



Azərbaycanda Qoyunçuluq üzrə Dəyər Zəncirinin İnkişafı 2025-Cİ İLƏ BAXIŞ



BMT-nin Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatı (FAO)
Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi



Müəlliflər

Mita Pancabi Mehta, Dəyər Zəncirinin İnkişafı üzrə beynəlxalq məsləhətçi, FAO

Minnətdarlıq

Hesabatın hazırlanmasına xanım Stepanka Qallatova (Aqröbiznes üzrə məsul şəxs, FAO Roma) və Dr. Eran Rayzman (Heyvanların Sağlamlığı və Heyvandarlıq Məhsulları üzrə Baş Mütəxəssis, Şərqi Avropa və Mərkəzi Asiya, FAO Budapeşt) böyük töhfə vermişdir.

Bu tədqiqat işinin aparılmasında göstərdiyi dəstəyə görə FAO-nun Azərbaycan nümayəndəliyinə, xüsusilə də xanım Mələk Çakmaka (FAO-nun Azərbaycandakı nümayəndəliyinin rəhbəri) xüsusi minnətdarlığımızı bildiririk. Məlumat toplama ilə məşğul olan bütün müsahibə götürən şəxslərə və sorğuda iştirak etdiyinə görə dəyər zəncirinin bütün iştirakçılarna öz dərin minnətdarlığımızı bildirirəm.



MÜNDƏRİCAT

ABBREVIATURALAR.....	5
İCRA XÜLASƏSİ.....	6
1. GİRİŞ.....	13
1.1 TƏDQIQATIN APARILMASINA EHTİYAC	13
1.2 Məqsədlər və metodologiya	14
1.3 Azərbaycanda qoyunçuluq sektorunun icmalı	16
2. SON BAZARIN TƏHLİLİ.....	21
2.1 Dünya bazarı	21
2.2 Avropa İttifaqı və Yaxın Şərq bazarları	23
2.3 Qoyun əti üçün regional bazar (MDB ölkələri)	24
2.4 Yerli bazarda quzu ətinə mövcud və potensial tələbat.....	27
3. QUZU ƏTİ ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN TƏHLİLİ.....	29
3.1 Dəyər Zəncirinin xəritəsinin hazırlanması.....	29
3.2 İstehsalat təcrübəsi	31
3.3 Diri qoyunlar üçün paylama kanalları.....	39
3.4 Kəsim, emal və pərakəndə satış	42
3.5 Marjalar.....	43
3.6 Qoyunçuluq sektoruna dair siyasət və sektora institusional dəstək	44
3.7 Quzu əti üzrə dəyər zəncirinin ümumi qiymətləndirilməsi.....	48
4. YUN ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN TƏHLİLİ.....	54
4.1 Azərbaycanda yun bazarının icmalı	54
4.2 Azərbaycan xalçaları üçün mövcud və potensial bazar	54
4.3 Yun/xalça üzrə dəyər zəncirinin fəaliyyəti	55
4.4 Yun/xalça üzrə dəyər zəncirinin qiymətləndirilməsi	57
5. QOYUN PENDİRİ ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN TƏHLİLİ.....	59
5.1 Qoyun pendiri sektorunun icmalı.....	59
5.2 Pendir üçün mövcud və potensial bazar.....	59
5.3 Pendir üzrə dəyər zəncirinin fəaliyyəti	59
5.1 Pendir üzrə dəyər zəncirinin qiymətləndirilməsi	61
6. QOYUNÇULUQ SEKTORUNUN İNKİŞAFINA BAXIŞ	62
7. QOYUNÇULUQ SEKTORUNUN İNKİŞAFINA BAXIŞ - STRATEJİ FƏALİYYƏT.....	
İSTİQAMƏTLƏRİ.....	67
ƏLAVƏLƏR.....	75

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Məlumat toplama detalları.....	15
Cədvəl 2: Ev təsərrüfatlarının tədqiqinə dair seçmə yanaşma	16
Cədvəl 3 Aİ-də aparıcı qoyun əti idxalçıları (2018)	23
Cədvəl 4 Aİ-də aparıcı qoyun əti idxalçıları (2018)	24
Cədvəl 5: Ət istehlakı və adambaşına istehlak	27
Cədvəl 6: Bakı şəhəri əhalisinin kənd təsərrüfatı məhsullarının alınması kanallarının strukturu	28
Cədvəl 7: Qoyun sürüsü sahiblərinin profili	32
Cədvəl 8: Fermerlər tərəfindən quzu satışının detalları	40
Cədvəl 9: Qoyun istehsalı təcrübələrinin qiymətləndirilməsi.....	49
Cədvəl 10: Diri qoyun satışı və emalının ümumi qiymətləndirilməsi	50
Cədvəl 11: Siyasi iqlimin və institusional dəstəyin qiymətləndirilməsi.....	52
Cədvəl 12: Azərbaycanda yun/xalça üzrə dəyər zəncirində problemlər.....	58
Cədvəl 13: Dəyər zəncirinin təhlili - Pendir (İstehsalı/Satışı/Emalı/Pərakəndə satışı).....	61

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1: Azərbaycanda qoyunların fermalar üzrə paylanması	18
Şəkil 2: Azərbaycanda qoyun populyasiyası və qoyun kəsimi (2000-2018).....	18
Şəkil 3: Azərbaycanda qoyun əti, südü və yununun istehsalı (2000-2017).....	19
Şəkil 4: Azərbaycanda yem bitkilərinin əkini (2000-2018).....	19
Şəkil 5: Azərbaycanda qoyun və keçilərin diri və kəsim çəkisi (2000-2018)	20
Şəkil 6: Aparıcı ölkələrdə qoyun populyasiyası (2017).....	21
Şəkil 7: Qoyun əti istehsalı üzrə aparıcı ölkələr (2017).....	21
Şəkil 8: Qoyun əti ixracı üzrə aparıcı ölkələr (2018).....	22
Şəkil 9: Qoyun əti idxalı üzrə aparıcı ölkələr (2018).....	22
Şəkil 10: MDB regionunda qoyun populyasiyası (2017)	25
Şəkil 11: MDB regionunda ət istehsalı (2017)	25
Şəkil 12: MDB regionunda diri qoyun ixracı (2016-2018)	26
Şəkil 13: MDB regionundan diri qoyun ixracı (2016-2018)	26
Şəkil 14: MDB regionundan qoyun əti ixracı (2016-2018).....	26
Şəkil 15: Qoyunların dəyər zənciri boyunca hərəkəti.....	29
Şəkil 16: Damazlıq üçün yüksək keyfiyyətli qoçlardan istifadə edən maldarların faizi.....	33
Şəkil 17: Qoyunlar üçün yem mənbəyi.....	34
Şəkil 18: İlin istənilən vaxtında qoyunlar üçün yem və su çatışmazlığı ilə üzləşən maldarların faizi	34
Şəkil 19: Fermadan ən yaxın baytarlıq məntəqəsinə qədər olan məsafə	36
Şəkil 20: Qoyunlarını peyvənd etdirən və qurddan təmizləmə (degelmintizasiya) aparən maldarların faizi	36
Şəkil 21: Tibbi yardım almaq üçün ilk əlaqələndirici şəxs.....	36
Şəkil 22: Vaksinasıya xidməti təminatçısı və Şəkil 23: Qurddan təmizləmə (degelmintizasiya) xidməti təminatçısı	
Şəkil 24: Qoyunlarla birlikdə saxlanılan digər heyvanlar (İzahat daxil)	38
Şəkil 25: Yaş və cinsdən asılı olaraq birlikdə və ya ayrı saxlanılan qoyunlar.....	39
Şəkil 26: Quzu satışı üçün məkan.....	40



ABREVIATURALAR

AZN	Azərbaycan Manatı
AZPROMO	Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu
Aİ	Avropa İttifaqı
FAO	BMT-nin Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatı
FQM	Fokus-qrup müzakirəsi
DX	Dabaq xəstəliyi
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
IFAD	Beynəlxalq Kənd Təsərrüfatının İnkişafı Fondu
EM	Ekspertlə müsahibə
MT	Metrik ton
OIE	Office International Des Epizooties (Ümumdünya Heyvan Sağlamlığı Təşkilatı)
DSK	Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi
USD	ABŞ dolları



“Azərbaycanda Qoyunçuluq Dəyər Zəncirinin İnkişafı – 2025-ci ilə Baxış” hesabatı barədə

Son illərdə Azərbaycanda heyvandarlıq sahəsində həyata keçirilən bir çox məqsədyönlü tədbirlər nəticəsində istər iribuynuzlu mal qara sahəsində, istərsə də qoyunçuluq sahəsində müəyyən nailiyyətlər

əldə edilmişdir. Xüsusən son illərdə Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində iri aqrokomplekslərin istifadəyə verilməsi və bu aqrokomplekslərdə xüsusən iribuynuzlu mal qara sahəsinin inkişaf etdirilməsinə böyük sərmayələr qoymaqla müəyyən mənada dəyər zəncirinin müxtəlif halqalarını inkişaf etdirmək mümkün olmuşdur. Hazırda mal əti və süd məhsulları istehsalında Azərbaycan öz tələbatının böyük hissəsini ödəyə bilir. Qoyunçuluq sahəsinin də inkişaf etdirilməsi ilə əlaqədar son illərdə müəyyən addımlar atılmış, belə ki, qoyun populyasiyasına görə Azərbaycan hazırda dünya ölkələri arasında 41-ci yerə yüksəlmiş, quzu ətinin istehsal həcmi artıraraq ölkə tələbatını tam səviyyədə ödəmək imkanına çatmış və eyni zamanda bir sıra təsərrüfat sahibləri quzu ətinin xarici ölkələrə ixracına başlamışdır. Lakin, bununla yanaşı, araşdırmalar göstərir ki, hələ də qoyunçuluq sahəsində, xüsusən bu sahədə dəyər zəncirinin formalaşdırılmasında ciddi islahatların aparılmasına ehtiyac vardır. Nəzərə alsaq ki, son illərdə örüş sahəsinin həcmində müəyyən qədər azalmanın müşahidə edilməsi və bunun nəticəsində bir sıra qoyunçuluq təsərrüfatları ucuz yem xammalı əldə edilməsində müəyyən çətinliklərlə üzləşmişdi, bu sahənin idarəedilməsi sahəsində yeni yanaşmanın tətbiq edilməsinə ehtiyac yaranmışdır. Xüsusilə məhdud örüş sahələrinin idarəedilməsi və onlardan səmərəli istifadə edilməsi təcrübəsinin yayılması, ət istehsalı ilə yanaşı, dəyər zəncirinin digər halqalarının da, xüsusən süd məhsulları və yun istehsalının həcmi artırılması və bu sahədə əlavə dəyərin yaradılmasına zərurət yaranmışdır.

Bununla əlaqədar olaraq, FAO-Azərbaycan Tərəfdaşlıq proqramı çərçivəsində həyata keçirilən “Qoyunçuluğun davamlı inkişafı və ərzaq məhsullarının istehsalı üzrə dəyər zəncirinin yaradılması və həyata keçirilməsi” layihəsi çərçivəsində dəyər zəncirinin inkişaf etdirilməsi üzrə cəlb edilmiş beynəlxalq ekspert Meeta Puncabi Azərbaycanda qoyunçuluq sahəsi üzrə dəyər zəncirinin inkişaf etdirilməsi və mövcud problemlərin aradan qaldırılması və bu sahədə müqayisəli təhlil apararaq potensial inkişaf imkanlarını araşdırmışdır. Belə ki, aparılan araşdırma nəticəsində üç fərqli pilot sahə müəyyən edilərək (qoyun əti, qoyun südü və qoyun yunu), bu sahədəki mövcud vəziyyət qiymətləndirilərək, onların müəyyən edilmiş dəyər zənciri halqası üzrə inkişaf potensialı müəyyən edilmişdir. Bu təhlillərə dəyər zəncirinin xarakterizə edilməsi və müxtəlif maraqlı tərəflər üçün mümkün maneələrin və imkanların müəyyənləşdirilməsi, gender analizləri və qadınlar, gənclər, məcburi köçkünlər və digərləri də daxil olmaqla həssas və çətin vəziyyətdə olan sosial qrupların analizlərinə əsaslanan ətraflı sosial qiymətləndirmə də aparılmışdır. Əldə edilən məlumatlar əsasında gələcək tədbirlərlə bağlı ümumi konsepsiya / gələcəyə baxış formalaşdırılması ilə bağlı təkliflər hazırlanmışdır.

Bu baxımdan, dəyər zənciri üzrə bu tədqiqat "FAO-Azərbaycan Tərəfdaşlıq Proqramı" layihəsi çərçivəsində Azərbaycanda qoyunçuluq sektorunun transformasiyası üzrə strateji baxış və fəaliyyət istiqamətlərinin təmin edilməsi üçün hazırlanaraq təqdim edilmişdir. Dəyər zəncirinin tədqiqinin nəticələrinin təhlili layihə çərçivəsində həyata keçiriləcək fəaliyyətin əsas sahələrini və hökumətin və çoxtərəfli qurumların inkişaf sahəsində digər təşəbbüslərini müəyyənləşdirməyə kömək edəcəkdir. Hesab edirəm ki, bu araşdırma Azərbaycanda heyvandarlıq sahəsində, xüsusən də qoyunçuluq sahəsində mövcud olan problemləri və onun həlli yollarını işıqlandırmaqla yanaşı, bu sahədəki siyasətin təkmilləşdirilməsinə də öz töhfəsini verəcəkdir. FAO olaraq bu prosesə cəlb olunmağımız və öz töhfəmizi verə bilmək qürurverici və fərəhləndirici hal olmaqla yanaşı, eyni zamanda Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı təşkilatı olaraq Azərbaycanın kənd təsərrüfatı inkişafında mövcud olan potensialımızdan səmərəli istifadənin göstəricisidir. Fikrimcə, hazırda həyata keçirilən FAO-Azərbaycan Tərəfdaşlıq Proqramı bu kimi töhfələrlə digər ölkələr üçün bir əməkdaşlıq modelinə çevrilməyə iddialı ola bilər. Bu proses bir beynəlxalq təşkilatın ölkə kontenktində yerli qurumlarla səmərəli əməkdaşlığın nümunəsi kimi də təqdim edilə bilər. Bu hesabatın hazırlanmasında iştirak etmiş hər bir kəsə və xüsusi olaraq ümumi fəaliyyətimizdə bizə göstərdiyi diqqət və dəstəyə görə Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinə öz minnətdarlığımızı bildiririk. Ümid edirəm ki, Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatı olaraq uzunmüddət Azərbaycan hökuməti ilə səmərəli əməkdaşlıq fəaliyyətimizi davam etdirəcəyik.

İCRA XÜLASƏSİ

TƏDQIQATIN APARILMASINA EHTİYAC

İribuynuzlu mal-qara və qoyunların yetişdirilməsi Azərbaycanda ən çox üstünlük verilən və məhsuldar heyvandarlıq növü olduğundan, qoyunçuluq sektoru böyük əhəmiyyət kəsb edir. Qoyunçuluq sektoru əhəmiyyətli qida mənbəyi (ət və pendir) və kənd yerlərində yaşayış vasitəsidir. Aşağıda müzakirə edildiyi kimi, hazırda sektorda tələb və təklifin dəyişməsi ilə əlaqədar narahatlıq doğuran vəziyyət yaranıb. Bu problemlərin həlli üçün direktiv orqanlar yarım-intensiv və intensiv kənd təsərrüfatı metodları əsasında kommersiya fermaları ilə müasir qoyunçuluq sektoruna keçməyi nəzərdə tuturlar.

Bu baxımdan, dəyər zənciri üzrə bu tədqiqat "FAO-Azərbaycan Tərəfdaşlıq Proqramı" layihəsi çərçivəsində Azərbaycanda qoyunçuluq sektorunun transformasiyası üzrə strateji baxış və fəaliyyət istiqamətlərinin təmin edilməsi üçün hazırlanaraq təqdim edilmişdir. Dəyər zəncirinin tədqiqinin nəticələrinin təhlili Layihə çərçivəsində həyata keçiriləcək fəaliyyətin əsas sahələrini və hökumətin və çoxtərəfli qurumların inkişaf sahəsində digər təşəbbüslərini müəyyənləşdirməyə kömək edəcəkdir. Tədqiqat qoyun, yun və südün dəyər zəncirlərini əhatə etsə də, əsasən ət sektoruna diqqət yetirilir, çünki bu, qoyunçuların əsas gəlir mənbəyidir.

DƏYƏR ZƏNCİRİ METODOLOGİYASI

Dəyər zəncirinə əsaslanan yanaşma çərçivəsində əsas subyektlər və onların funksiyaları istehsaldan son bazara qədər olan dəyər zəncirində, eləcə də onların arasındakı əlaqələr kontekstində nəzərdən keçirilir. Burada, həmçinin sektora aid olan siyasət, tənzimləmə və institusional mühit məsələləri də nəzərdən keçirilir. Tədqiqat ikincil və ilkin məlumatlara əsaslanır. Sektorun fəaliyyətinin hərtərəfli başa düşülməsini təmin etmək məqsədilə, ilkin məlumat fermerlər arasında sorğular (kiçik, orta və iri sürü sahiblərini əhatə edən 300 qoyunçunun iştirakı ilə), fermer qrupları ilə fokus-qrup müzakirələri (FQM) və dəyər zəncirinin iştirakçıları ilə geniş Ekspert müsahibələri (EM) vasitəsilə toplanıb. Bazar tələbatına uyğun olaraq dəyər zəncirinin inkişaf prosesinə rəhbərlik etmək üçün son bazarın qiymətləndirilməsi də aparılmışdır. Dəyər zəncirinin qiymətləndirilməsi əsasında Qoyunçuluq Sektorunun İnkişafına

yanaşma işlənib hazırlanmışdır: 2025-ci ilə Baxış işlənib hazırlanmışdır. Bu tədqiqatın nəticələri 18 iyul 2019-cu il tarixində Bakıda keçirilən milli qiymətləndirmə seminarında təqdim edilmişdir; maraqlı tərəflərin rəy və tövsiyələri bu hesabatda daxil edilmişdir.

