a1-20.htm
31. Jens-Peter Loy. “Price transmission and cost pass-through on the German dairy value chain”.
https://econpapers.repec.org/article/urlizvest/v_3a22_3ay_3a2021_3ai_3a3_3ap_3a84-102.htm
32. Kuijpers, R., & Swinnen, J. “Value chains and technology transfer to agriculture in developing and emerging economies”. *American Journal of Agricultural Economics*, 201698 (5), 1403-1418. <https://doi.org/10.1093/ajae/aaw069>
33. Kirkwood, J.B. “Buyer power and exclusionary conduct: should Brooke Group set the standards for buyer-induced price discrimination and predatory bidding?”
<https://www.researchgate.net/signup.SignUp.html>
34. Lauren Falcao Bergquist. “Pass-through, Competition, and Entry in Agricultural Markets: Experimental Evidence from Kenya”, 2016
https://economics.yale.edu/sites/default/files/bergquist_jmp.pdf
35. Maertens, M., Minten, B., & Swinnen, J. Modern. “Food Supply Chains and Development: Evidence from Horticulture Export Sectors in Sub-Saharan Africa”. *Development Policy Review*, 202130 (4), 473–497. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7679.2012.00585.x>
36. “Market and competitiveness analysis of the Azerbaijan agricultural sector: an overview”, Siemen van Berkum (Wageningen Economic Research), August 2017.
<https://edepot.wur.nl/450210>
37. Methods of competitiveness assessment of agricultural enterprise in Eastern Europe.
<https://ideas.repec.org/a/hrs/journal/vixy2017i2p231-242.html>
38. OECD. Concentration in Seeds Markets POTENTIAL EFFECTS AND POLICY RESPONSES <https://seedinnovation.ca/wp-content/uploads/2019/01/OECD-Concentration-in-Seed-Markets.pdf>
39. OECD. Competition Issues in the Food Chain Industry, 2013.
<https://www.oecd.org/daf/competition/CompetitionIssuesintheFoodChainIndustry.pdf>
40. OECD. Methodologies to Measure Market Competition.
<https://www.oecd.org/daf/competition/methodologies-to-measure-market-competition-2021.pdf>
41. Pavel Vavra, Barry K. Goodwin. “Analysis of Price Transmission Along the Food Chain”.
www.oecdilibrary.org/docserver/752335872456.pdf?expires=1666870858&id=id&acname=guest&checksum=94969B7316468E8CB3AB9EF250A9EA25
42. Perekhozhuk Oleksandr, Glauben Thomas, Grings Michael, Teuber Ramona. “Approaches and methods for the econometric analysis of market power: a survey and empirical comparison”, 2016.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/joes.12141>

43. Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the State of the transposition and implementation of Directive (EU) 2019/633 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on unfair trading practices in business-to-business relationships in the agricultural and food supply chain.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52021DC0652>
44. Reardon, T., S. Henson, and J. Berdegue. "Proactive Fast-Tracking" Diffusion of Supermarkets in Developing Countries: Implications for Market Institutions and Trade, *Journal of Economic Geography*, 2007. 7(4): 1-33;
45. Reardon, T., C.P. Timmer, B. Minten. 2012. "The Supermarket Revolution in Asia and Emerging Development Strategies to Include Small Farmers". *PNAS: Proceedings of the National Academy of Science of the USA*. 109 (31), July 31: 12332-12337.)
46. Reardon T., Zilberman D., "Symbiotic, resilient, and rapidly transforming food supply chains in LMICs: supermarket and e-commerce revolutions helped by wholesale & logistics co-pivoting Paperfor". NBER March 6, 2022
<https://www.nber.org/system/files/chapters/c14633/c14633.pdf>
47. Richard J. Sexton. "Market power, misconceptions, and modern agricultural markets".
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1093/ajae/aas102>
48. "Unfair Trade Practices in the Food Supply Chain: Defining the Problem and the Policy Issues," in F. Di Marcantonio and P. Ciaian eds. *Unfair Trading Practices in the Food Supply Chain*, European Commission, JRC Technical Reports, Luxembourg: European Union, 2017.
https://arefiles.ucdavis.edu/uploads/filer_public/c2/b5/c2b5f162-167b-48cd-9774-1785248eca7c/sextoncv8-11-18_nl.pdf
49. Spot Market
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/trading-investing/spot-market>
50. Unfair trading practices in the food supply chain: A literature review on methodologies, impacts and regulatory aspects, December 2017.
https://www.researchgate.net/publication/331226315_Farmers'_Bargaining_Power_and_Input_Prices_What_Can_We_Learn_from_Self-Reported_Assessments_and_Trade_Specialist
51. Unfair trading practices in the food chain. The European Union strengthens farmers' position in the food supply chain, tackling unfair trading practices.
https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/agri-food-supply-chain/unfair-trading-practices_en#:~:text=The%20EU%20Directive%202019%2F633,apply%20it%20six%2
52. Vlatka Butorac Malnar, Mihaela Braut Filipovic, Antonija Zubovic. "Rethinking unfair trading practices in agriculture and food supply chain".
<https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/ecliv/article/view/18812>
53. Waterbed theory. https://en.wikipedia.org/wiki/Waterbed_theory
54. What Is Bargaining Power in Business?
<https://pestleanalysis.com/bargaining-power-in-business/>
55. Конкурентная политика в Восточной Европе и Центральной Азии.
<https://www.oecd.org/daf/competition/oecd-gvh-newsletter15-july2020-ru.pdf>

Prof. Dr., H.A. Khalilov
Agricultural Research Center, adviser to the director

S.I. Hajiyeva
Agricultural Research Center, head of Analytics Department
Ph.D. student of the Agricultural Research Center

N.F. Gasimova
Agricultural Research Center, senior specialist

**Characteristics of the competition in the market of agricultural products
in the conditions of the transition to the modern value chain**

Abstract

The article discusses the features of market structures in agro-food systems in modern conditions and their impact on the competitive environment. The main attention is paid to the disclosure of features in competitive conditions and mechanisms due to the development of value chains (supply chains), especially the transition to a modern value chain. The main directions of the influence of transformations in the value chain on competition at the horizontal and vertical levels in the agri-food system are explained. Along with this, the role of the application of regulation of unfair trade practices in the agricultural supply chain is being assessed.

Keywords: *agricultural products market, market structure, competition, competitive environment, modern value chain, unfair trade practices.*

Д.э.н., профессор, Г.А. Халилов
Центр аграрных исследований, советник директора

С.И. Гаджиева
Центр аграрных исследований, директор Департамента аналитики
Докторант Центра аграрных исследований

Н.Ф. Гасимова
Центр аграрных исследований, главный специалист

**Особенности конкурентной среды на рынке сельскохозяйственной продукции
в условиях перехода к современной цепочке стоимости**

Резюме

В статье рассматриваются особенности рыночных структур в агропродовольственных системах в современных условиях и их влияние на конкурентную

среду. Основное внимание уделяется раскрытию особенностей в конкурентных условиях и механизмах, обусловленных с развитием цепочек создания стоимости (поставок), особенно переходом к современной цепочке создания стоимости. Объяснены основные направления влияния преобразований в цепочке создания стоимости на конкуренцию на горизонтальном и вертикальном уровнях в агропродовольственной системе. Наряду с этим проводится оценка роли применения регулирования недобросовестной торговой практики в цепочке поставок сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: *рынок сельскохозяйственной продукции, структура рынка, конкуренция, конкурентная среда, современная цепочка создания стоимости, недобросовестная торговая практика.*