

AQROBİZNES MƏHSULLARININ REALLAŞDIRILMASI SİSTEMİNİN OPTİMALLAŞDIRILMASININ ZƏRURİLİYİ

Aytən Şükürova

Azərbaycan Kooperasiya Universiteti, Bakı, Azərbaycan
e-mail: Shukurovaayten@mail.ru

Xülasə. Məqalədə rəqabət şəraitində kənd təsərrüfatı müəssisələrinin məhsulların reallaşdırılması prosesində qarşılaşdıqları daşınma, saxlanma, loqistik xidmət və s. kimi problemlərə baxılmışdır. Araşdırmalar nəticəsində aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılmasının idarə edilməsi sisteminin optimallaşdırılmasının zəruriliyi əsaslandırılmış, aparılma alqoritmləri təsvir edilmiş və bu sistemin əmtəlik meyarları müəyyən edilmişdir.

Açar sözlər: kənd təsərrüfatı, aqrobiznes, realizasiya, satış sistemi, modelləşdirmə, optimallaşdırılma.

THE NEED TO OPTIMIZE THE IMPLEMENTATION SYSTEM AGRIBUSINESS PRODUCTS

Aytan Shukurova

*Azerbaijan Cooperation University,
Baku, Azerbaijan*

Abstract. The paper deals with the problems faced by agricultural enterprises with delivery, storage, logistics services, etc. in the process of selling products in a competitive environment. As a result of the analysis, the issues of the need to optimize the management system for the sale of agribusiness products, as well as its implementation algorithms and the main criteria for the effectiveness of this system, are substantiated.

Keywords: Agriculture, agribusiness, implementation, system, marketing, optimization, modeling.

НЕОБХОДИМОСТЬ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ АГРОБИЗНЕСА

Айтен Шукюрова

*Азербайджанский Университет Кооперации
Баку, Азербайджан*

Резюме. В статье рассматриваются проблемы с которыми сталкиваются сельхозпредприятий как с доставкой, хранение, логистических услуг и др. в процессе реализации продукции в условиях конкуренции. В результате анализа обосновано вопросы необходимость оптимизации система управления реализации продукции агробизнеса, а также ее алгоритмы проведение и основные критерия эффективности этого система.

Ключевые слова: Сельское хозяйства, агробизнес, реализации, система, сбыта, оптимизация, моделирование.

1. Giriş

Məlum olduğu kimi kənd təsərrüfatı məhsullarının istehlakı əhalinin həyat təminatı sisteminin tərkib hissəsidir. Məhz bu səbəbdən, rəqabət şəraitində məhsulların reallaşdırılması probleminin həlli ölkəmizin aqrar sektoru qarşısında çox kəskin qoyulmuşdur.

Dünya təcrübəsi və Azərbaycan alimlərinin apardıqları araşdırmalar göstərir ki, aqrar məhsul istehsalçıların məhsulların reallaşdırılması sisteminin səmərəli təşkilində satış kanallarının optimal seçilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Buna baxmayaraq, bu məsələ hətta nisbətən səmərəli fəaliyyət göstərən kənd təsərrüfatı müəssisələri, fərdi sahibkar, ailə kəndli və ev təsərrüfatlarının təcrübəsində belə, bir qədər formal və ya təxmini həll edilir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, müasir şəraitdə aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sistemi onların istehsaldan istehlaka hərəkətinin idarə edilməsinin optimallaşdırılması daxilində qarşılıqlı əlaqədə olan elementlərin məcmusunu özündə əks etdirir.