AZƏRBAYCANIN QOYUNÇULUQ SEKTORUNDA SON TENDENSİYALAR

Son tendensiyaların icmalı Azərbaycanın qoyunçuluq sektorunda yaranmış narahatlıq doğuran vəziyyətdən xəbər verir. **2000-2015-ci illər ərzində qoyun populyasiyası 5,6 milyon başdan 8,0 milyon başadək artıb. Lakin son üç il ərzində (2015-2018-ci illər) qoyun populyasiyası 7,7 mln. başadək azalıb və orta hesabla ildə 1,2% mənfi artım tempi - ildə 100 min baş azalma müşahidə olunur.** Bu, son üç ildə daha yüksək kəsim göstəricilərinə birbaşa təsir göstərir. Bundan başqa, 2000-2010-cu illərdə heyvanların diri çəkisi orta hesabla 30-36 kq təşkil edirdi ki, bu da 15-18 kq cəmdək çəkisinə gətirib çıxarırdı. 2010-cu ildən diri çəki 25-30 kq aralığında yerləşir ki, bu da orta hesabla 12-15 kq cəmdək çəkisinə gətirib çıxarır. Bu dinamika, çox güman ki, yem bitkilərinin əkilməsi üçün istifadə olunan sahələrin 429 min hektardan 326 min hektara qədər azaldılmasının, yəni torpaq istifadəsi siyasətindəki dəyişikliklər çərçivəsində üç il ərzində, demək olar ki, 25 faiz azalmanın birbaşa əksidir.

Ümumilikdə, təklifə təsir edən mənfi amillərə aşağıdakılar aiddir: Ermənistan tərəfindən torpaqların işğalına görə otlara kifayət qədər çıxışın olmaması; yüksəksəviyyəli kənd təsərrüfatı üçün daha çox torpaqların verilməsi üçün hökumət siyasəti; həddindən artıq istifadə olunduğuna görə otlaq torpaqlarının deqradasiyası; iqlim dəyişikliyi problemləri. Bundan əlavə, baytarlıq xidmətlərinin dəstəklənməsi heyvanların əsas xəstəliklərinin adekvat şəkildə qarşısını almaq, onları müəyyən etmək və onlara nəzarət etmək imkanına malik deyildir. Bu, biliklərin yayılmasının və elmi araşdırmaların dəstəklənməsinin adekvat sisteminin olmaması ilə birləşir ki, bu da fermerləri əhatə etmək üçün yenilik və texnologiyaların üstünlüklərini məhdudlaşdırır. Təklif baxımından təzyiqlər çox olsa da, daxili bazardan quzu ətinə güclü tələbat və Yaxın Şərqlərdə dəyişən qida təhlükəsizliyi normalarına cavab verən potensial ixrac imkanları mövcuddur.

SON BAZARIN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Dünya bazarı: Dünya üzrə quzu əti ixracatı 2018-ci ildə təxminən ~1,1 milyon ton (əsasən iki aparıcı ölkəyə (Avstraliya və Yeni Zelandiya)) təşkil etmişdir ki, bu da ixracın ümumi həcmnin 70%-ni təşkil edir, halbuki dünya üzrə idxal təxminən 823 000 ton¹ təşkil edib.

Aİ və Yaxın Şərqlərdə bazarları: Coğrafi yaxınlığı sayəsində dünya üzrə quzu əti idxalının 62%-nin payına düşən Aİ və Yaxın Şərqlərdə bazarları (41%) Azərbaycan və Müstəqil Dövlətlər Birliyinin (MDB) digər ölkələri üçün yüksək ixrac bazarı potensialına malikdir. Quzu ətinə daha çox üstünlük verilməsi səbəbindən bu bazarlarda quzu ətinin qiyməti digər ət növləri ilə müqayisədə daha yüksəkdir. Hazırda MDB regionundan Aİ bazarlarına ixracat həyata keçirilmir, halbuki Yaxın Şərqlərdə ölkələrinə Qazaxıstan, Qırğızıstan və çox kiçik dərəcədə Azərbaycan tərəfindən bir sıra ixrac tədarükləri həyata keçirilib. Yaxın Şərqlərdə ölkələri Azərbaycan üçün güclü ixrac bazarı imkanları təqdim edir.

Regional bazar: Sovet İttifaqı dağıldıqdan sonra MDB ölkələri (Gürcüstan, Ermənistan, Azərbaycan, Rusiya, Türkmənistan, Belarus, Moldova, Tacikistan, Qırğızıstan, Qazaxıstan və Özbəkistan) qoyunçuluq sektorunda analoji problemlərlə qarşılaşdılar. Azərbaycan kontekstində regionda quzu ətinə olan tələbatın vəziyyətini anlamaq vacibdir. MDB regionunda ticarət, əsasən, tələb və təklif arasındakı birbaşa boşluğu doldurmaq üçün həftəlik bazarlarda satış üçün nəzərdə tutulan qoyunların transsərhəd yerdəyişməsinə təmsil edən diri qoyunlardan ibarətdir. Rusiya regiondan ən böyük diri qoyun və ət ixracatçısıdır, digər ölkələrin əksəriyyəti isə bəzi transsərhəd ticarət və təkrar ixracat haqqında məlumat verir. **Statistikaya görə, qoyun əti idxalının payı daxili istehsalın 4 faizindən çox olmasa da, Azərbaycan regionda yeganə xalis diri qoyun idxalçısıdır.**

Daxili bazar: Azərbaycan statistikasına son bir neçə ildə 75 000-80 000 tona yaxın istehsalla quzu ətinə 98 faiz özünü təminatı əks etdirir. Bununla yanaşı, müxtəlif tədqiqatçılar özünü təminatla bağlı bu rəqəmlərə şübhə ilə yanaşır və bildirirlər ki, statistika dəqiq olsaydı və satılma qabiliyyəti daha

yüksək olsaydı, tələb daha yüksək olardı. Məsələn, diri heyvanların damazlıq məqsədilə idxal edilməsi bəhanəsi ilə diri heyvanların ticarətinə dair məlum olmayan faktların olduğu ehtimalı var, çünki bu, istehlak idxalına nisbətən daha az idxal rüsumları tələb edir.

Yaxın illərdə tələbata potensial təsir göstərən iki əsas amil əhalinin artım tempi (1 faiz) və 2014-cü ilin devalvasiyasından sonra kifayət qədər ləng olan adambaşına düşən ÜDM-dir. Ehtimal edilir ki, bu vəziyyətdə urbanizasiya (hazırda 55 faiz səviyyəsində) və digər həyat tərzində dəyişiklikləri quzu ətinə olan tələbata yalnız kəmiyyət baxımından deyil, həm də keyfiyyət baxımından təsir göstərən ən əhəmiyyətli amillər olacaqdır. Yüksək keyfiyyətə tələbat artıq supermarketlərdə premium kəsimlə ətin 18 AZN/kq qiymətə satışının artmasında özünü göstərir, halbuki quzu ətinin standart qiyməti 11-13 AZN/kq arasında dəyişir.

Artan daxili tələbatın ödənilməsinə və idxalın azaldılmasına, həmçinin Yaxın Şərq ölkələrinə ixrac imkanlarının araşdırılmasına yönəldilməlidir. Qida məhsullarının təhlükəsizliyi və keyfiyyəti məsələləri daxili bazarda getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edəcəkdir, halbuki, onlar ixrac bazarı üçün bir ilkin şərtidir. Nəhayət, ixrac bazarı diri qoyun üçün deyil, yalnız ət üçün nəzərdə tutulmuşdur. Deməli, ixrac bazarında tələbatı ödəyən ixrac infrastrukturunu yaratmaq lazımdır.

¹ Dünyada gömrük orqanları tərəfindən toplanan məlumatlar heç də həmişə dəqiq olmur. Nəticədə, dünya üzrə ixracla dünya üzrə idxal arasında bir qədər fərq olur (www.globaleconomy.com)

QUZU ƏTİNİN DƏYƏR ZƏNCİRİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

İstehsal: Azərbaycanda qoyunların yetişdirilməsi ilə 184 000 ev təsərrüfatı məşğul olur. Böyük əksəriyyət (80%) ümumi qoyun populyasiyasının 35%-ni təşkil edən 50-dən az qoyundan ibarət sürüyə sahibdir, ev təsərrüfatlarının isə 8%-i qoyunların başının 46%-nə malikdir. Kiçik maldarlar üçün qoyun yetişdirilməsi heyvandarlığın təbii formasıdır, böyük sürü sahibləri də daha böyük torpaq ehtiyatlarına və daha yaxşı xidmətlərə çıxışı olan böyük sürü sahibləri isə kommersiya fermerləridir. Qoyunlara sahiblikdə dixotomiya cins heyvan yetişdirilməsi, saxlanma şəraiti, yem bitkiləri və sağlamlığın idarə edilməsi baxımından idarəetmə təcrübələrində əks olunur.

İstehsal səviyyəsində əsas problemlər aşağıdakılardır: i) biliklərin yayılmasının, demək olar ki, qeyri-mövcud sistemi sayəsində kiçik fermerlər elmi idarəetmə metodları haqqında məlumatlı deyillər, halbuki böyük sürü sahibləri elmi metodların həyata keçirilməsi üçün vasitələrə malikdirlər. ii) Ölüm və xəstəlik hallarının yüksək səviyyəsi dövlət müəssisələri tərəfindən profilaktik və müalicəvi səhiyyə xidmətlərinin kifayət qədər ərazini əhatə etməməsindən irəli gəlir. Xüsusi baytarlıq mağazalarının əsas vaksinlərə məhdud çıxışı bu problemi daha da ağırlaşdırır. iii) Fermerlərin əksəriyyəti "ödənişsiz" olmalı olan baytarlıq xidmətləri üçün artıq ödəniş etməlidirlər. iv) Fermerlər əsas problem kimi yüksək keyfiyyətli damazlıq qoçların çatışmamasını bildirirlər. v) Və hələlik sonuncu bənd olaraq, qoyunçuluğu məhdudlaşdıran əsas amillərdən birinin yem və yem bitkiləri olduğu bildirilmişdir.

Diri qoyun satışı: Ölkədə istehsal zonalarında, həmçinin iri şəhərlərin terminal bazarlarında 28 heyvan bazarı fəaliyyət göstərir. Bu bazarlar həftəlik işləyir və burada, əsasən, iribuynuzlu mal-qara/camiş və qoyun satılır. İlk və ikincil alverçilər (ticarətçilər) mal-qara bazarlarında quzuların/qoyunların yığılması, daşınması və satışı ilə məşğul olan əsas iştirakçılardır.

Qoyunçular quzuları yerli həftəlik mal-qara bazarlarında yerli qəssablara və ya alverçilərə (ticarətçilərə) satırlar. Kiçik maldarlar bazara 2-3 quzu gətirərkən, onları avtomobillərdə daşıyarkən, orta və böyük sürü sahibləri çox vaxt bazara kiçik bir yük maşını ilə 20-30 quzu gətirirlər. Quzuların əksəriyyəti 3-6 aylıq, 30-35 kq diri çəki ilə və ya 15-18 kq ət çəkisi ilə satılır. Maldarların qazancı diri çəkinin hər kiloqramına görə 5 AZN, yaxud diri çəkisi 30-35 kq olan heyvana görə təxminən 130-180 AZN təşkil edirdi.

Satış səviyyəsində əsas problemlər aşağıdakılardır: i) Yaşı 3-6 aydan az olan qoyunların satışı, eyni zamanda ölkədə ümumi ət istehsalına təsir göstərən satışdan qeyri-optimal gəlirlərə gətirib çıxarır. ii) Heyvanlar bazarlarda satılarkən çəkilmir və maldarlar alverçilərin (ticarətçilərin) dediyi təxmini qiymətə əsasən ödəniş edirlər. iii) Qoyunların satışı, əsasən, qeyri-formal sahədə həyata keçirilir, çünki hər hansı satış qaydaları mövcud deyil və bunun nəticəsində də bazara daxil olma və qiymətlər haqqında rəsmi hesabat yoxdur. Nəhayət, mal-qara bazarlarında infrastruktur yoxdur; bu bazarlar çox vaxt yerli bələdiyyə orqanları tərəfindən icarəyə verilən böyük açıq məkanlardır.

Ət emalı və satışı: Qəssablar heyvan kəsimi və ət satışı ilə məşğul olan əsas bazar iştirakçılarıdır. Onlar quzuları maldarlardan və/və ya alverçilərdən (ticarətçilərdən) alırlar. Qəssablar üçün fəaliyyət miqyası 20-30 kq/gündən 200-300 kq/günə qədər dəyişir. Fəaliyyət miqyası daha geniş olan qəssablar, həmçinin restoranlar, eləcə də şənliklər, tədbirlər və s. üçün ət təmin edirlər. Bəzi şəbəkə ət mağazaları və supermarketlər də əlavə dəyərsiz ət, premium kəsim və s. kimi məhsullar satırlar. Quzu ətinin qiyməti kiçik şəhərlərdə 11-12 AZN/kq-dan Bakıda 13 AZN/kq-a qədər dəyişir, sümüksüz ət və premium kəsim isə 18 AZN/kq-a qədər qiymətə satılır.

Şəhər və ətraf ərazilərdə müxtəlif miqyaslı heyvan kəsimi məntəqələri fəaliyyət göstərir ki, burada da qəssablara iribuynuzlu mal-qaranı 20 AZN, quzunu isə 2-3 AZN-ə kəsmək xidməti təklif olunur. Hazırda emal üçün investisiya məhduddur və ət emalı və ya emal olunmuş markalı məhsulların satışı ilə məşğul olan bir neçə firma var.

Heyvan kəsimi və emalı səviyyəsində əsas problemlər: i) Heyvan kəsimi, əsasən, gigiyenanın əsas problem olduğu qəssab səviyyəsində həyata keçirilir. ii) Qida Təhlükəsizliyi normalarının yerinə yetirilməsi üçün kəsim cihazlarının modernləşdirilməsinə əhəmiyyətli investisiyalar tələb olunacaqdır. Bəzi kəsim məntəqələri, əsasən, öz vəsaitləri hesabına obyektlərin modernləşdirilməsinə sərmayə yatırblar, çünki kreditlərə çıxış məhduddur. Bu obyektlər aşağı imkanlarla fəaliyyət göstərirlər, çünki qəssablar hələ də heyvan kəsimini öz iş yerlərində həyata keçirirlər. Bunun nəticəsi olaraq, heyvan kəsimi məntəqələrinin operatorları investisiyaların dəyərini ödəmək iqtidarında olmadıqları üçün ciddi maliyyə təzyiqi ilə üzləşirlər.

Marjalar: Dəyər zəncirlərindəki marjalarla bağlı iki əsas nəticə əldə edilmişdir: i) Fermerlərin payına quzu ətinin son istehlakçı üçün qiymətlərinin 65-80 faizi daxildir ki, bu da kənd təsərrüfatı bitkiləri halında fermerlərin payından qat-qat yüksəkdir. ii) Alverçilərin (ticarətçilərin) məlumatına görə, tələbat təklifi əhəmiyyətli dərəcədə üstələyir ki, bu da fermerlərə xüsusilə zərif ətli körpə quzunun satışı zamanı daha çox sövdələşmə gücü verir.

YUN/XALÇA ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN TƏHLİLİ

Sovet İttifaqının dağılmasından sonra, bazarın olmaması səbəbindən yun üzrə dəyər zənciri çökdü. Fermerlər ətlik cinslərin yetişdirilməsinə keçdiklərindən, Merinos qoyunlarının populyasiyası əhəmiyyətli dərəcədə azaldı. Fermer səviyyəsində, demək olar ki, yun alıcıları yoxdur, çünki yun bazarı çox dardır və satış həcmi çox kiçikdir. Xalça ən əhəmiyyətli yun məhsuludur, lakin, əsasən, idxal olunan ipliklərdən hazırlanır. Bununla belə, son zamanlar "Azərxalça" yun yığımı mərkəzlərinin təsis edilməsi, xalça istehsalı üzrə bölmələrin yaradılması və xalçaların satışında iştirak yolu ilə xalçaların hərtərəfli dəyər zəncirinin inkişaf etdirilməsinə səy göstərir. Dəyər zəncirinin müvəffəqiyyət dərəcəsi, nisbətən ucuz olan maşın istehsalı xalçalarla əl əməyi olan xalçaların rəqabət qabiliyyətliliyindən asılı olacaqdır. Bundan əlavə, yun bazarının olmaması səbəbindən yunun tam israf edilməsinin, yandırılmasının və ya atılmasının qarşısını almaq məqsədilə yağlı yun toplamaq və ixrac etmək üçün əlavə dəyər zəncirinin yaradılması da mümkündür.

QOYUN PENDİRİ ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN TƏHLİLİ

Azərbaycanda qoyun pendirinin emalı ənənəvi ev fəaliyyətidir. Ev şəraitində emal edilmiş pendir birbaşa evdən və ya yerli kənd və şəhərlərdə ya birbaşa fermerlər, ya da alverçilər (ticarətçilər) vasitəsilə ənənəvi bazarlarda satılır. Pendir pasteurizə edilmədən istehsal olunur ki, bu da potensial olaraq sağlamlıq üçün böyük bir təhlükə yarada bilər. Pendirin rəsmi qaydada emalı və satışı araşdırılmamışdır. Əksər supermarkətlər yerli pendirin satışı ilə məşğul olurlar, çünki o, rəsmi qaydada emal olunmur. Qoyun pendiri Avropanın digər bölgələrində delikates məhsul kimi tanınır. Daxili bazarda emal və satış fəaliyyətinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün ixrac bazarına çıxış ilə yanaşı, imkanlar da vardır. İxrac bazarları Coğrafi İndikatorlar və s. vasitəsilə əhatə oluna bilər.

QOYUNÇULUQ SEKTORUNA TƏSİR EDƏN SİYASƏTLƏR

Heyvandarlıq Siyasəti: Qoyunçuluq sektoruna yönələn konkret "Heyvandarlıq Siyasəti"nin olmamasına baxmayaraq, Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi kənd təsərrüfatı və heyvandarlıq sektorunun artım və inkişafına yönəlmiş ümumi baxışdır. Yol Xəritəsində qoyunçuluq sektorunun inkişafına xüsusi diqqət yetirilir. Strateji Yol Xəritəsi sektorun inkişafı üçün hərtərəfli qaydalar olsa da, mövcud mühitin aktual problemləri nəzərə alınmaqla daha məqsədyönlü yanaşma təmsil edəcək heyvandarlıq sektoru siyasətinə ehtiyac var.

İxrac-idxal Siyasəti: Qoyunçuluğun inkişafı baxımından İxrac-idxal Siyasəti yerli sektoru rəqabətdən qoruyan (idxala 15% gömrük rüsumunun tətbiqi) və daxili istehsalı stimullaşdıran (cins heyvan yetişdirilməsi üçün idxala cüzi gömrük rüsumu) proteksionist siyasətdir.

Ərzaq Təhlükəsizliyi Siyasəti: Yeni yaradılmış Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi (AQTA) ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyinin getdikcə yüksələn normalarına cavab vermək üçün ərzaq məhsulları istehsalı üzrə yeni standartların işlənilib hazırlanmasını planlaşdırır. Ətin sağlamlıq üçün əhəmiyyətli təhlükə yarada biləcəyini nəzərə alaraq, heyvan kəsimi normaları ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyi normalarının mühüm komponenti olacaqdır. Ərzaq təhlükəsizliyi normaları nisbətən yenidir və onların həyata keçirilməsi üçün əhəmiyyətli səylər və investisiyalar tələb edəcəkdir.

Torpaqdan İstifadə Siyasəti: Qiymətli bitkilərin yetişdirilməsi üçün sahələrin artırılmasına yönəlmiş siyasət qoyunçuluq sektoru üçün iki ciddi problemə səbəb olur: birincisi, böyük qoyun populyasiyası üçün əhəmiyyətli yem bitkiləri mənbəyi olan otlaq sahələrinin azalması və ikincisi, gələcək kommertiya təsərrüfatlarının intensiv qoyunçuluq üçün yem bitkilərinin becərilməsi üçün yüksək keyfiyyətli əkin torpaqlarına məhdud çıxış əldə edəcəyi.

Fermerlər Assosiasiyası: Fermer assosiasiyalarının potensialının gücləndirilməsi fermerlərin gəlirlərinin artırılması üçün bir çox ölkələrdə geniş qəbul edilmişdir. Azərbaycanda isə assosiasiyaların rəsmi qeydiyyatı ilə bağlı problemlər səbəbindən təşəbbüslər o qədər də uğurlu olmamışdır ki, bu da fermerləri sektorda iştiraka təşviq etmir. Bu vəziyyətdə, rəsmi qeydiyyat olmadan sadə əməkdaşlıq forması variantları nəzərdən keçirilə bilər.

QOYUNÇULUQ SEKTORUNU DƏSTƏKLƏYƏN QURUMLAR

Heyvandarlıq xidmətləri: Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Aqrar Xidmətlər Agentliyi baytarlıq xidmətlərinin həyata keçirilməsindən məsuldur. Baytarların mal-qara başına 1:6000 nisbəti ilə Strateji Yol Xəritəsi effektiv xidmət göstərmək üçün lazım olan baytarlıq kadrlarının təxminən 40 faiz çatışmadığını qəbul edir. Sənəd baytarlıq xidmətlərinin təkmilləşdirilməsinin iki istiqamətini tanıyır: diqqət epizodik və zoonoz xəstəliklərin aradan qaldırılmasına, həmçinin özəlləşdirmə vasitəsilə xidmət sahəsinin genişləndirilməsinə yönəldilməlidir.

Aqrokonsaltinq xidmətləri: Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin aqrokonsaltinq xidmətləri, əsasən, mövcud deyildir. Azərbaycanda aqrokonsaltinq və məsləhət dəstəyi göstərən qurumların əksəriyyəti donorlar tərəfindən həyata keçirilən müxtəlif layihələr çərçivəsində yaradılmışdır.

Baytarlıq təhsili/heyvandarlıq sahəsində tədqiqatlar: Gəncədə Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti yüksək subsidiyalaşdırılan dərəcələrlə Baytarlıq təhsili verən qovşaq institutudur, lakin çox az sayda tələbə formal olaraq baytarlıq peşəsinə yiyələnməyə can atır. Heyvandarlıq Elmi Tədqiqat İnstitutunun heyvandarlıqla bağlı fəaliyyətləri tədqiq etmək səlahiyyəti var. Lakin tədqiqat fəaliyyətinə rəhbərlik etmək üçün ən yaxşı beynəlxalq təcrübələri bilən kadrların hazırlanması baxımından problemlər yüksək keyfiyyətli tədqiqatların aparılması üçün ciddi maneədir. Strateji Yol Xəritəsi kənd təsərrüfatında elmi və təhsil müəssisələrinin real qiymətləndirilməsini təqdim edir. "Bu qurumların idarəetmə metodları və proqram prioritetləri bazar iqtisadiyyatının tələblərinə əhəmiyyətli dərəcədə uyğun gəlmir. Müvafiq elmi-tədqiqat institutlarının aparıcı mütəxəssislərinin əksəriyyətinin müasir aqrar texnologiyalar haqqında bilikləri lazımi səviyyədə deyil."

Heyvandarlıq sektoru üçün kreditlərin mövcudluğu: Kənd təsərrüfatı sektoruna verilən kreditlər ölkədə verilən kreditlərin ümumi həcmindən azını təşkil edir ki, bunun da, demək olar ki, cüzi vəsaiti heyvandarlıq sektoruna yönəldilir, qoyunçuluq sektoruna isə heç bir vəsait yönəldilməyib. Gələcəkdə qoyunçuluqla bağlı müəssisələrin inkişafı üçün güzəştli kreditlərdən istifadə edilə bilər. Kiçik fermerlər üçün mikrokreditlər üzrə yüksək faiz probleminin həlli variantlarının öyrənilməsi üçün siyasi dialoq qurulmalıdır.

Sahibkar Qadınlar Assosiasiyası: Assosiasiyanın fəaliyyəti bütün ölkə üzrə heyvandarlıq məhsullarının emalı üçün mərkəzlərin açılması yolu ilə qadın sahibkarlığının inkişafına yönəlib. Buraya qoyun yununun yuyulması və təmizlənməsi, emal üçün dərilər, pendir emalı və s. daxil ola bilər.

QOYUNÇULUQ SEKTORUNUN İNKİŞAFINA BAXIŞ - STRATEJİ FƏALİYYƏT İSTİQAMƏTLƏRİ

Dəyər zəncirinin təhlilinə əsaslanan qoyunçuluq sektorunun inkişaf konsepsiyası ərzaq təhlükəsizliyindən tədricən rəqabətədavamlılığın artırılmasına və global dəyər zəncirləri ilə tədricən birləşməyə doğru keçiddə Strateji Yol Xəritəsinin əsas elementlərinə riayət edir. Qoyunçuluq sektorunun ehtiyaclarının ödənilməsi üçün Baxışın (Vizyon) beş məqsədi müəyyən edilmişdir ki, bu da Baxışın məqsədlərinin həyata keçirilməsi üçün konkret fəaliyyət istiqamətləri ilə yanaşı müəyyən edilmişdir. Araşdırmada qeyd olunan əsas fəaliyyət istiqamətləri "FAO-Azərbaycan Tərəfdaşlıq Proqramı" layihəsi çərçivəsində həyata keçirilə biləcək əsas tədbirlərə aiddir. Lakin onlar bütövlükdə Azərbaycanda qoyunçuluğun inkişafı ilə məşğul olan bütün dövlət və çoxtərəfli müəssisələr üçün oriyentir rolunda çıxış edirlər. Mərhələli şəkildə fəaliyyət göstərilməsinə gəldikdə isə, birinci mərhələdə istehsalla bağlı fəaliyyətlə məşğul olmaq, istehsal bazasını möhkəmləndirmək, sonra isə müəssisələrin inkişafına və marketinqə yönəlmiş fəaliyyətlə məşğul olmaq mümkündür. Tədqiqat və təlim fəaliyyəti bütün məqsədlər üçün bir keçiddir və ehtiyac olduqda həyata keçirilə bilər. Hesabatın 7-ci bölməsində, icra prosesində tərəfdaşların təsviri və yanaşma ilə bağlı ətraflı təsvir verilir.

Baxış üzrə Məqsəd 1: Ərzaq təhlükəsizliyinin, vetərliliyinin və ixrac üçün profisitinin təmin edilməsi məqsədilə qoyunçuluq sektorunun istehsal potensialını artırmaq

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: İstehsal texnologiyasının təkmilləşdirilməsi

- Baytarlıq xidməti əməkdaşları üçün təlimçilərin hazırlanması
- Kommersiya təsərrüfatları/kiçik təsərrüfatlar üçün qoyunçuluqda ən yaxşı texnologiyalar ilə pilot təsərrüfatların yaradılması
- Elmi təcrübənin əhatə dairəsini yaxşılaşdırmaq üçün yayılma modellərinin yaradılması

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Resurslarla/xidmətlərlə əlaqə

- Yüksək keyfiyyətli damazlıq qoç təmin edən kommersiya təsərrüfatlarının yaradılmasının dəstəklənməsi
- Özəl baytarlıq xidmətləri üçün pilot dəstək
- Fermerlərin maliyyələşdirilməyə çıxışı üçün siyasətin təbliği

Baxış üzrə Məqsəd 2: Qoyun/mal-qara üçün bazar qaydalarının və bazar infrastrukturunun gücləndirilməsi

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Bazarın tənzimlənməsi siyasətinin təbliği

- Regionda bazarın tənzimlənməsinin qabaqcıl təcrübəsinin öyrənilməsi
- Bazarın tənzimlənməsi siyasətinin təbliği

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Müasir bazar infrastrukturunun inkişafına dəstək

- Həyət bazarı modelinin layihələndirilməsi və işlənilib hazırlanması
- Müasir heyvan kəsimi məntəqələrinə investisiyaların dəstəklənməsi
- Emal qurğular və soyuq zəncirə investisiyaların dəstəklənməsi üçün texniki-iqtisadi əsaslandırma

Baxış üzrə Məqsəd 3: Qoyunçuluq məhsullarının və yan məhsulların emalı və satışı üçün istehsal-satış zəncirlərinin təkmilləşdirilməsi

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Qoyunçuluq məhsulları və yan məhsul istehsalı müəssisələrinə dəstək

- Fermer assosiasiyalarının formalaşdırılması və onların emalçılarla/supermarketlərlə əlaqələndirilməsi
- Yeni müəssisələr üçün texniki-iqtisadi əsaslandırma

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Qoyunçuluq məhsulları üçün ərzaq təhlükəsizliyi normalarının təkmilləşdirilməsi

- İstehsalat-satış zəncirinin iştirakçıları üçün ərzaq təhlükəsizliyi normalarına dair təlim
- İstehlakçıların keyfiyyət/təhlükəsizlik haqqında məlumatlılığı

Baxış üzrə Məqsəd 4: Elmi-tədqiqat və tədris müəssisələrinin/hazırlanmış kadrların gücləndirilməsi

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Heyvandarlıq sahəsində elmi-tədqiqat işinin/hazırlıqlı işçi qüvvəsinin gücləndirilməsi

- Texniki potensialın gücləndirilməsi yolu ilə təhsil/elmi-tədqiqat institutlarının transformasiyasına dəstək

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Sənaye ilə bağlı tədqiqatların dəstəklənməsi

- Sənaye, direktiv orqanları və elmi-tədqiqat institutları arasında əlaqələrin gücləndirilməsi

Baxış üzrə Məqsəd 5: Qoyunçuluğun dayanıqlı inkişafı

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Otlaq sahələrinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi

- Otlaq sahələri ilə bağlı Torpaqdan İstifadə Departamenti ilə əməkdaşlıq
- Otlaqların idarə edilməsi üzrə qabaqcıl təcrübənin tədqiqi
- Otlaqların idarə edilməsi üzrə təcrübənin təkmilləşdirilməsi üzrə pilot proqram

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: "Ağıllı iqlim" heyvandarlıq təcrübəsinin tətbiqi

- İqlim dəyişikliyinə qoyunçuluğa təsiri haqqında tədqiqatlar
- İqlimə təsir problemini həll etmək üçün qabaqcıl təcrübənin müəyyən edilməsi
- "Ağıllı iqlim" təcrübəsinin tətbiqinə dəstək

1. GİRİŞ

1.1 TƏDQIQATIN APARILMASINA EHTİYAC

İribuynuzlu mal-qara və qoyunların yetişdirilməsi Azərbaycanda ən çox üstünlük verilən və məhsuldar heyvandarlıq növü olduğundan, bu sektor böyük əhəmiyyət kəsb edir. Xırdabuynuzlu heyvanlar heyvandarlıqda və bütövlükdə kənd təsərrüfatında ümumi istehsalın yalnız kiçik bir hissəsini təşkil etsə də, onlar ölkənin ucqar və kənd rayonlarına verdikləri sosial və iqtisadi töhfə baxımından daha böyük rol oynayırlar. Azərbaycanda əsasən qoyunlardan ibarət xırdabuynuzlu heyvan sektoru ən vacib qida mənbəyi (ət və pendir) və kənd yerlərində əsas gəlir mənbəyidir. Kənd təsərrüfatlarında orta hesabla 2,13 mal-qara və camış, 1.02 südlük inək və 6,65 qoyun və keçi olur (DSK, 2015).

Hazırda Azərbaycanın qoyunçuluq sektorunda narahatlıq doğuran vəziyyət müşahidə edilir və qoyun populyasiyasının azalması bunu göstərir. **Xüsusilə narahatedici fakt 2015-ci ildən 2018-ci ilə qədər olan dövr ərzində mənfəət orta illik artım tempidir (-1,2) ki, bu da populyasiyanın faktiki olaraq ildə təxminən 100 min baş azalması deməkdir!** Vəziyyəti daha da ağırlaşdıran odur ki, heyvan başına kəsim çəkisi təqribən 30-40 kq-dan 25-30 kq-a qədər düşüb ki, bu da heyvan başına cəmdək çəkisinin 16-17 kq-dan 12-13 kq-a qədər azalmasına səbəb olub. Bu isə, öz növbəsində, ölkədə quzu əti istehsalının ümumi həcmində öz əksini tapıb. Vəziyyətin ciddiliyi vəziyyətin pisləşməsinin qarşısını almaq üçün təcili tədbirlərin görülməsini tələb edir. Əgər sektor qarşısında duran problemlər dərhal həll edilməzsə, qoyun populyasiyasına ciddi təsir göstərilə bilər və inkişaf yoluna qayıdış çox çətin olacaqdır.

Tarixən belə olub ki, yay və qış otlaqları olan təbii iqlim şəraiti sektorun təbii artımına səbəb olub. Quzu əti və qoyun pendiri ölkədə geniş istifadə olunan əsas ənənəvi məhsullardır. Sovet İttifaqının dağılmasından əvvəl sənayeyə yaxşı dəstək sistemi, quzu və qoyun məhsullarının böyük bazarı və geniş otlaqlar mövcud idi ki, bu da nisbətən sabit sektora gətirib çıxardı.

Tənəzzül Sovet İttifaqının dağılmasından sonra başladı ki, bu da yardımçı xidmətlərin əlçatanlığına, yun kimi qoyun məhsullarına bazar tələbatına və nəticə etibarilə, qoyun yetişdirilməsinin iqtisadi fəaliyyət kimi xarakterinə bilavasitə təsir göstərdi. Otların mövcudluğu müharibə və hazırda qış otlaqlarının böyük payına malik ərazilərin Ermənistan tərəfindən işğal olunması səbəbindən azalıb. Bundan başqa, postneft iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi məqsədilə Azərbaycanda qiymətli bitkilərin becərilməsinə yönəlmiş kənd təsərrüfatı sahələrinin artırılması üzrə direktiv mövcuddur ki, bu da yem və alaf istehsalı üçün yararlı olan torpaqların, həmçinin otlaq sahələrinin azaldılmasına imkan verəcəkdir. Otlarla bağlı vəziyyət iqlim dəyişikliyi və otlaqların bərpası üzrə səylərin məhdudluğu səbəbindən otlaqların keyfiyyətinin aşağı düşməsi ilə daha da dərinləşir (Oglu və b., 2017). Sektor, institusional dəstəyin zəif olması səbəbindən öz ehtiyaclarını ödəyə bilmir, nəticə etibarilə, baytarlıq xidmətlərinin tam əhatə olunmaması səbəbindən zoonoz xəstəliklərin yayılması təhlükəsi geniş miqyas alır. Bu tədqiqat işinin gedişatı dövrünə olan məlumatlara əsasən, 2014-cü² ildən bəri, demək olar ki, hər il on haldan birində Sibir xorası qeydə alınsa da, ölkədə son illərdə Sibir xorası səbəbindən ilk ölüm qeydə alınıb.

² <https://jam-news.net/one-dead-of-anthrax-in-azerbaijan/> (1 avqust, 2019)

Təklifə böyük təzyiqlər olsa da, ölkədə və bütün dünyada quzu ətinə yüksək tələbat var. Dövlət Statistika Komitəsi (DSK, 2018) qoyun istehlakının 98,3%-lik yetərli olduğunu bildirsə də, BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Statistikası (Comtrade) daxili istehsalın təxminən 4 faizini idxal etdiyini göstərir. Azərbaycan hökumətinin hazırladığı Kənd Təsərrüfatı üzrə Strateji Yol Xəritəsində idxalı əvəzləmə məqsədilə qoyunçuluq sektorunun inkişafına xüsusi diqqət yetirilir. Hesabatda qeyd edildiyi kimi, həm yüksək gəlirlərlə və urbanizasiya ilə şərtlənən artan yerli tələbatın ödənilməsi, həm də ixrac bazarlarına, xüsusilə Yaxın Şərq ölkələrindəki ixrac bazarlarına ərzaq təchizatı xidmətinin göstərilməsi üçün imkanlar mövcuddur. İstehsal və məhsuldarlığın yaxşılaşdırılması ilə yanaşı, ölkədə ərzaq təhlükəsizliyi sistemlərinin qlobal normalara uyğunlaşdırılması üçün Qida Təhlükəsizliyi Agentliyinin təqdim etdiyi yeni ərzaq təhlükəsizliyi normalarına cavab verilməsi üçün keyfiyyətin yüksəldilməsinə böyük diqqət yetirilir.