Hal-hazırda aqrar sahə bütün dünyada olduğu kimi, ölkəmizdə də daha rəqabətqabiliyyətli sahələrdən biri hesab edilir. Son illər həmin sahə məhsullarının reallaşdırılması sistemində mühüm keyfiyyət dəyişiklikləri baş vermişdir. Bu bilavasitə dövlət sahibkarlığına əsaslanan, mərkəzləşdirilmiş qaydada satışın idarə edilməsi sistemi-“Aqrar Tədarük və Təchizat” Açıq səhmdar cəmiyyəti vasitəsilə dövlət büdcəsi vəsaiti hesabına məhsulların dövlət müəssisə və təşkilatlarına satınalınışı və reallaşdırılması, ixrac və digər birbaşa strukturlarda öz əksini tapmışdır. Apardığımız araşdırmaların ilkin mərhələsində məlum olmuşdur ki, ölkədə istehsal edilən aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin təşkilində yaranan problemlər əsasən məhsul istehsalçılarının mükəmməl satış strategiyasının və optimal satış kanalları sisteminin olmaması, problemlər əsasən qiymətyaranma sistemində bəzi mövcud nöqsanlar, satış infrastrukturunun və onun modernləşdirilməsinin zəif inkişafı, “istehsal-istehlak” zəncirində səmərəsiz qarşılıqlı əlaqələr və s. səbəbindən yaranır. Məhz bu və ya digər səbəblərdən aqrar məhsul istehsalçılarının satışdan əldə etdikləri mənfəətləri azalır və onları məhsulların saxlanması ilə bağlı baza yaradılması üçün defisit resurs istehsalından yayındırır. Bu, əsasən istehlakçıların aqrar məhsullara, onların keyfiyyətinə və uyğun olaraq istehsal-satış prosesinə yüksək tələbləri şəraitində baş verir.

İnkişaf etmiş xarici ölkələrin kənd təsərrüfat bazarları məhsulların reallaşdırılmasının səmərəli sistemə malikdir. Ümumiyyətlə, qeyd etmək lazımdır ki, rəqabət şəraitində aqrar məhsulların reallaşdırılması sisteminin səmərəli təşkili həm inkişaf etmiş satış strukturunun mövcudluğu, həm də onun optimallaşdırılmasının geniş tətbiqi ilə şərtlənir. Bu sistemin optimallaşması prinsiplərinin öyrənilməsi, fəaliyyətinin əsasları və inkişaf istiqamətləri ölkədə kənd təsərrüfatı məhsullarının reallaşdırılmasının strategiya və taktikasının hazırlanması üçün olduqca çox aktualdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə aqrar məhsulların reallaşdırılmasının optimallaşdırılması məsələləri həm ayrı-ayrı məhsul istehsalçıları, həm də fərqli regionlar və məhsullar səviyyəsində hələ də bütünlükdə həll edilməmişdir.

Bu, pandemiya və işğaldan azad edilmiş ərazilərimiz bərpası şəraitində ölkədə aqrar sahənin inkişafı, əhalinin ərzaq təminatı və satış infrastrukturunun yaxşılaşdırılması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Apardığımız araşdırmalar göstərir ki, aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması sərt bazar və rəqabət şəraitində məhsul istehsalçılarının rəqabət qabiliyyətini təmin etməyə qadirdir.

Beləliklə, qeyd edilənləri ümumiləşdirərək belə nəticəyə gəlmək olar ki, apardığımız tədqiqatlardan məqsəd aqrar bazarda məhsulların rəqabətqabiliyyətinin artırılması və onun səmərəliliyinin yüksəldilməsini təmin edən kənd təsərrüfatı məhsullarının reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılmasının zəruriliyini müəyyən etməkdən ibarətdir.

2. Satışın optimallaşdırılmasının ilkin şərtləri

Məlum olduğu kimi, aqrar sahəyə davamlı dövlət dəstəyi, daxili istehsal hesabına təhlükəsizliyi və əhalinin etibarlı ərzaq təminatı ölkəmizin iqtisadi təhlükəsizliyinin əsas komponentlərindən biri kimi qarşıya qoyulmuş hədəflərdən hesab edilir.

Ölkəmizdə aqrar məhsullar bazarının inkişafında nühum rolunu olan kənd təsərrüfatı istehsalının artırılması, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, sənayenin xammalla təminatının yaxşılaşdırılması, idxalın azaldılması və ixracıya yönümlü məhsulların həcmində genişləndirilməsində satış sisteminin səmərəli təşkilinin olduqca böyük rolunu vardır. Sərt rəqabət şəraitində satışın idarə edilməsinin başlıca vəzifəsi aqrar məhsul istehsalçılarının bazarda üstün payının saxlanılması və qorunmasını təmin etmək, eyni zamanda rəqiblər üzərində üstünlüyə nail olmaqdan ibarətdir.