Tələb və təklifin dəyişən vəziyyətinə cavab olaraq, siyasətçilərin vizyonu - ətə olan yüksək tələbatı qarşılamaq və bütün zəncir boyunca keyfiyyəti yaxşılaşdırmaq üçün sektorun geniş və yarisintensiv kənd təsərrüfatına əsaslanan ənənəvi sistemdən intensiv istehsal sisteminə əsaslanan müasir kommersiya təsərrüfatlarına çevrilməsindən ibarətdir. Ənənəvi sistemdən müasir sistemə keçid son dərəcə mürəkkəbdir. Qoyunçuluqla məşğul olan çox sayda maldarın ərzaq təhlükəsizliyini təmin etmək son dərəcə vacibdir, çünki ət, qoyun pendiri ilə yanaşı, ən mühüm zülal mənbəyidir. Nəticə etibarilə, qoyunçuluq sektorunun inkişafı layihə fəaliyyəti və sektorun canlandırılması və modernləşdirmə yolu ilə dinamik artımın asanlaşdırılması üzrə təşəbbüslərlə yanaşı, güclü siyasi və institusional dəstək tələb edir.

Dəyər zənciri üzrə bu tədqiqat "FAO-Azərbaycan Tərəfdaşlıq Proqramı" layihəsi çərçivəsində Azərbaycanda qoyunçuluq sektorunun transformasiyası üzrə fəaliyyət istiqamətlərinin və strateji baxışın təmin edilməsi üçün hazırlanaraq təqdim edilmişdir. Layihə çərçivəsində geniş fəaliyyət sahələri, o cümlədən istehsalat-satış zəncirlərinin inkişafı, potensialın artırılması, xidmətlərlə əlaqələr və sahibkarlığın inkişafı müəyyən edilmişdir. Dəyər zəncirinin təhlili son bazarların ehtiyaclarını ödəmək üçün mövcud problemləri qiymətləndirməyə kömək edəcəkdir. Qiymətləndirmə əsasında tədqiqat qoyunçuluq sektorunun inkişafına baxışı (vizyon) təqdim edir. Konsepsiyanın məqsədlərinə nail olmaq üçün strateji fəaliyyət planı icra tərəfdaşlarının rolları və vəzifələri ilə birlikdə ətraflı təsvir edilmişdir.

Tədqiqat aşağıdakı kimi təşkil olunmuşdur: 1-ci bölmədə tədqiqatın məqsədi və metodologiyası şərh edilmiş, həmçinin Azərbaycanda qoyunçuluq sektorunun icmalı verilir. 2-ci bölmədə Son Bazarın, dəyər zəncirinin inkişafının hərəkətverici qüvvəsi kimi ətraflı qiymətləndirilməsi təqdim edilir. 3-cü bölmədə ətin dəyər zənciri ətraflı şəkildə təqdim edilir, 4-cü və 5-ci bölmələrdə isə qoyun yunu və pendir üzrə dəyər zəncirlərinə xüsusi diqqət yetirilir. Dəyər zəncirinin ətraflı qiymətləndirmələrinə əsasən, 6-cı bölmədə növbəti beş il ərzində sektorun inkişafı üçün baxış məqsədləri ilə yanaşı, baxış (vizyon) təqdim olunur. Nəhayət, 7-ci bölmə gələcək üçün strateji fəaliyyət planı ilə tədqiqatı yekunlaşdırır.

1.2 MƏQSƏDLƏR VƏ METODOLOGIYA

Tədqiqatın məqsədi Azərbaycanda qoyunçuluq, yun və pendir istehsalı sahələrinə diqqət yetirməklə Azərbaycanda qoyunçuluq sektorunun dəyər zəncirini qiymətləndirməkdir. Tədqiqatın xüsusi məqsədləri aşağıdakılardır:

1.1. Cari istehsal sayının, cinslərin, təcrübənin, sürünün ölçüsü, həcmi və əmtəənin ümumi profisitinin qiymətləndirilməsi daxil olmaqla, qoyunların yetişdirilməsi təcrübəsini qoyunçular səviyyəsində ətraflı qiymətləndirmək.

1.2. Qoyunların istehsalı və satılmasında ət, yun və pendir üzrə problem və narahatlıqları

qoyunçular səviyyəsində müəyyən etmək.

- 1.3. Dəyər zənciri xəritəsini yaratmaq və bütün zəncir boyunca resurs təminatçıları, maldarlar, aqrokonsaltinq işçiləri, alverçilər (ticarətçilər), qəssablar, heyvan kəsimi məntəqələri və istehlakçılar kimi maraqlı tərəflərin hər birinin rolunu qiymətləndirmək.
- 1.4. Dəyər zəncirinin hər səviyyəsində problemlərin qiymətləndirilməsi ilə yanaşı, marja və həcmələri ətraflı qiymətləndirmək.
- 1.5. Tələb və təklif arasındakı mövcud boşluğu və tələb və təklifin mövsümi tendensiyalarını qiymətləndirmək.
- 1.6. Cari və potensial daxili, regional və beynəlxalq bazarları qiymətləndirmək.
- 1.7. Sosial qiymətləndirmə aparmaq və layihəyə yanaşmanın gender aspektlərini nəzərə alan yanaşmanın işlənilib hazırlanması üçün gender bərabərsizliyini müəyyən etmək.
- 1.8. Qoyunçuluq alt sektoruna aid olan siyasi şərtlər, institusional çərçivələr və dəstək xidmətlərinin xəritəsini yaratmaq.

Tədqiqat həm ikinci dərəcəli ədəbiyyatın ətraflı təhlilinə, həm də dəyər zəncirinin müxtəlif funksiyaları və mövzularına aid keyfiyyət və kəmiyyət nəticələri əldə etmək üçün ilkin məlumatların təhlilinə əsaslanır. Cədvəl 1 sorğuda iştirak edən maraqlı tərəfləri, istifadə oluna tədqiqat metodlarını və maldarlıq təsərrüfatları arasında sorğular, ekspertlə müsahibələr (EM), fokus-qrup müzakirələri (FQM) və birbaşa nəzarət vasitəsilə əldə edilən nəticələri cədvəl şəklində əks etdirir. Ekspertlə müsahibələr barədə ətraflı məlumat 1 saylı Əlavədə verilmişdir.

Cədvəl 1: Məlumat toplama detalları

Maraqlı tərəflər	Məlumat toplama vasitələri	Nəticələr
Maldarlar	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ev təsərrüfatları arasında sorğu ➤ FQM 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ İstehsalat təcrübələri (yem, yerləşdirmə, sağlamlıq) ➤ Zəruri resursların mövcudluğu (məs.: yem, vaksinlər, dərmanlar) və xidmətlər (məs.: səhiyyə, kredit, sığorta, aqrokonsaltinq) ➤ Xərclər və əlaqədar risklər ➤ Satış təcrübələri və modelləri ➤ Gələcəkdə qoyun yetişdirilməsi planları
Bazar iştirakçıları- <ul style="list-style-type: none"> ➤ Qoyun alverçiləri (ticarətçiləri) ➤ Heyvan kəsimi məntəqələri ➤ Qəssablar ➤ Pendir alverçiləri (ticarətçiləri) ➤ Pərakəndə pendir satıcıları ➤ Supermarketlər 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ EM ➤ Birbaşa nəzarət 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Əməliyyatların miqyası ➤ Quzu/qoyun əti satışı; pendir satışı ➤ Tərs və birbaşa əlaqələr ➤ Satış kanalları ➤ Gigiyena və ərzaq təhlükəsizliyi qaydaları ➤ Problemlər və imkanlar
Siyasətin işlənilib hazırlanmasında və xidmətlərin göstərilməsində iştirak edən digər maraqlı tərəflər <ul style="list-style-type: none"> ➤ Baytarlıq xidməti təminatçıları ➤ Elmi-tədqiqat institutları ➤ Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi, ixracın təşviqi agentlikləri, ➤ Maliyyə institutları 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ EM 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fermerlərin resurslara və xidmətlərə çıxışı ➤ Qoyunçuluq sektorunu tənzimləyən qaydalar ➤ Gigiyena və ərzaq təhlükəsizliyi qaydaları ➤ Qoyunçuluq sektoru üçün baxış (vizyon) ➤ Otların idarə olunması ➤ İxrac dəstək ➤ Tədqiqata dəstək ➤ Sektor üçün hazırlanmış işçi qüvvəsinin olması ➤ Maliyyələşməyə çıxış

FERMER TƏSƏRRÜFATLARININ TƏDQIQINƏ DAİR SEÇMƏ YANAŞMA

Fermerlər arasında ətraflı sorğu Azərbaycanın üç rayonunda - Zaqatala, Beyləqan və Ağcabədi rayonlarında aparılmışdır, çünki bu rayonlar layihənin həyata keçirilməsi üçün əsas ərazilər kimi müəyyən edilmişdir. Seçmə yanaşma kiçik, orta və böyük sürü sahiblərinin istehsal və satış təcrübələrini hərtərəfli anlamaq üçün onların əhatə olunmasını təmin etmək məqsədi daşıyır. Sorğu üç rayonun hər birində 300 ev təsərrüfatında aparılmış, 50 başdan az qoyundan ibarət sürüyə malik 35 təsərrüfatı, 50-200 baş qoyundan ibarət sürüyə malik 40 təsərrüfatı və 200 başdan çox qoyundan ibarət 20 təsərrüfatı və 200 başdan çox qoyundan ibarət 20 təsərrüfatı əhatə etmişdir. Faktiki nümunə Cədvəl 2-də təqdim olunur.

Cədvəl 2: Ev təsərrüfatlarının tədqiqinə dair seçmə yanaşma

Rayon	Sorğunun aparıldığı ev təsərrüfatları			Cəmi Ev təsərrüfatları
	50 başdan az qoyun	50-200 qoyun	200 başdan çox qoyun	
Zaqatala	35	40	20	100
Beyləqan	35	45	22	100
Ağcabədi	38	42	23	100
Cəmi Ev təsərrüfatları	108	127	65	300

1.3 AZƏRBAYCANDA QOYUNÇULUQ SEKTORUNUN İCMALI

1991-ci ildə Sovet İttifaqından müstəqillik əldə etdikdən sonra Azərbaycan sürətlə inkişaf edən neft və enerji sahələri sayəsində xeyli iqtisadi tərəqqiyə nail olmuşdur. Azərbaycan ölkə sənayesinin iki aparıcı məhsulu olan neft və təbii qazla yanaşı, sement, maşınqayırma məhsulları və pambıqla da zəngindir. 2017-ci ildə sənaye sektoru ÜDM-in 49,6 faizini təşkil etdiyi halda, ÜDM-in 5,7 faizi kənd təsərrüfatının payına düşüb (Asiya İnkişaf Bankı (AİB), 2014). Neft və qaz Azərbaycan ixracının 90 faizini təşkil edir ki, bunun da nəticəsində dünya neft qiymətlərinin tərəddüdləri ölkənin ÜDM-nə birbaşa və kəskin təsir göstərir. Son zamanlar iqtisadiyyatın möhkəmləndirilməsi məqsədilə daxili bazar üçün qeyri-neft sektorlarının inkişafına, habelə ixraca daha çox diqqət yetirilir.

ÜDM-in yalnız 6 faizini təşkil edən kənd təsərrüfatı sektoru 2017-ci ildə ölkə əhalisinin təxminən 37 faizinin məşğulluğunu təmin etmiş və aparıcı qeyri-neft sektorlarından biri olmuşdur³. Ölkədə istehsal olunan əsas bitkiləri buğda, arpa, qarğıdalı, üzüm, çay, ipək və tütün təşkil edir. Azərbaycan olduqca müxtəlif relyefə və deməli, müxtəlif aqroiqlim şəraitinə malikdir. Ölkə torpaqlarının təxminən 55 faizinin kənd təsərrüfatı torpaqları olmasına baxmayaraq, Azərbaycan kənd təsərrüfatı və qida məhsullarının xalis idxalçısıdır (Berkum, 2017). Azərbaycan iqlim dəyişikliyinə mənfi nəticələrinə qarşı həssasdır, çünki Xəzər dənizinin səviyyəsi yüksəlir, ölkə isə daha quru olur (Asiya İnkişaf Bankı, 2014), bu isə ölkədə kənd təsərrüfatının dayanıqlılığına diqqətin artırılması üçün daha bir səbəbdir.

Azərbaycanda iribuynuzlu mal-qaranın və qoyunların yetişdirilməsi daha çox üstünlük verilən və məhsuldar heyvandarlıq növüdür. Qoyun yetişdirilməsi, əsasən, ucqar və kənd rayonlarındakı otlaqlarda baş verir və buna görə də kənd təsərrüfatına bilavasitə fayda verə

³ http://www.azerbaijan.az/Economy/Agriculture/agriculture_e.html

bilər. Xırdabuynuzlu heyvanlar heyvandarlıqda və kənd təsərrüfatında ümumi istehsalın yalnız kiçik bir hissəsini təşkil edir, lakin onlar ölkənin ucqar və kənd rayonlarına sosial və iqtisadi töhfələri baxımından daha böyük rol oynayırlar. Azərbaycanda əsasən qoyunlardan ibarət heyvanları sektoru qida mənbəyi və kənd rayonlarında (qeyri-formal) məşğulluq mənbəyidir, lakin struktur məhdudiyyətləri ölkənin 1991-ci ildə müstəqillik əldə etməsindən sonra sektorun artımına imkan verməmişdir. Qoyunçuluq ənənəvi təcrübə əsasında həyata keçirilir və son üç onillikdə ət və yun istehsalından əsasən ət istehsalına tədricən keçid olmuşdur.

Quzu ətinin daxili istehsalı tələbatdan geri qalır və ölkə qoyun ətini (həmçinin mal ətini) idxal edir ki, bu da istehsalın artması hesabına ödənilə biləcək tələb və təklif arasında boşluğun olduğuna dəlalət edir. Azərbaycanın rəsmi statistikasına, Dövlət Statistika Komitəsinin (DSK) son illər verdiyi məlumatlar quzu ətində 98 faiz özünü təminat olduğunu göstərir. Lakin Azərbaycanda kənd təsərrüfatının inkişafı üzrə Strateji Yol Xəritəsi onu idxalı əvəzləmə siyasəti üçün mühüm sektor kimi qəbul edir. Tələb və təklifin hazırkı vəziyyəti daxili bazarın qiymətləndirilməsinə həsr olunmuş bölmədə ətraflı şəkildə nəzərdən keçirilir.

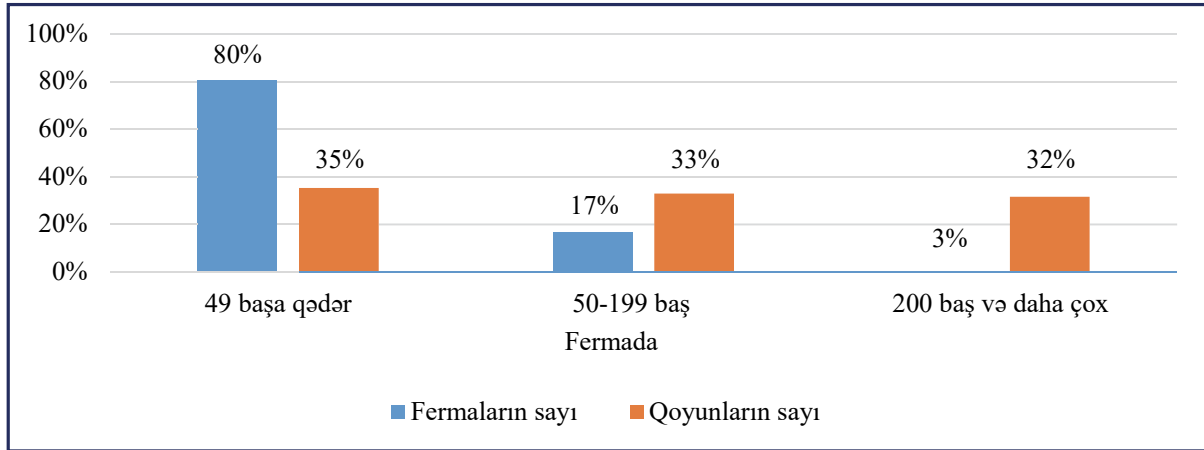
Baumann və b. (2014) iddia edirlər ki, sosial-iqtisadi münaqişələr (Azərbaycan-Ermənistan müharibəsinə istinad edərək) torpaqdan istifadə modelini formalaşdıran şokun ifrat formalarıdır. Müharibə və Ermənistan tərəfindən torpaqların işğal edilməsi Azərbaycanda mal-qaranın otarılması üçün mövcud olan otlara, nəticə etibarilə, həm də sektorun rentabelliyyəsinə bilavasitə təsir göstərmişdir. Bunlar, əsasən, gündəlik idarəçilikdən və qoyunlara qulluqdan məsul olan, lakin qeyri-formal sahədə fəaliyyət göstərən qadınlardır, bu qeydə alınmış və bu cür qəbul edilmir. Milli iqtisadiyyatdan bazar iqtisadiyyatına keçid və müharibələrin baş verməsi də qadınların məşğulluğuna birbaşa təsir göstərmiş, onları qeyri-formal məkana (Najaifizadeh, 2003) daha da sıxışdırmışdır.

QOYUN POPULYASIYASININ PAYLANMASI

Qoyunların paylanması, sərvət və torpaq aktivləri kimi, böyük sürü sahiblərinin xeyrinə təhrif olunur. Qoyunların yetişdirilməsi ilə məşğul olan 184.000 ev təsərrüfatının əksəriyyəti, yəni ümumi sayın 80 faizi öz sürüsünün ölçüsünü 50 qoyun olaraq saxlayır, halbuki onlara məxsus qoyunların ümumi payı qoyunların ümumi populyasiyasının üçdə birindən bir qədər çoxdur (35 faiz). Qoyunların paylanması və qoyunlara sahiblik müşahidə olunan bu bərabərsizliyin digər tərəfi isə odur ki, qoyun populyasiyasının təqribən 46%-i əhalinin sadəcə 8%-nə, hər birində yüz baş qoyun olan fermalar kateqoriyasına aid olan fermalara məxsusdur (Şəkil 1). Eyni vəziyyət fermerlərin 5 faizinin təqribən 40 faizinə sahib olduğu torpaq ehtiyatları halında da müşahidə edilir.

Sürünün bu cür paylanması, əsasən, Azərbaycanda qoyunçuluğun xarakteri haqqında iki şeyi göstərir. Birincisi, bu, əsasən, qoyun yetişdirilməsi ilə məşğul olan kiçik maldarlardır və sektora hər hansı bir müdaxilə xeyli sayda qoyunçu üçün mütləq şəkildə faydalı olacaqdır. İkincisi, xırda maldarlar üçün qoyunçuluq da yaşayış vasitəsidir və buna görə də qoyun satışı maldarların şəxsi maliyyə ehtiyacları kimi bir sıra amillərdən asılıdır və heç də həmişə tələbat və təklifin bazar amillərinə uyğun olaraq həyata keçirilmir.

Şəkil 1: Azərbaycanda qoyunların fermalar üzrə paylanması

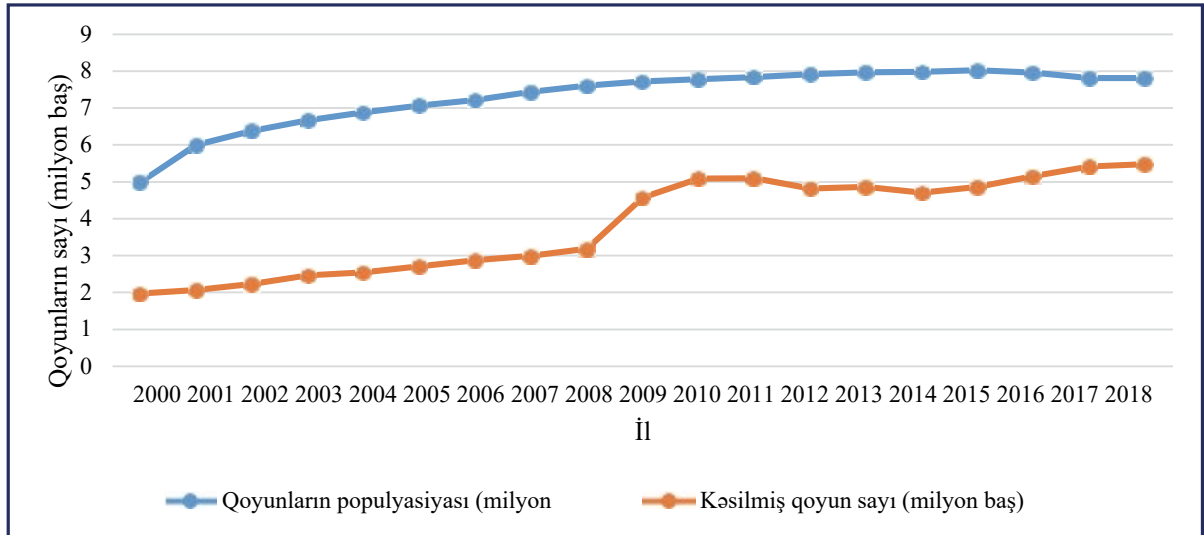


Mənbə: Azstat (müxtəlif illər)

QOYUNÇULUQDA TENDENSİYALAR

Azərbaycanda qoyun populyasiyası 2000-2015-ci illər (Şəkil 2) ərzində durmadan 5,5 milyon başdan 8 milyon başadək (2015-ci ildə) artıb. Qoyun populyasiyası ilk dəfə 2015-ci ildə 8 milyon başı keçərək zirvəyə çatdı, lakin sonrakı illərdə azalaraq 2018-ci ildə 7,7 milyon başa düşdü. Son üç ildə qoyunların ümumi populyasiyası azaldığından və kəsim səviyyəsi artdığından, narahatlıq doğurucu tendensiya özünü göstərir. Ehtimal olunur ki, bu vəziyyət həmin müddət ərzində yem bitkiləri istehsalı üçün sahələrin azaldılmasının birbaşa əksidir.

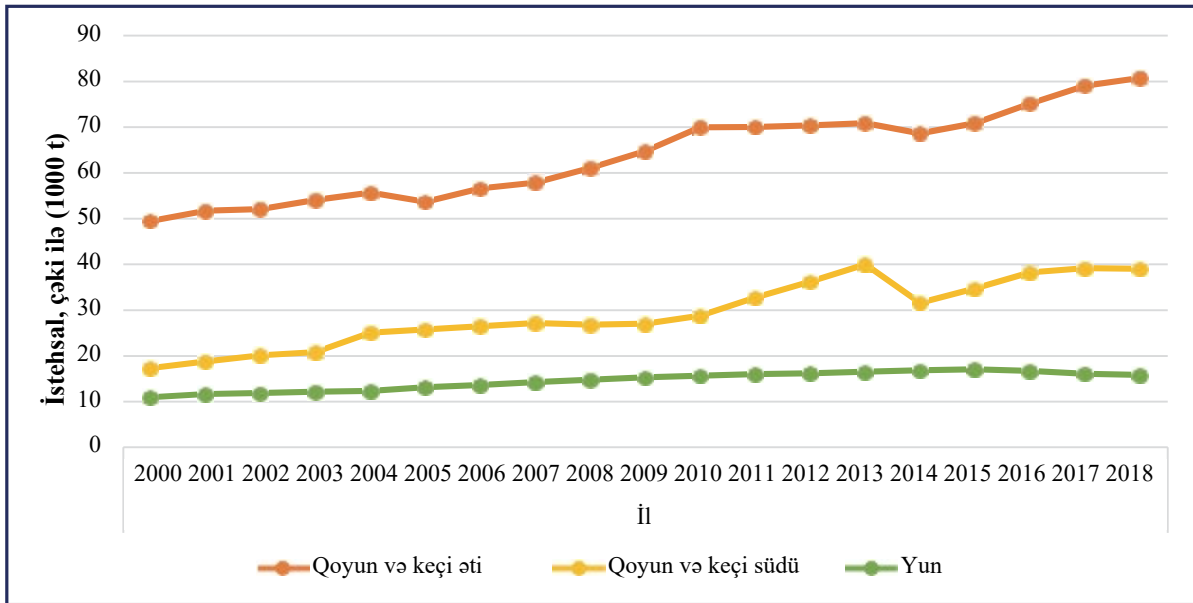
Şəkil 2: Azərbaycanda qoyun populyasiyası və qoyun kəsimi (2000-2018)



Mənbə: Azstat (müxtəlif illər)

Şəkil 3-də 2000-2018-ci illər ərzində qoyun əti, süd və yunu istehsalının dinamikası göstərilmişdir. Ət istehsalı davamlı olaraq artaraq 2000-ci ildə 60 000 tondan 2018-ci ildə 80 000 tona çatmışdır. Hətta qoyun populyasiyasının azalması şəraitində ət istehsalının əhəmiyyətli dərəcədə artması kəsimin yüksək səviyyəsinin aydın göstəricisidir. 2013-cü ildən 2014-cü ilə qədərki dövrdə kəskin tənəzzül müşahidə olunsada, qoyun südünün istehsalı durmadan artırdı, həmin vaxtdan istehsal artmaqdadır. Yun istehsalı bütün dövr ərzində 20 000 tondan az səviyyədə qalmağa davam edib və son beş il ərzində, demək olar ki, durğunlaşıb və 2015-ci ildən sonra azalma qeydə alınıb.

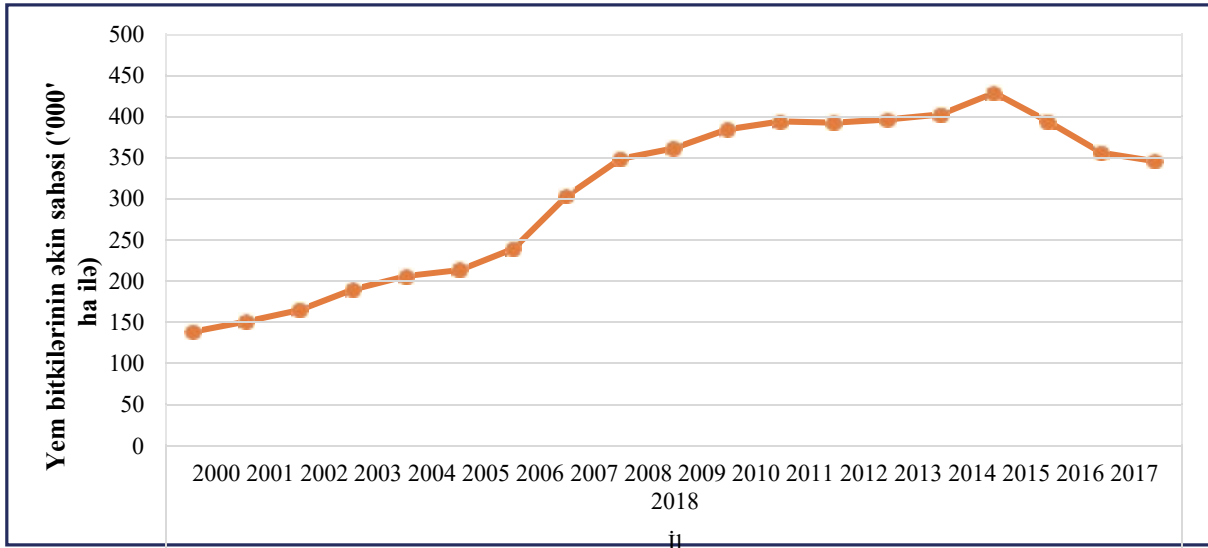
Şəkil 3: Azərbaycanda qoyun əti, südü və yununun istehsalı (2000-2017)



Mənbə: Azstat (müxtəlif illər)

Yem bitkiləri kənd təsərrüfatının əhəmiyyətli hissəsini təşkil edir, iribuynuzlu heyvanlar, eləcə də xırdabuynuzlu heyvanlar üçün ucuz yem təmin edir. Otlar heyvanlar üçün yalnız müəyyən qida ehtiyaclarını təmin edə bilər və il ərzində mövcud deyil, bununla da davamlı mal-qara istehsalı üçün yem bitkilərinin becərilməsini vacib edir. Yem bitkilərinin əkin sahələri 2015-ci ildə alaf kultivasiyası üçün 429 000 ha torpaqdan maksimum həddə çataraq, uzun illər ərzində durmadan artıb, bundan sonra isə azalma tendensiyası başlayıb (Şəkil 4) və 349 000 ha-a çatıb, 2018-ci ildə isə kəskin azalma təqribən 25 faiz təşkil edib.

Şəkil 4: Azərbaycanda yem bitkilərinin əkini (2000-2018)

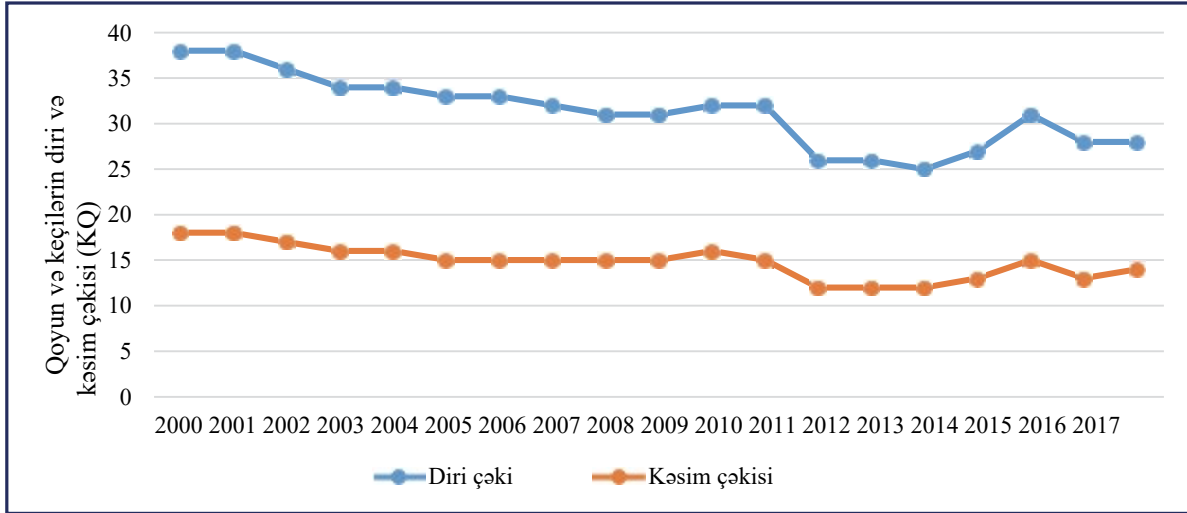


Mənbə: Azstat (müxtəlif illər)

Bu, torpağa qarşı artan təzyiqdır və yem bitkilərinin kifayət qədər olmaması qoyunçuluğun, habelə bütövlükdə heyvandarlıq sektorunun inkişafı və artım üçün təhlükə yaradır. İstehsal amilləri ilə yanaşı, yem bitkiləri də cəmdək çəkisinin əsas həlledici amilidir. Şəkil 5-də gördüyümüz kimi, kəsilən qoyunların orta cəmdək çəkisi təqribən 17-18 kq-dan 2000-ci ildə təqribən 12-14 kq-a qədər azalıb. Heyvan başına düşən

cəmdək çəkisinin təqribən 3 kq azalması müşahidə olunur ki, bu da təqribən 7-8 kq diri çəkiyə bərabərdir. Çox güman ki, bu, lazımi qidalanmanın kifayət qədər olmamasının birbaşa təzahürüdür, çünki fermerlər yem bitkiləri çatışmazlığını qoyun istehsalı üçün kritik bir problem olaraq qeyd edirlər.

Şəkil 5: Azərbaycanda qoyun və keçilərin diri və kəsim çəkisi (2000-2018)



Mənbə: FAOSTAT (müxtəlif illər)

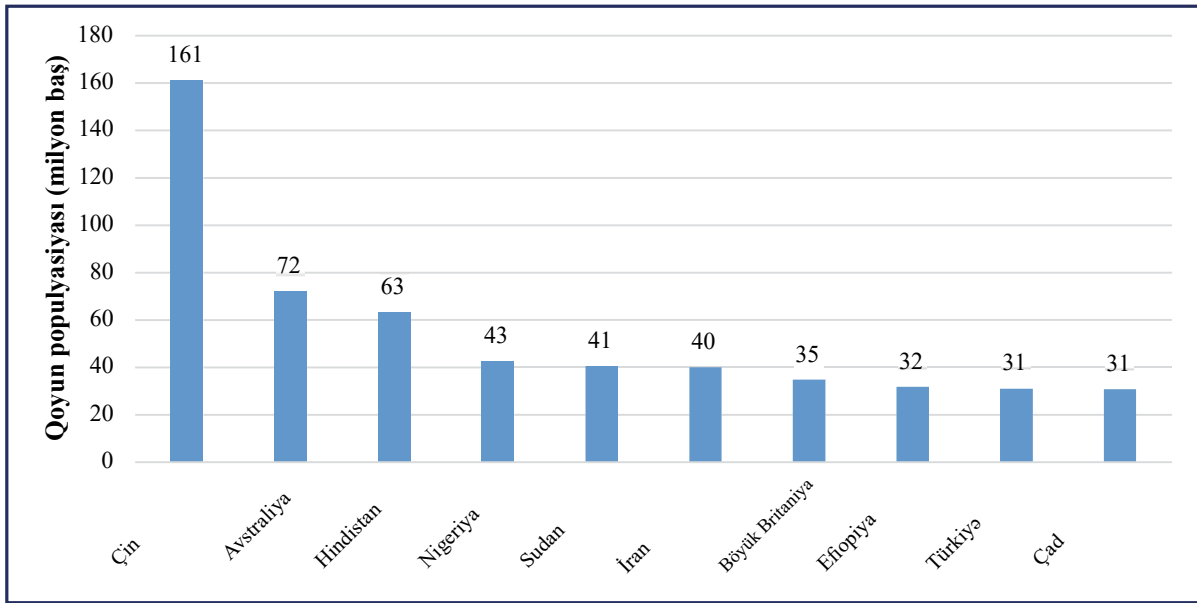
Bu tendensiyalardan irəli gələn əsas məqamlardan biri odur ki, yem bitkiləri ehtiyatlarının azalması qoyunçuluq sektoruna böyük təzyiq göstərir, bu da kəsimin daha yüksək səviyyəsi və daha aşağı cəmdək çəkisi ilə sübut olunur. Bu amillərin məcmusu populyasiyanın artım templərinin azalmasına gətirib çıxarmışdır. Potensial olaraq ölkədə quzu ətinin mövcudluğuna uzunmüddətli mənfi təsir göstərə biləcək say azalmasının qarşısını almaq üçün yem bitkiləri məsələsinə təcili diqqət yetirilməlidir.

2.SON BAZARIN TƏHLİLİ

2.1 DÜNYA BAZARI

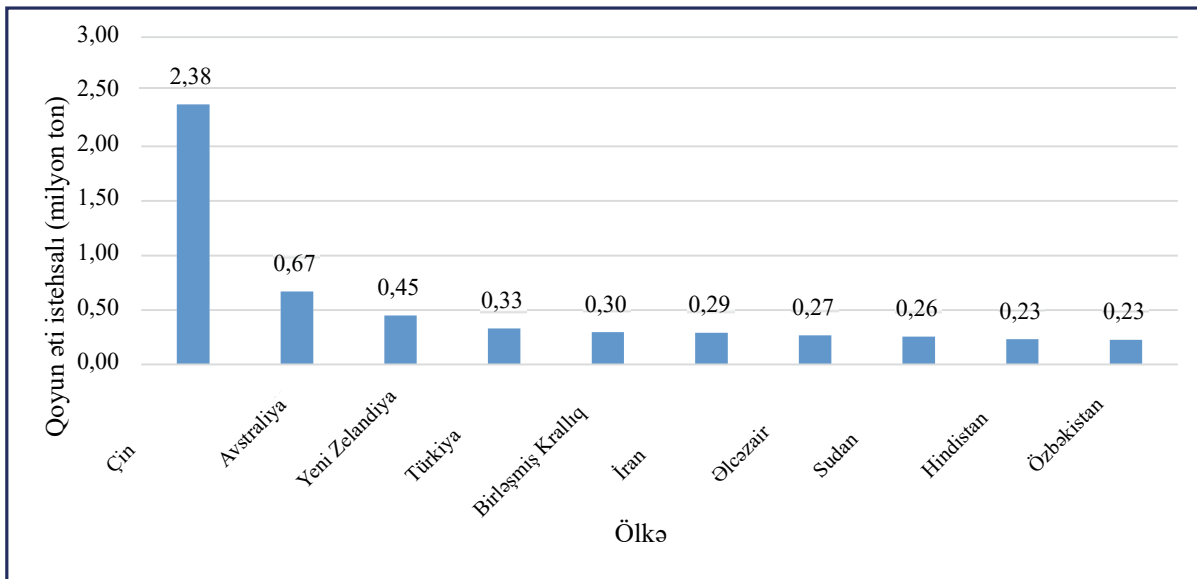
Dünya üzrə qoyun populyasiyası 2007-2017-ci illəri əhatə edən on il ərzində təqribən 8,5 faiz artaraq, 1,1 milyard başdan 1,2 milyard başa çatmışdır. Qoyun əti istehsalı da eyni artım tempi ilə 8,7 faiz artaraq, eyni dövrdə 8,7 mln. tondan 9,5 mln. tona çatmışdır. Şəkil 6 və Şəkil 7-də qoyunların sayı və qoyun əti istehsalı üzrə aparıcı ölkələr təmsil olunur. Aparıcı ət ixracatçısı olan Yeni Zelandiyada 2017-ci ildə qoyun populyasiyası 30 milyondan az olmuşdur.