Qeyd edilənləri ümumiləşdirərək belə nəticəyə gəlmək olar ki, müasir rəqəmsallaşma şəraitində məhsulların reallaşdırılması sistemini bu və ya digər bölgü funksiyalarını yerinə yetirən, müəyyən təşkilati-hüquqi və iqtisadi xarakterli satış subyekti proseslərinin məcmusu kimi başa düşmək olar.

Bununla yanaşı, apardığımız araşdırmaların nəticələri həm də təsdiq edir ki, aqrqbiznesin inkişafı, məhsulların reallaşdırılması sisteminin institusional mexanizminin formalaşması, məhsul istehsalçıların satış strategiyasının hazırlanması, infrastrukturun modernləşdirilməsi və məhsulların reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması ölkəmizin idxaldan asılılığını azaltmağa, əhalinin yoxsulluq səviyyəsinin minimuma enməsinə, əmək qabiliyyətli əhalinin iqtisadi fəallığının yüksəldilməsinə imkan verəcəkdir.

Ekspertlər hesab edir ki, *“Məhsulların satışının optimallaşdırılması minimum məsrəflə maksimum mənfəət əldə etməyə, eyni zamanda yüksək məhsul istehsalına imkan verir”* [4]. Sahə mütəxəssislərinin elmi cəhətdən əsaslandırılmış bu fikirləri ilə razılaşmamaq mümkün deyil. Çünki, müasir şəraitdə aqrqbiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin səmərəli təşkili məhsul istehsalçıların əsas problemlərindən biridir.

Ölkənin daxili bazarında kəskinləşən rəqabət və yeni bazara daxil olmaq cəhdi mövcud istehlakçıları qoruyub saxlamaq və yenilərini bazara cəlb etmək məqsədilə satış sisteminin optimallaşdırılmasını aqrar məhsul istehsalçıların qarşısında mühüm vəzifə kimi qoyur. Məhz buna görə də fikrimizcə, aqrar müəssisələrdə məhsulların reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması bir sıra səbəblərdən zəruridir.

- rəqabət səviyyəsinin yüksək olması;
- məhsulların reallaşdırılmasının obyektiv proqnozuna imkan verməyən bazarın və rəqiblərin təhlilinin olmaması;
- reallaşdırılmadan əldə edilən mənfəətin həcmində azalması;
- istehlakçılar üzrə informasiyanın ümumiləşdirilməsi və təhlilində sistemli yanaşmanın olmaması;
- məhsulların reallaşdırılmasının dəqiq təxirəsalınmaz mexanizmlərinin olmaması;

Həzərə almaq lazımdır ki, hal-hazırda çoxlu sayda kənd təsərrüfatı müəssisələrinin qarşısında yeni istehlakçıları cəlb etmək və yeni bazarlara daxil olmaq məqsədilə aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması vəzifələri durur. Bu vəzifələrin həlli hətta sabit fəaliyyət göstərən aqrar müəssisələr üçün də zəruridir.

İnkişaf etmiş ölkələrin “ağıllı kənd təsərrüfatı” rəqəmsal platforması çərçivəsində fəaliyyət göstərən məhsul istehsalçılarının dünya və ümumiləşdirilmiş təcrübəsi təsdiq edir ki, məhsulların reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması əsasən mövcud bölgü kanallarının təhlili, optimallaşma üçün zəruri tədbirlərin hazırlanması, proqramın tətbiqi və həyata keçirilməsi mərhələləindən ibarət olmalıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, son vaxtlar ölkəmizdə aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminə xaric mühit amillərinin təsiri xeyli dərəcədə güclənmişdir. Məhz bu səbəbdən də aqrar müəssisələrin satış fəaliyyətinin səmərəliliyi xarici mühitdəki dəyişikliyə reaksiyanın adekvat olmasından və onun qeyri-müəyyənlik dərəcəsindən asılıdır. Problemin həllinin zəruriliyini nəzərə alan Rusiyalı iqtisadçı alim, professor İ.A.Avdonina “Taxılçılıq sahəsində gəlirliliyin artırılması məqsədilə satış kanallarının optimallaşdırılması” adlı elmi məqaləsində aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılmasının formalaşdırılması və optimallaşdırılmasının zəruriliyini əsaslandıraraq göstərmişdir ki, “...*bu vəzifələrin həllində satış kanallarının optimallaşdırılması mühüm rol oynayır*” [1]. Alimin bu fikri onu deməyə əsas verir ki, rəqabət şəraitində kənd təsərrüfatı məhsullarına istehlakçıların tələbinin ödənilməsi aqrar müəssisələrin satış sisteminin optimallaşdırılması strategiyasının hazırlanmasında başlıca şərtlərdən biridir.