Şəkil 6: Aparıcı ölkələrdə qoyun populyasiyası (2017)



Mənbə: FAOSTAT (2017)

Şəkil 7: Qoyun əti istehsalı üzrə aparıcı ölkələr (2017)

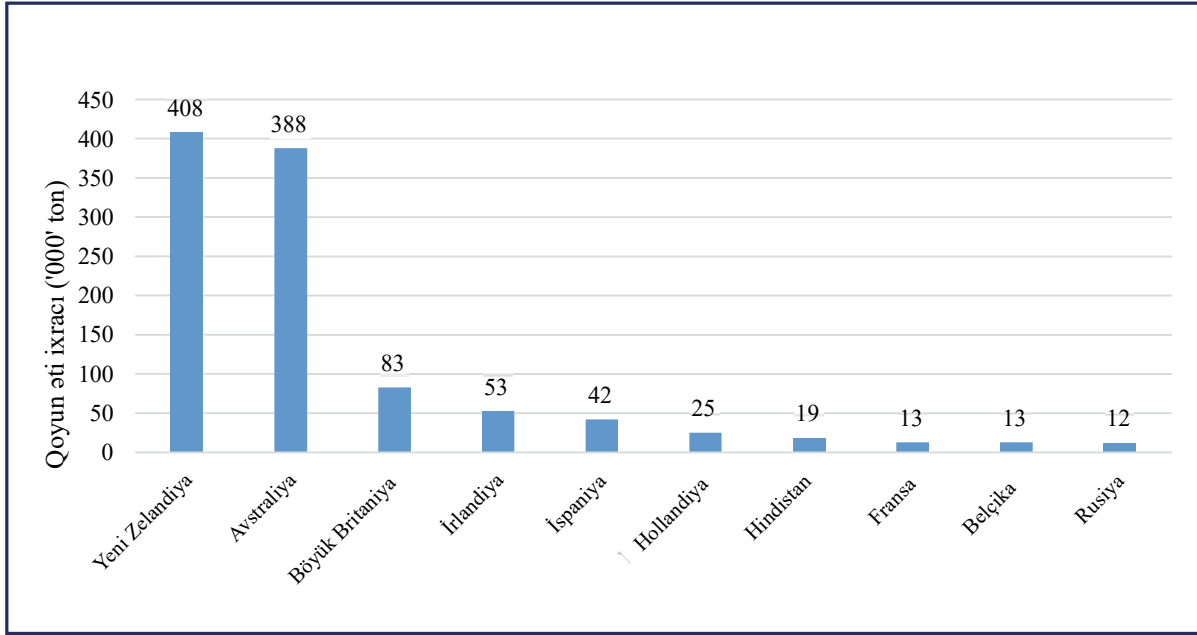


Mənbə: FAOSTAT (2017)

Şəkil 8 və Şəkil 9-da quzu ətinin ixracı və idxalı üzrə aparıcı ölkələr verilmişdir. Dünya üzrə ət ixracı 1,1 mln. ton təşkil edib - Yeni Zelandiyaya, Avstraliya isə ümumi ət ixracının 70%-ni təşkil edib.

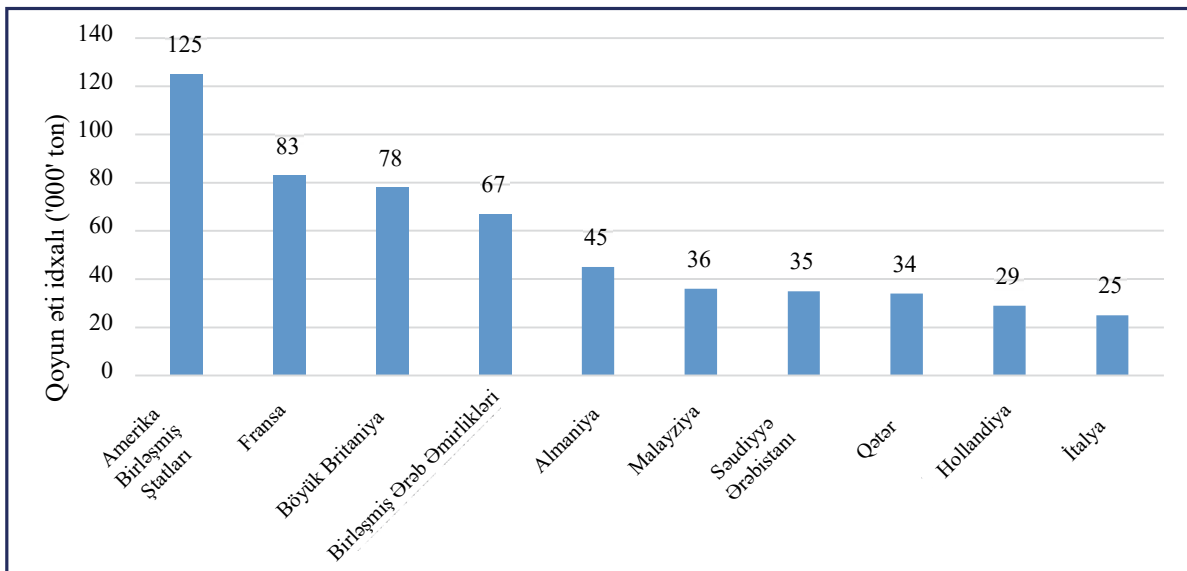
2018-ci ildə dünya üzrə quzu ətinin idxalı 600 milyon ABŞ dolları (~823 000 ton) təşkil edib. ABŞ quzu ətinin aparıcı idxalçısı olub, onu Aİ və Yaxın Şərq ölkələri izləyib. Dünya üzrə quzu əti idxalının 62 faizi Aİ 41 faizi və Yaxın Şərq (21 faizi) ölkələrinin payına düşüb.

Şəkil 8: Qoyun əti ixracı üzrə aparıcı ölkələr (2018)



Mənbə: BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Statistika (Comtrade) (2018)

Şəkil 9: Qoyun əti idxalı üzrə aparıcı ölkələr (2018)



Mənbə: BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Statistika (Comtrade) (2018)

2.2 AVROPA İTTİFAQI VƏ YAXIN ŞƏRQ BAZARLARI

Euromonitor International (2017) araşdırması Aİ və Yaxın Şərqlə bazarlarını Mərkəzi Asiya ölkələrindən gələn quzu əti üçün yüksək potensial ixrac bazarları kimi ortaya qoyub. Bu nəticələr Azərbaycan üçün də eyni dərəcədə aktualdır. Almaniyada (digər Aİ ölkələri üçün də doğrudur) quzu əti qiymətləri yüksəkdir, qablaşdırma, bir qayda olaraq, olduqca kiçikdir və istehlakçılar ətin faydalı xüsusiyyətlərindən və qida dəyərlərindən faydalanmaq üçün orta ət qiymətindən artıq pul ödəməyə hazırdırlar. Eyni şəkildə Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri (BƏƏ) kənd təsərrüfatı məhsullarının beynəlxalq bazarlardan idxalından çox asılıdır. BƏƏ-də istehlakçılar, adətən, yüksək keyfiyyətli zərif mal əti və quzu ətinə üstünlük verirlər. Bununla belə, quzu əti tək bazar tələbatından deyil, həm də Həcc ziyarəti dövründə mədəni/dini tələbatdan da qazanır və bu da daha yüksək qiymətlərlə xarakterizə olunur.

Biz Avropa İttifaqı və Yaxın Şərqlə bazarını Azərbaycandan quzu əti üçün ən böyük potensial ixrac bazarı kimi diqqətlə nəzərdən keçirir, sonra isə MDB ölkələrinə qiymət veririk, çünki bölgədəki ölkələr arasında kifayət qədər sərhəd ticarəti mövcuddur.

Quzu əti üçün Aİ bazarı

Avropa İttifaqı dünyada qoyun ətinin ikinci ən böyük idxalçısıdır, çünki bu regionun ölkələrində qoyun ətinin özünü təminatı 85 faizdir. Hazırda Avropada 830 000 fermada 85 milyon qoyun var⁴. Aİ-də qoyun istehsalçılarının sayı 2000-ci ildən bəri 50 faizdən aşağı, son 10 ildə isə qoyunların məhsuldarlığı ölkə və kənd təsərrüfatı sistemindən asılı olaraq 40 faizə düşüb. Qoyun istehsalının bu cür azalması gəlirlilik, yarımştat fermerlərin, işçi qüvvəsinin əlçatanlığının azalması, texnologiya və innovasiya anlayışının olmaması və s. daxil olmaqla bir sıra amillərdən qaynaqlana bilər.

2018-ci ildə quzu ətinin Aİ-yə idxalının ümumi həcmi 340 000 ton təşkil edib, həm də altı aparıcı ölkə ümumi idxalın 75 faizindən çoxunu təşkil edib (bax: Cədvəl 3). Aİ tərəfdaşları üçün idxalın aparıcı mənbələri, əsasən, Yeni Zelandiya, Avstraliya, İspaniya və İrlandiyadır. Hazırda MDB ölkələrinin Aİ ölkələri ilə böyük ticarəti yoxdur.

Cədvəl 3 Aİ-də aparıcı qoyun əti idxalçıları (2018)

Ölkə	Aİ ixracında payı, həcm üzrə (faizlə)
Fransa	24
Böyük Britaniya*	23
Almaniya	13
Niderland	8
İtaliya	7
Belçika	6
Aİ idxalının ümumi həcmi ('000 ton)	340

Qeyd: Məlumatlar buraya 2019-cu ilə qədər təqdim edildiyindən, Böyük Britaniya da buraya daxil edilmişdir.

Mənbə: BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Statistika (Comtrade) (2018)

⁴ <http://www.sheepnet.network/node/303>

Quzu əti üçün Yaxın Şərq bazarı

2018-ci ildə Yaxın Şərq regionunun (BƏƏ, Səudiyyə Ərəbistanı, Küveyt) ən iri idxalçılarının payına regionda quzu əti idxalının 75%-dən çoxu düşüb (Cədvəl 4). Aİ idxalından əsas fərq ondan ibarətdir ki, bu ölkələr dünyanın bir çox ölkələrindən idxal edirlər. Yeni Zelandiya və Avstraliyanın aparıcı təchizatçılardan biri olmasına baxmayaraq, Braziliya, Hindistan və Efiopiya da daxil olmaqla, müxtəlif qitələrdən bir sıra digər ölkələr də Yaxın Şərqə ixrac edirlər. Bu ölkələr Gürcüstan və Qazaxıstan da daxil olmaqla, MDB regionunun ölkələrindən idxal edir, Azərbaycandan isə çox cüzi idxal edirlər. Aydındır ki, daxili bazarın tələbatını ödəmək və idxalçı ölkələrin keyfiyyətə olan tələblərini yerinə yetirdikdən sonra Yaxın Şərqə ixrac etmək potensialı mövcuddur.

Cədvəl 4 Aİ-də aparıcı qoyun əti idxalçıları (2018)

Ölkə	Yaxın Şərq ölkələri üzrə ümumi idxalın payı, həcm üzrə (faizlə)
BƏƏ	38
Səudiyyə Ərəbistanı	20
Küveyt	20
Yaxın Şərq idxalının ümumi həcmi ('000 ton)	176

Mənbə: BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Statistika (Comtrade) (2018)

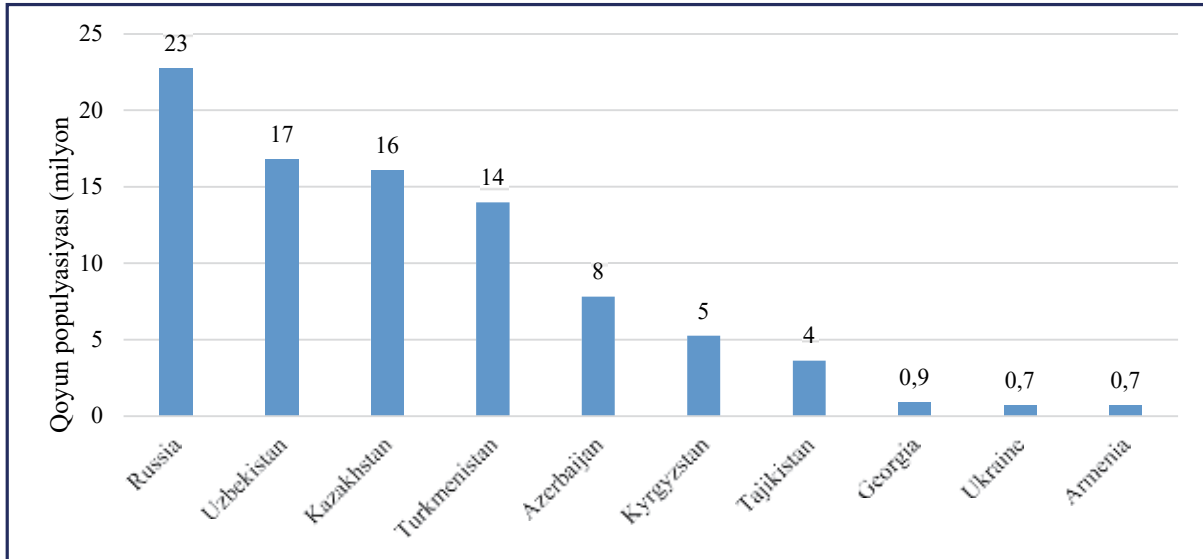
Euromonitor International (2017) tədqiqatı Mərkəzi Asiya ölkələrindən Aİ-yə və Yaxın Şərq regionuna ticarətin yaxşılaşdırılmasına dair bəzi praktiki yanaşmaları vurğulayır: i) Bu regionda istehsal olunan ətin dad keyfiyyətləri və xüsusiyyətləri barədə məlumatlılığın artırılması; ii) Təklifin keyfiyyətinin və həcmnin uyğunluğunu artırmaq üçün istehsalın konsolidasiyası; iii) Ticarətin uzunmüddətli davamlılığı üçün mal-qara populyasiyasının artırılması; iv) Beynəlxalq sertifikatlaşmaya nail olunması (GLOBAL GAP, HACCP) və s.; v) Laboratoriyaların modernizasiyası üçün qabaqcıl beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi; vi) Aviadaşımalar sahəsində tərəfdaşlıq imkanlarının müəyyən edilməsi.

2.3 QOYUN ƏTİ ÜÇÜN REGIONAL BAZAR (MDB ÖLKƏLƏRİ)

Azərbaycanın qoyunçuluq bazarı nöqteyi-nəzərindən MDB-nin əsas ölkələrinin vəziyyətini anlamaq vacibdir. Sovet İttifaqı dağıldıqdan sonra, Gürcüstan, Ermənistan, Azərbaycan, Türkmənistan, Tacikistan, Qırğızıstan və Qazaxıstan da daxil olmaqla, MDB ölkələri qoyunçuluq sektorlarında oxşar problemlərlə qarşılaşdılar. Rusiyada əsas yun və ət bazarları itirildi, mal-qaranın sayı azaldı, sənaye gəlirləri düşdü və maldarlar diqqəti birləşdirilmiş ət və yun istehsalına deyil, ət istehsalına yönəldilər. Qoyunçuluq sektoru uzun illər qeyri-formal bazarların dominantlığı, yerli pendir istehsalı və yağlı kobud yun bazarının kəskin düşməsi baxımından bu ölkələrdə analoji sxemə əməl etdi. Nəticə etibarilə, qoyunçuluq sektorunda vəziyyət bu ölkələrin əksəriyyətində oxşardır.

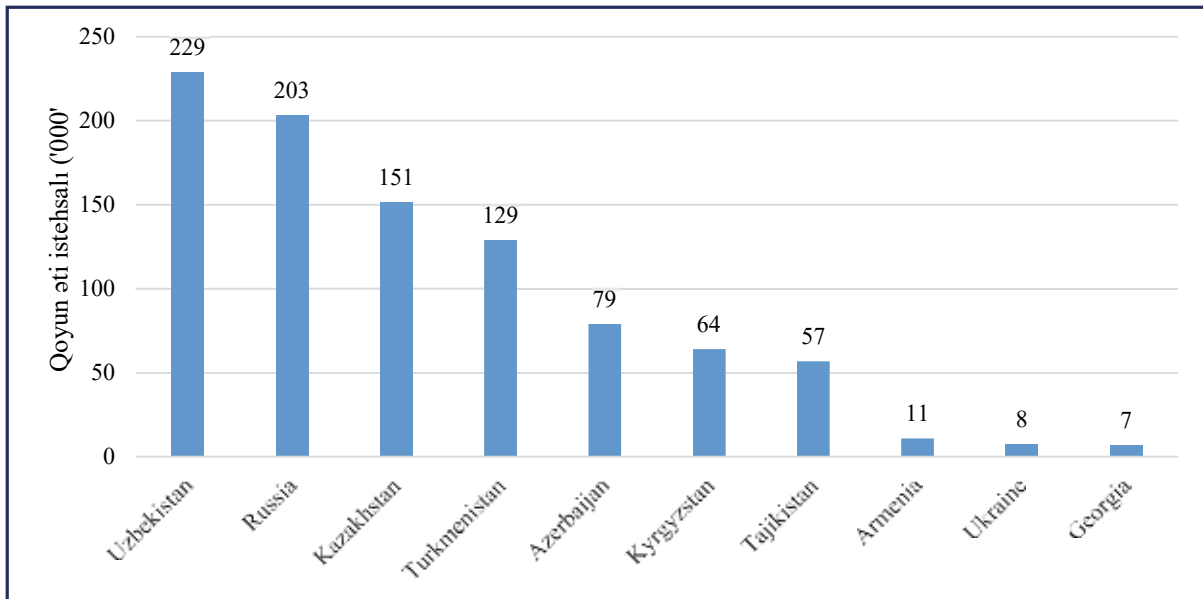
Şəkil 10 və Şəkil 11-də region ölkələrində qoyun populyasiyası və ət istehsalı haqqında ətraflı məlumat verilmişdir. Biz regional bazarın təhlilinə Rusiyanı da daxil edirik, çünki bu, regionda vacib bir oyunçu və, şübhəsiz, ən böyük iştirakçılardan biridir. 7,7 milyon baş qoyun ilə Azərbaycan orta kateqoriyaya düşür, Rusiyada isə, Özbəkistan, Qazaxıstan və Türkmənistanda olduğu kimi, 15 milyon başdan çox qoyun var. Digər tərəfdən, Gürcüstan, Ermənistan və Ukrayna kimi ölkələrdə bir milyon başdan az qoyun var. Eynilə, təxminən, 80 000 ton qoyun əti istehsalına malik olan Azərbaycan 220 000 ton həcmində qoyun əti istehsalı aparan Özbəkistanla birlikdə orta kateqoriyaya düşür.