Beləliklə, zəngin iqtisadi-zəruri informasiya mənbələrinə və iqtisadçı alimlərin apardıqları tədqiqatların nəticələrinə əsaslanaraq apardığımız araşdırmalarla aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılmasının praktiki olaraq aşağıdakı mərhələlər üzrə aparılmasının məqsədəuyğunluğu müəyyən edilmişdir. (Şəkil).



Şəkil 1. Aqrar müəssisələrdə məhsulların reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması prosesləri

Şəkildən görüldüyü kimi, aqrar məhsulların reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılmasının əsas mərhələləri satışın mövcud vəziyyətinin optimallaşdırılma

tədbirlərinin hazırlanması (satışın planlaşdırılması, vasitəçilərin seçilməsi, müqavilələrin bağlanması, satışın stimullaşdırılması və digər istiqamətlər) və onların tətbiqindən ibarətdir. Burada məhsulların reallaşdırılması sisteminin planlaşdırılması özü də istehsal edilən məhsulların növü (çeşidi) və ərazi üzrə iki əsas istiqamətdə həyata keçirilir. Qeyd etmək lazımdır ki, satışın planlaşdırılması ölkədə iqtisadi və siyasi vəziyyət, inflyasiya səviyyəsi, gömrük şəraiti və digər xarici amillərə təsir göstərə bilən tələbin perspektiv həcmi müəyyən etməyə imkan verir.

Apardığımız araşdırmalardan məlum olduğu kimi, məhsulların reallaşdırılmasının çoxsəviyyəli kanalının əsas elementi və optimallaşma proqramının hazırlanması istiqamətlərindən biri vasitəçilərdir. Onların geniş şəbəkəyə malik olması məhsulların istehsaldan istehlaka hərəkəti prosesində və ya reallaşdırılmasında məhsul istehsalçılarına geniş imkanlar yaradır.

Aparılan tədqiqatlar göstərir ki, hər bir istehsalçı üçün onun məhsullarının reallaşdırılması sisteminin strukturunun optimal həllini tapmaq mümkündür. Bu onu deməyə əsas verir ki, müasir İKT və rəqəmsallaşma şəraitində satışın hər bir ayrıca kanalını və ya bütünlüklə reallaşdırılma sisteminin tam strukturunu optimallaşdırmaq olar. Bunun üçün ilk növbədə aqrobiznes məhsullarına tələbin sabit səviyyəsini saxlamaq məqsədilə daimi və potensial istehlakçılara daha zəruri dəqiq informasiya vermək lazımdır.

3. Aqrar məhsulların reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması

Aqromarketinqin və aqrobiznesin nəzəri əsaslarına görə, kənd təsərrüfatında məhsullarının reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması (səmərəliliyi) əsasən məhsul istehsalçılarının satış siyasətinin seçilməsi və strategiyasının hazırlanması dövründən hesablanır. Bu onunla əsaslandırılır ki, aqrobiznesdə məhsulların reallaşdırılması strategiyasının formalaşdırılması satış sistemi kanallarının bütün mümkün elementlərindən ardıcıl seçimlə sıx əlaqədardır. Aparduğumuz araşdırmaların nəticəsi olaraq demək olar ki, aqrar məhsulların reallaşdırılması sisteminin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində əvvəlcə satış kanallarının əsas elementi olan vasitəçilərdən istifadənin məqsədəuyğunluğu məsələsi həll edilməlidir. Çünki, beynəlxalq təcrübə əsasən, satış kanallarında vasitəçilərin geniş şəbəkəyə malik olması istehsalçılara öz məhsullarını reallaşdırılmaqda böyük köməklik göstərir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, bir çox aqrar məhsul istehsalçıları üçün vasitəçilik xidmətindən istifadə məhsulların istehsaldan istehlakçıya optimal hərəkətinin zəruri şərtidir. Odur ki, mövcud şəraitdə satış sisteminin optimallaşdırılması yalnız kənd təsərrüfatın məhsulları bazarında çoxlu sayda vasitəçilərin olması ilə mümkün ola bilər. Bu baxımdan, fikrimizcə, məhsulların reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması vəzifələrinin həlli üçün onların hərəkəti sisteminin bütün həlqələrinə nəzarəti təmin etmək lazımdır. Məhz bu səbəbdən məhsulların reallaşdırılması sisteminin optimal variantının seçilməsində tez xarabolan kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalçılara minimum vaxtda çatdırılması, servis xidmətinin

maksimum səviyyəsi, reallaşdırılmadan əldə edilən mənfəətin maksimum həddi və minimum xərclər nəzərə alınmalıdır.

Ümumiyyətlə, apardığımız tədqiqatların nəticəsi olaraq qeyd etmək lazımdır ki, aqröz biznesdə məhsulların reallaşdırılması sisteminin strukturunun optimallaşdırılmasında iki daha mühüm məsələ-optimallaşma meyarının seçilməsi və analitik təhlil, həmçinin məhdudluğun (bəzi qida məhsullarının saxlanması vaxtı) seçilməsi meydana çıxır. Başqa sözlə, elmi araşdırmalarımız təsdiq edir ki, optimallaşma meyarının seçilməsi aqrar məhsulların reallaşdırılması sisteminin xüsusiyyətlərinə və onun fəaliyyətinin nəticələrinə xeyli təsir göstərir. Satış sistemi bütünlükdə iqtisadi və texniki göstəricilərlə xarakterizə olunur və keyfiyyəti isə yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, səmərəlilik göstəriciləri ilə qiymətləndirilir. Bunlarla yanaşı, aqrar müəssisələrdə məhsulların reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılması proqramının hazırlanmasında istehsalçı-istehlakçı zəncirində müqavilələrin bağlanması qaydası, satışın stimullaşdırılması sistemi (istehlakçıların, topdan və pərakəndə ticarətin, həmçinin məhsul istehsalçılarının özlərinə məxsus tədarük-satış personalının) və s. zəruriliyini qeyd etməmək olmaz. Bütün bunlar öz növbəsində istehlakçılara xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsinə, istehsalçı-istehlakçı zəncirində xərclərin minimuma endirilməsinə və son nəticədə aqrar məhsulların reallaşdırılması sisteminin səmərəliliyinin yüksəldilməsinə imkan verəcəkdir.

Rusiyalı iqtisadçı alimlər, V.Nerayev və N.Kravçenko özlərinin “Taxılçılıq təsərrüfatında konyunktura və iqtisadiyyat” adlı elmi məqalələrində optimal-satış kanallarının seçilməsinin aqrar bazarda rolunu qeyd edərək göstərir ki, *“kənd təsərrüfatı məhsul istehsalçıları öz istehsallarını bazara yönəldərək istehsal vəzifələrinin həlli ilə yanaşı, kənd təsərrüfatı məhsullarının reallaşdırılmasının səmərəli kanallarının axtarışını da aparmağa borcludurlar”* [2, s.48].

Zəngin iqtisadi ədəbiyyat mənbələrinə əsaslanaraq apardığımız araşdırmaların nəticəsi təsdiq edir ki, aqrar müəssisələrin satış fəaliyyətinin optimallaşdırılmasını ilkin və formal məsələlərin qoyuluşu, həmçinin onların həll metodlarının hazırlanması kimi ardıcıl tədbirlərin görülməsi vasitəsilə həyata keçirmək olar. Nəhayət araşdırdığımız araşdırmaların nəticəsi olaraq demək olar ki, aqrar məhsulların reallaşdırılması fəaliyyətinin planlaşdırılmasında optimallaşdırılma meyarlarının müəyyən edilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Rusiyalı iqtisadçı alim M.V.Umanskayanın “Müəssisədə satış sisteminin optimallaşdırılması” elmi məqaləsində təklif etdiyi optimallaşdırılma meyarının qiymətləndirilməsi metodunun [5] aqrar sferada məhsulların reallaşdırılması sisteminin tətbiqi əsasında optimallıq meyarına (F) marjinal mənfəət, yəni reallaşdırılmadan daxilolma və istehsalla əlaqədar sərf edilən xərclər arasındakı fərq üzrə maliyyə amili kimi baxmaq olar.