Şəkil 10: MDB regionunda qoyun populyasiyası (2017)



Mənbə: FAOSTAT (2017)

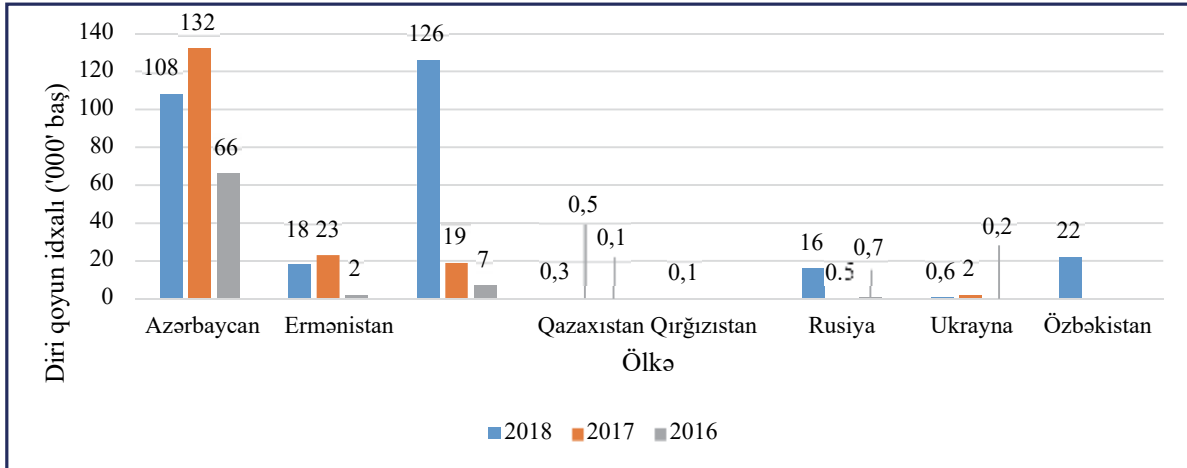
Şəkil 11: MDB regionunda ət istehsalı (2017)



Mənbə: FAOSTAT (2017)

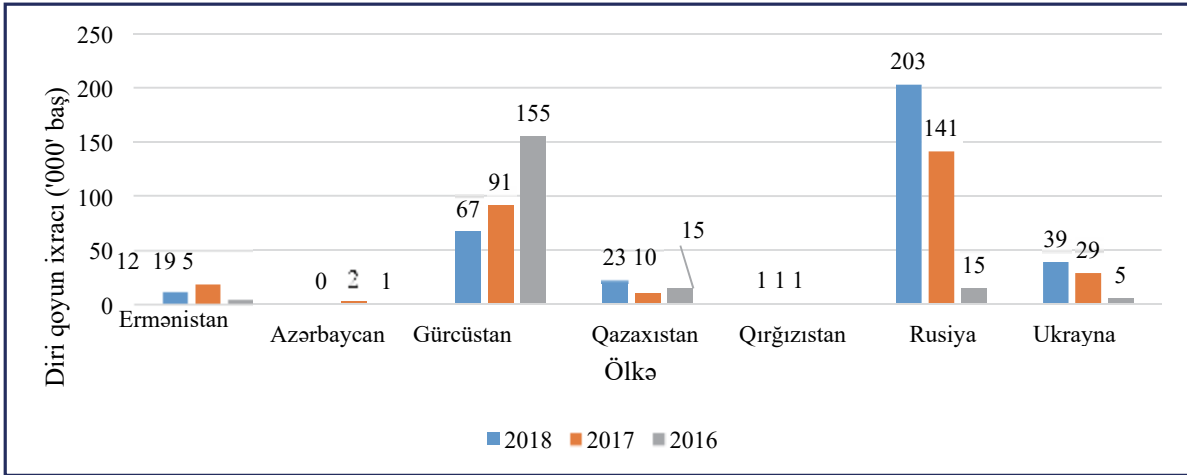
Şəkil 12 və Şəkil 13-də diri qoyun satışının detalları təqdim olunur. 2017-ci ildə Azərbaycan 100 000-dən çox baş qoyun idxal edən ən böyük idxalçı, Rusiya isə 200 000-dən çox baş qoyun ixrac edən ən böyük ixracatçı idi (Şəkil 14). Digər ölkələr də kiçik həcmdə ixrac edərək, Gürcüstan, demək olar ki, bərabər ixrac və idxal (çox güman ki, təkrar ixrac) edir. Bölgəyə ət idxalı çox azdır. **Region ölkələrinin ümumi qiymətləndirməsi göstərir ki, Azərbaycan qoyun ətinin ən yüksək çatışmazlığına malikdir, Rusiya isə ən yüksək ixracatçısıdır.**

Şəkil 12: MDB regionunda diri qoyun ixracı (2016-2018)



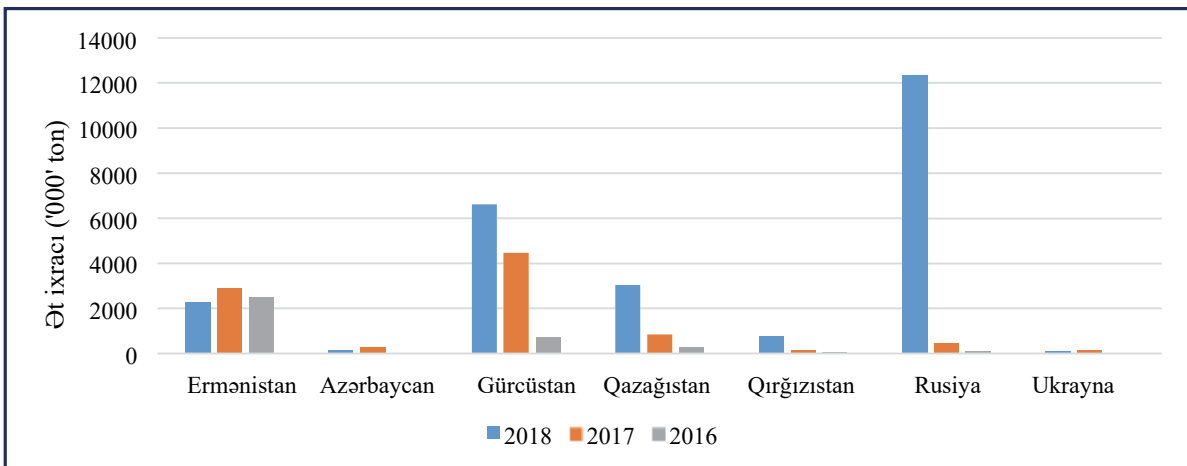
Mənbə: BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Statistika (Comtrade) (2016-2018)

Şəkil 13: MDB regionundan diri qoyun ixracı (2016-2018)



Mənbə: BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Statistika (Comtrade) (2016-2018)

Şəkil 14: MDB regionundan qoyun əti ixracı (2016-2018)



Mənbə: BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Statistika (Comtrade) (2016-2018)

2.4 YERLİ BAZARDA QUZU ƏTİNƏ MÖVCUD VƏ POTENSİAL TƏLƏBAT

Azərbaycan bazarında ən çox mal ətinə, daha sonra isə quş əti və quzu ətinə tələbat var. Quzu və mal əti istehsalı son bir neçə onilliklər ərzində davamlı olaraq artsa da, quş əti istehsalı yavaş-yavaş artır (Cədvəl 5).

Cədvəl 5: Ət istehlakı və adambaşına istehlak

Göstəricilər/İllər	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2018
Mal əti	103 558	131 297	126 321	139 345	139 353	143 014	139 742	158 328
Qoyun və keçi əti	58,702	70,216	70,538	72,086	70,176	71,901	75,834	84,698
Donuz əti	5,257	4,841	2,917	2,072	3,931	4,029	6,617	8,912
Quş əti	82,535	85,627	97,351	95,445	100 741	100 130	119 899	142 040
Ümumi ət istehlakı	250 052	291 981	297 127	308 948	314 201	319 074	342 092	390 351
Populyasiya ('000)	8666,1	9111,1	9235,1	9356,5	9477,1	9593,0	9705,6	9,961
Adambaşına düşən istehlak	28,9	32,0	32,2	33,0	33,2	33,3	35	39,1
Adambaşına düşən istehlak (qoyun və keçi əti)	6,8	7,7	7,6	7,7	7,4	7,5	7,8	8,5

Quzu əti istehsalı 2000-ci ildə 50 000 tondan 2018-ci ildə 81 000 tona qədər artıb. Azərbaycan statistikasına son bir neçə il ərzində ümumi daxili istehlakın 2-4 faizini idxal edərək quzu ətinin istehsalının 98 faizlik özünü təminatı barədə məlumat verir. Bu özünü təminat anlayışı ilə bəzi problemlər var. **Birincisi**, Kənd Təsərrüfatı üzrə Strateji Yol Xəritəsi idxalı əvəzləmə və özünü təminatın artırılması məqsədilə qoyunçuluq sektorunun inkişafını müəyyən etmişdir. **İkincisi**, idxal, əsasən, sərhədin yaxınlığında yerləşən bazarlarda diri qoyun şəklində həyata keçirilir. Əsas maraqlı tərəflər idxalın həcmində bildirildəndən daha yüksək ola biləcəyini bildirmişlər. İrəlidə hesabatda qeyd edildiyi kimi, bu onunla izah olunur ki, damazlıq məqsədlər üçün idxal, 15 faiz gömrük rüsumu tələb edən istehlak üçün idxal ilə müqayisədə cüzi gömrük rüsumu tələb edir. **Üçüncüsü**, Bonnier (2017) tədqiqatı bu özünü təminat konsepsiyası ilə bağlı narahatlıq doğurur. Konkret arqument: əgər əhalinin real gəliri daha yüksək olsaydı, tələbat xeyli yüksək olardı? Azərbaycanda orta statistik ailələrin real gəliri nisbətən aşağıdır. Müəllif, supermarketlər tərəfindən aparılmış araşdırmaya istinad edərək bildirir ki, həmin araşdırmaya əsasən, orta statistik ailə ayda 1300 manat gəlir əldə edir ki, bunun da 350 manatı supermarketlərdə ərzaq məhsullarının alınmasına düşür. Bu, adambaşına düşən xərcləri 3 AZN-ə qədər məhdudlaşdırır ki, bu da prioritetlərin zəruri şeylərə yönəldilməsi deməkdir. Ət heç də həmişə ən yüksək prioritet ola bilməz.

Quzu ətinə gələcəkdə potensial tələbatı üçün iki əsas amil əhalinin artım tempi və adambaşına düşən ÜDM-dir. Azərbaycanda əhalinin artımı son illərdə nisbətən aşağı (1 faiz) olsa da, müsbət olmuş, 2018-ci ildə 9,961 milyon əhali qeydə alınmışdır. Azərbaycanda adambaşına düşən ÜDM 2000-ci ildə 665 ABŞ dollarından 2014-cü ildə 7891 ABŞ dollarına qədər sürətlə artıb. 2015-ci ildə adambaşına düşən ÜDM 3381 ABŞ dollarına düşüb və o vaxtdan bəri kifayət qədər ləng yüksəliş müşahidə olunur. BVF-nin məlumatları, ət istehlakında artan tendensiyanı nəzərdə tutaraq, 2025-ci ildə 2025 ABŞ dollara qədər yüksəliş proqnozlaşdırır.

Quzu ətinə olan tələbatı müəyyən edən digər əsas amillər urbanizasiyanı, səhiyyə ilə bağlı biliklərin artırılmasını, həyat tərzinin dəyişməsinə və emal edilmiş və qiymətli məhsullara keçidi əhatə edir.

Xüsusilə inkişaf etmiş ölkələrin hüdudlarından kənarında yerləşən regionlarda urbanizasiyanın ərzaq tələbatının strukturunu müəyyənləşdirən mühüm amil olacağı gözlənilir. Daha zəngin şəhər əhalisi isə daha çox heyvan mənşəli məhsullar və emal edilmiş məhsulları istehlak edir ki, bu da daha çox sənayeləşdirilmiş və uzun ərzaq təchizatı zəncirləri tələb edir (məsələn, UNEP, 2016). Rəsmi olaraq, ölkə əhalisinin 25 faizinin (2,5 milyon nəfər) Bakıda evi var, lakin Bakıda 4 milyona yaxın insan yaşayır. Urbanizasiyanın digər aspekti istehlakçıların yüksək keyfiyyətli və rahat məhsullara - emal edilmiş, əvvəlcədən doğranmış, qablaşdırılmış və istifadəyə hazır məhsullara üstünlük verməsinin dəyişməsidir⁵. Bakının əsas supermarketləri - Spar, Bravo və s. əti müasir formatda satır. Premium ət və parçalar üçün yüksək qiymətlər premium məhsulların yüksək qiymətində əks olunur. Cədvəl 6-dan görüldüyü kimi, Bakı əhalisinin təxminən 12,5%-i mal ətinə artıq supermarketlərdən alır. Quzu ətinə dair rəqəmlərin də oxşar olduğu ehtimal edilir.

Cədvəl 6: Bakı şəhəri əhalisinin kənd təsərrüfatı məhsullarının alınması kanallarının strukturu

Məhsulun adı	Ənənəvi bazarlar	Supermarketlər	Kiçik yerli mağazalar	Səyyar satıcılar	Uduşlar, yarmarkalar, ev və s.	Almır am
Süd (sənaye)	0 %	44,1%	5,4%	0,0%	0,2%	51,2%
Süd (kənd)	8,7%	0,7%	5,4%	47,4%	17,8%	25,1%
Süd məhsulları (sənaye)	1,1%	62,0%	9,6%	0,0%	0,4%	29,7%
Süd məhsulları (kənd)	16,0%	0,7%	4,1%	29,6%	25,2%	32,1%
Mal əti	22,1%	12,5%	62,8%	2,5%	7,0%	2,6%

Mənbə: FAO Nümayəndəliyi, Bakı/Yol Xəritəsi

Ümumiyyətlə, Azərbaycanda quzu əti üçün son bazar Yaxın Şərqi ölkələrinə ixrac potensialı ilə yanaşı, daxili tələbatın da ödənilməsi məqsədi daşıyır. Lakin ixrac bazarının artımı idxalçı ölkənin keyfiyyət tələblərinə əsaslanacaq və emal və ixrac üçün müvafiq infrastrukturun yaradılması üçün dəyər zənciri üzrə investisiyalar tələb edəcəkdir. Bu hesabatda təhlil edilməyən əlavə amil isə ondan ibarətdir ki, turizmin inkişafı da quzu ətinə tələbatın artmasına gətirib çıxaracaqdır.

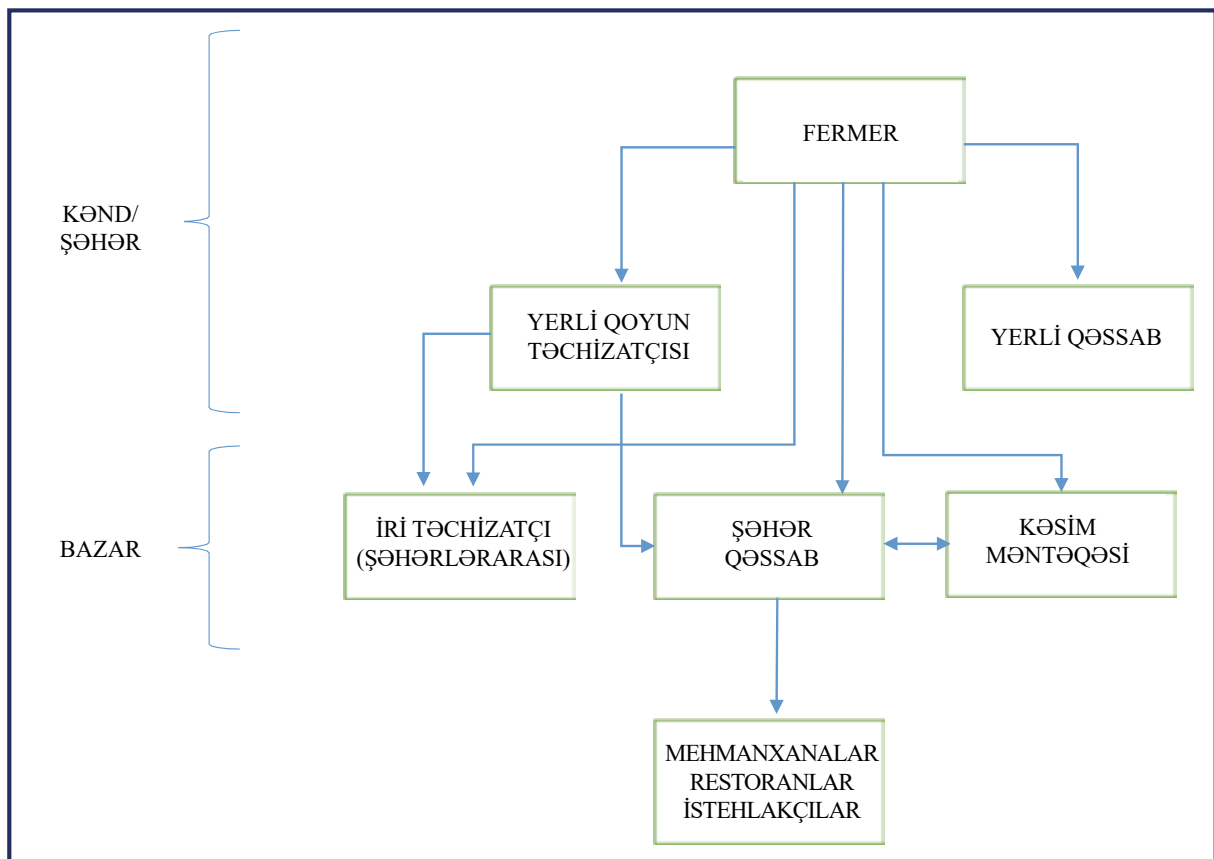
⁵ euromonitor.com/Azerbaijan

3. QUZU ƏTİ ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN TƏHLİLİ

Bu bölmədə quzu əti üzrə dəyər zəncirinin detallarını təqdim edirik. Birincisi, biz zəncirdə və zəncirin fəaliyyətində əsas oyunçulardan ətraflı fikir əldə etmək üçün mövcud dəyər zəncirinin icmalını təqdim edirik. Bunun ardınca fermerlərin istehsal təcrübəsi, diri qoyun satışı, son istehlakçılar üçün heyvan kəsimi/emalı və satışı, eləcə də sektora dəstək verən siyasi şərait və institutların hərtərəfli qiymətləndirilməsi kimi dəyər zəncirinin bütün səviyyələrində fəaliyyətin ətraflı qiymətləndirilməsi aparılır. Nəhayət, ətin dəyər zəncirində problemlərin ümumi qiymətləndirilməsini təqdim edirik. Dəyər zəncirinin mövcud xəritəsi Şəkil 15-də təqdim olunur.