$$F(S_i^j, P_i^j, Q_i^j) = \sum_{i,j}^n (R_i^j \times S_i^j) - \sum_{i,j}^n (L_i^j \times P_i^j) - \sum_{i,j}^n (M_i^m \times Q_i^m) \rightarrow \max, \quad (1)$$

burada,

S_i^j - i-ci dövrdə j-ci məhsulun reallaşdırılan həcmi;

P_i^j - i-ci j-ci məhsulun istehsal həcmi;

Q_i^j - i-ci dövrdə tədarük edilən m-ci materialının həcmi;

R_i^j - məhsul vahidinin qiyməti;

L_i^j - ödənilən əmək haqqı;

M_i^j - məhsulun istehsalında istifadə edilən materialın qiyməti;

i - planlaşdırılan dövr;

j - məhsulun nömrəsi;

m - məhsul istehsalına sərf edilən (istifadə edilən) materialın nömrəsi.

Nəzərə almaq lazımdır ki, kənd təsərrüfatı məhsul istehsalçılarının istehsal etdikləri məhsulun saxlanması üçün sərf edilən məsrəflər bəzən reallaşdırılma ilə əlaqədar xərclərin ümumi məbləğində çox da böyük xüsusi çəkiyə malik olmur. Odur ki, qeyri-istehsal xərclərinin azaldılması məqsədilə ayrı-ayrı növlərinin anbarda saxlanması ilə əlaqədar əməliyyatları optimallaşdırmaq iqtisadi cəhətdən çox zəruridir. Bu halda, kənd təsərrüfatı məhsullarının reallaşdırılması sisteminin optimallaşma meyarı kimi, məhsulların anbarda saxlanmasının maksimum təminatlı məsrəflərini ($M_{təm.}$) seçmək məqsəduyğundur.

$$M_{təm.} = M_c + x\sigma xK_\alpha \rightarrow \min, \quad (2)$$

burada,

M_c - nəzərdə tutulan dövr ərzində anbarda məhsulun saxlanması üçün sərf edilən orta məsrəflər;

σ - məhsulun saxlanması üçün sərf edilən məsrəflərin orta kvadrat kənarlaşması;

K_α - təminat (qarantıya) səviyyəsindən asılı olan kvantil.

Deməli, apardığımız araşdırmalardan göründüyü kimi, texnoloji proseslərin, eyni zamanda birbaşa müşahidə və tədqiqat üçün əlverişsiz olan obyektlərin öyrənilməsində modelləşdirmə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu həmişə məqsədli istiqamətə və konkret metoda malikdir. Xətti proqramlaşdırma modeli (optimallaşdırma məsələsi) əsasən planlaşdırılan məsələlərin həllində geniş tətbiq edilir.

Beləliklə, aradığımız araşdırmaların nəticəsi olaraq qeyd edə bilərik ki, aqrobiznes məhsullarının reallaşdırılması sisteminin optimallaşdırılmasının zəruriliyi məhsul istehsalçılarına imkan verir ki, özlərinin rəqabət üstünlüyünü artırınsınlar və maksimum mənfəəti təmin edən satış strategiyasının seçilməsi və s. əsasında optimal reallaşdırılma strategiyasının qurulması prosesi və seçilməsini formalaşdırsınlar.

Ədəbiyyat

1. Авдони́на И.А. (2015), Оптимизация каналов сбыта в целях роста доходности зерновой отрасли, Научно-методический электронный журнал «Концепт», Т.13-с. 1836-1840 URL: [http:// e-koncept.ru/2015/85368 htm](http://e-koncept.ru/2015/85368.htm).
2. Нераев В., Кравченко Н. (2013), Конъюнктура и экономика зернового хозяйства. Экономика сельского хозяйства России, № 10, с. 46-55.
3. Совершенствование системы сбыта в агропродовольственной сфере: Теория, методология, практика, В.Г.Гусаков [и др.] – Минск: Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси 2010, 252 с.
4. Управление сбытом продукции: [Электронный ресурс] [usu.kz/upravlenie.sbytom - produktsii/php](http://usu.kz/upravlenie.sbytom-produktsii/php)
5. Уманская М.В. Оптимизация системы сбыта предприятия. Вестник Саратовского Гос.Тех.Унив-та, Саратов, 2006.