3.1 DƏYƏR ZƏNCİRİNİN XƏRİTƏSİNİN HAZIRLANMASI

Şəkil 15: Qoyunların dəyər zənciri boyunca hərəkəti



Fermerlər, alverçilər (ticarətçilər), qəssablar və heyvan kəsimi məntəqələri daxil olmaqla, dəyər zəncirinin bütün səviyyələrində bütün oyunçuların həm quzu əti, həm də mal əti ilə məşğul olduğunu qeyd etmək vacibdir. Mal-qara bazarlarının əksəriyyətində həm mal-qara, həm də qoyun/quzu birlikdə satılır. Beləliklə, bütün oyunçuların ümumi gəlirləri və xərcləri bu əməliyyatlar arasında bölüşdürülür. Mal ətinin həcmi ümumilikdə bir qədər yüksək, qiymət isə bir qədər aşağıdır.

İstehsal: Qoyun istehsalı səviyyəsində kiçik (<50 baş), orta (50-100 başlıq) və iri (100-500+) sürü sahibləri kateqoriyasına aid 184.000 təsərrüfat qoyunçuluqla məşğul olur. Böyük əksəriyyət (80%) qoyunların ümumi sayının 50-dən az olduğu ölçülü sürüyə malikdir ki, bu da

qoyun populyasiyasının 35%-ni təşkil edir, ev təsərrüfatlarının 8%-i isə qoyun populyasiyasının 46%-nə malikdir. Qoyunçuluq sistemləri, əsasən, ekstensiv və yarım-intensiv yem bitkiləri istehsalı üçün otlaq və əkin torpaqlarının mövcudluğuna əsaslanır.

Diri qoyun satışı: İstehsalat zonalarında maldarlar qoyun ətinə yerli qəssablara və ya yaxınlıqdakı həftəlik heyvan bazarındakı alverçilərə (ticarətçilərə) satırlar. Mal-qara bazarları quzu və mal-qaranın birlikdə satıldığı bazarlardır. Kiçik maldarlar hər dəfə bazara maşınlarda 2-3 quzu gətirirlər. Orta və böyük sürü sahibləri isə çox vaxt bazara kiçik yük maşınında 20-30 quzu gətirirlər. Bu kateqoriyadan olan bəzi maldarlar bazara bir və ya iki qoyunla gəlir bazaradakı alverçilərlə (ticarətçilərlə) əlaqə qurur və sonra onları öz təsərrüfatlarından alverçilərə (ticarətçilərə) satırlar. Bu, əsasən, bazar rüsumlarının (1 AZN/heyvan) və nəqliyyat xərclərinin qarşısını almaq üçün edilir.

Quzuların əksəriyyəti 3-6 aylıq, təqribən 35 kq diri çəki ilə və ya 15-16 kq ət çəkisi ilə satılır. Maldarların qazancı diri çəkinin hər kiloqramına görə 5 AZN, yaxud diri çəkisi 30-35 kq olan heyvana görə təxminən 130-180 AZN təşkil edirdi.

İlkin və ikincil alverçilər (ticarətçilər) mal-qara bazarlarında quzuların/qoyunların yığılması, daşınması və satışı ilə məşğul olan əsas iştirakçılardır. İlkin alverçilər (ticarətçilər) bazarlarda maldarlardan quzuları yığır və ikincil alverçilərə (ticarətçilərə) satırlar. İkincil alverçilər (ticarətçilər) şəhərlərdə terminal bazarlarında satmaq üçün quzuları birbaşa maldarlardan və ilkin alverçilərdən (ticarətçilərdən) alırlar. Əksər ikincil alverçilər (ticarətçilər) həm quzu, həm də mal-qara ilə məşğul olur və, adətən, onları şəhərə birlikdə aparırlar.

Ət emalı və satışı: Qəssablar heyvan kəsimi və ət satışı ilə məşğul olan əsas bazar iştirakçılarıdır. İstehsal rayonlarına yaxın olan şəhərlərdə işləyən qəssablar qoyunları bilavasitə maldarlardan, bazarlarda işləyən ilkin və ikincil alverçilərdən (ticarətçilərdən) alırlar.

Bakı kimi iri şəhərlərdə işləyən qəssablar qoyunları, əsasən, ikincil alverçilərdən (ticarətçilərdən) və bəzən yaxın ərazilərdən birbaşa bazara qoyun gətirən maldarlardan alırlar. Pərakəndə ticarətlə məşğul olan kiçik qəssablardan (20-30 kq/gün) fəaliyyət miqyası daha geniş olan və restoranlar, şənliklər, tədbirlər və s. üçün ət təmin edən bəzi böyük qəssablara (200-300 kq/gün) qədər bütün qəssabların fəaliyyət miqyası və əməliyyatlarında əhəmiyyətli fərqlər var.

Bəzi şəbəkə ət mağazaları və supermarketlər də əlavə dəyərsiz ət və s. kimi məhsullar satırlar. Ət yeməkləri restoran və hotellərdə də çox populyardır. Ətin qiyməti nisbətən kiçik şəhərlərdə 11-12 AZN/kq-dan Bakıda 13 AZN/kq-a qədər dəyişir, premium kəsim isə 18 AZN/kq-a qədər qiymətə satılır. Hazırda emal üçün investisiya məhduddur və ət emalı və ya emal olunmuş markalı məhsulların satışı ilə məşğul olan bir neçə firma var (Bonnie, 2017).

Qəssablarla yanaşı, şəhərlərdə və ətraf ərazilərdə heyvan kəsim məntəqələri var ki, burada da müəyyən ödəniş qarşılığında alverçilərə (ticarətçilərə) və qəssablara heyvan kəsimi xidmətləri təklif edilir. Onlar da həm mal-qara, həm də qoyun alaraq kəsir, əsasən, qəssablara satırlar, bəzilərinin isə pərakəndə satış mağazaları var. Kəsim haqqı iribuynuzlu mal-qara/camiş üçün 20 AZN və quzu üçün 2-3 AZN təşkil edir. Bu heyvan kəsimi məntəqələri şəhər və qəsəbələrdə miqyasına və ölçüsünə görə fərqlənir.

Diaqram 1-də regionlarda, eləcə də Bakıda ətin mövcud dəyər zəncirlərinin xəritəsi təqdim olunur. Qalın şriftlə fərqləndirilmiş dəyər zəncirləri ən dominant dəyər zəncirləridir. Quzu alışı və satışında iştirak edən və bir-biri ilə əlaqəli olan bir sıra iştirakçılar var. Kənd yerlərində bu

zəncirlər istehsal və istehlakın yaxınlığı səbəbindən nisbətən kiçikdir. Kənd yerlərində ət istehlakı ətin kəndin özündə satıldığı yerlərdə olduqca yayqındır. Digər hallarda qəssabın maldarla birbaşa əlaqələri var və heyvanı kənd bazarı daxilində və ya xaricində birbaşa maldardan alır.

Diqram 1: Qoyun əti üçün satış kanalları

AĞCABƏDİDƏ/BEYLƏOANDA DƏYƏR ZƏNCİRLƏRİ

Zəncir 1: Maldarlar - İstehlakçı

Zəncir 2: Şəxsi təsərrüfatlar/Maldarlar - Yerli qəssab - İstehlakçı

Zəncir 3: Maldarlar - İlk/İkincil alverçi (ticarətçi) - Yerli qəssab -

İstehlakçı Zəncir 4: Maldarlar - Heyvan kəsimi məntəqəsi - Yerli qəssab -

İstehlakçı

BAKIDA DƏYƏR ZƏNCİRLƏRİ

Zəncir 5: Şəxsi təsərrüfatlar/Maldarlar - Qəssab - İstehlakçı

Zəncir 6: Maldarlar - İlk/İkincil alverçi (ticarətçi) - Qəssab -

İstehlakçı Zəncir 7: Maldarlar - Alverçi (ticarətçi) - Heyvan kəsimi

Qeyd: Qalın şriftlə fərqləndirilmiş dəyər zənciri ən dominant dəyər zənciridir.

Qoyunçuluq üzrə dəyər zəncirinin ümumi qiymətləndirməsindən irəli gələn mühüm müşahidələr mövcuddur. Zəncirdə kifayət qədər şaquli inteqrasiya var - heyvan kəsim məntəqələri, qəssablar, aparıcı ət zəncirləri daxil olmaqla, ət zəncirinin yuxarıdan-aşağıya düzülən iştirakçıları öz əməliyyatlarını təmin etmək üçün böyük qoyunçuluq təsərrüfatlarına malikdirlər və lazım olduqda bazardan satın alırlar. Bu, gələcəkdə ixracın keyfiyyəti ilə bağlı tələblərə cavab vermək üçün yaxşı bir göstəricidir, çünki aparıcı iştirakçılar bütün zəncirdə keyfiyyət aspektlərinə yaxşı nəzarət edəcəklər.

3.2 İSTEHSALAT TƏCRÜBƏSİ

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, Azərbaycanda qoyun populyasiyası kiçik, orta və iri sürü sahibləri arasında paylanıb. Qoyunçuların hər kateqoriyasının tətbiq etdiyi istehsal təcrübəsinin təsviri fermer təsərrüfatlarının dərinəndən araşdırılmasına əsaslanır.

Kiçik maldarlar üçün qoyun yetişdirilməsi təbii təsərrüfatın bir formasıdır ki, bu da kiçik gəlirlər əldə etməyə imkan verir, eləcə də ət və pendir hesabına ailənin ərzaq tələbatını əhəmiyyətli dərəcədə ödəyir. Böyük sürü sahiblərinin sürüsünün ölçüsü 200-dən 500+ə qədər, bəzən isə daha çox sayda qoyundan ibarət olur. Böyük sürülərin sahibləri dövlət qurumları ilə formal/qeyri-formal əlaqələr sayəsində resurslara və xidmətlərə daha yaxşı çıxış imkanına malikdirlər. Çox vaxt onlar dövlət müəssisələrinin keçmiş işçiləridir və ya onların işçiləri və ya keçmiş işçiləri ilə əlaqələrə malikdir. Bir qayda olaraq, onların əsasən dövlət müəssisələrindən icarəyə götürülən torpaq sahələrinin böyük hissəsinə çıxışları var; heyvandarlıq sahəsində becərmə və xidmətlərin elmi metodları ilə bağlı informasiyaya daha geniş çıxış imkanına malikdirlər. Bir qayda olaraq, bunlar quzu, eləcə də pendir kimi məhsulları müntəzəm olaraq alverçilərə (ticarətçilərə) və bazarda satan, kiçik maldarlarla müqayisədə nisbətən iri maldarlardır.

Maldarlar arasında sorğunun nəticələri kiçik, orta və böyük sürü sahiblərinin riayət etdiyi qoyunçuluğun idarə edilməsi təcrübəsini müəyyən etməyə imkan verdi. Qoyunçuların profili, ilk növbədə, cins heyvan yetişdirilməsi, yem və yem bitkiləri, sağlamlığın idarə edilməsi, quzu ətinin, yunun və pendirin qoyun sürüsü sahibləri tərəfindən saxlanması və satışı üzrə təcrübələrə riayət edən təcrübələr əsasında təqdim olunur.

Qoyunlar üçün əsas baytarlıq xidmətləri təminatçısı Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin regional mərkəzləri vasitəsilə baytarlıq xidmətləri göstərən Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Aqrar Xidmətlər Agentliyidir. Fermerlərin daha yaxşı əhatə olunması üçün yerlərdə hər 2-3 kənd üçün baytarlıq məntəqəsi mövcuddur. Yerlərdə baytarlıq məntəqələri fermerlərə baytarlıq xidmətləri göstərir. Bundan əlavə, regional mərkəzlər də kənd təsərrüfatı və heyvandarlıq sahəsində arqrokonsaltinq xidmətləri göstəriirlər. Dövlət xidmətləri ilə yanaşı, kiçik şəhər və kənd yerlərində özəl baytarlıq mağazaları da peyvəndlərin, dərmanların və s. çatdırılması ilə yanaşı, baytarlıq xidmətlərinin göstərilməsi ilə fəal şəkildə məşğul olurlar.

Qoyunçuların profili: Metodologiya bölməsində müzakirə edildiyi kimi, sorğuda 300 maldar iştirak edib ki, bunlardan 108, 127 və 65-i müvafiq olaraq kiçik, orta və böyük sürü kateqoriyasına aid idi. Bu kateqoriyalar üzrə sürünün orta ölçüsü müvafiq olaraq 28, 95 və 480 başdır.

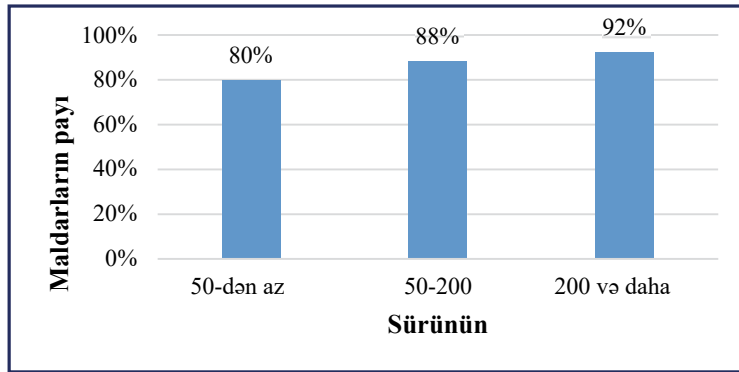
Cədvəl 7-də sorğuda iştirak edən qoyun sürüsü sahiblərinin qısa profili verilmişdir. İki əsas məqam ortaya çıxır. **Birincisi**, bütün üç kateqoriya üzrə qoyun sürüsü sahiblərinin təhsil səviyyəsində ciddi fərq yoxdur. Qoyun sürüsü sahiblərindən, demək olar ki, 70-80 nəfəri orta təhsilli idi. Van Berkuma (2017) görə, Azərbaycanda ümumi təhsilin səviyyəsi nisbətən yaxşıdır – 25 yaşdan yuxarı əhalinin 98,5 faizi ibtidai məktəbi, bunun 95,6 faizi orta məktəbi və böyük hissəsi (30 faizi) ali məktəbi bitirmişdir. **İkincisi**, böyük sürü sahiblərinin əksəriyyəti yaşlılar kateqoriyasına aiddir. Bu, qoyunçuluq sektorunun ənənəvi sektordan intensiv sistemə keçidi zamanı nəzərə alınmalı olan mühüm məqamdır.

Cədvəl 7: Qoyun sürüsü sahiblərinin profili

	Maldarların profili		
	50-dən az	50-200	200 və daha çox
Yaş			
Gənclər (35 yaşa qədər)	15%	28%	14%
Orta Yaşlılar (36-55)	56%	39%	39%
Yaşlı insanlar (55 yaşdan yuxarı)	30%	33%	47%
Təhsil			
Orta məktəb (11 sinfədək)	67%	78%	72%
Kollec (texniki peşə məktəbi)	11%	8%	8%
Ali təhsil	22%	14%	20%

Cins heyvan yetişdirilməsi: Sorğunun keçirildiyi rayonlarda fermerlərin, əsasən, Qarabağ və Qaradolaq qoyunlarını yetişdirdikləri bildirilir. Maldarların əksəriyyəti qoyunları ət və yun üçün deyil, əsasən, ət üçün yetişdirməyə başlayıblar və buna görə də ətlik cinslərə diqqət yetirirlər. Rus rejimi zamanı Merinos qoyunu, əsasən, yun üçün yetişdirilən ərəzidə məşhur bir cins olmuşdur. Lakin bu cins hazırda fermerlər arasında o qədər də populyar deyil, çünki Sovet İttifaqının dağılmasından sonra yuna tələbat xeyli azalıb.

Şəkil 16: Damazlıq üçün yüksək keyfiyyətli qoçlardan istifadə edən maldarların faizi



Bütün kateqoriyalar üzrə maldarların təxminən 80-90%-i öz damazlıq heyvanları arasında yüksək keyfiyyətli qoçları fəal şəkildə istifadə ediblər. Ümumiyyətlə, maldarlar yüksək keyfiyyətli qoçların mövcudluğu ilə bağlı çətinliklərin olduğunu bildirmiş və, əsasən, öz sürüsündən yüksək keyfiyyətli qoçları müəyyənləşdirmişlər (Şəkil 16).

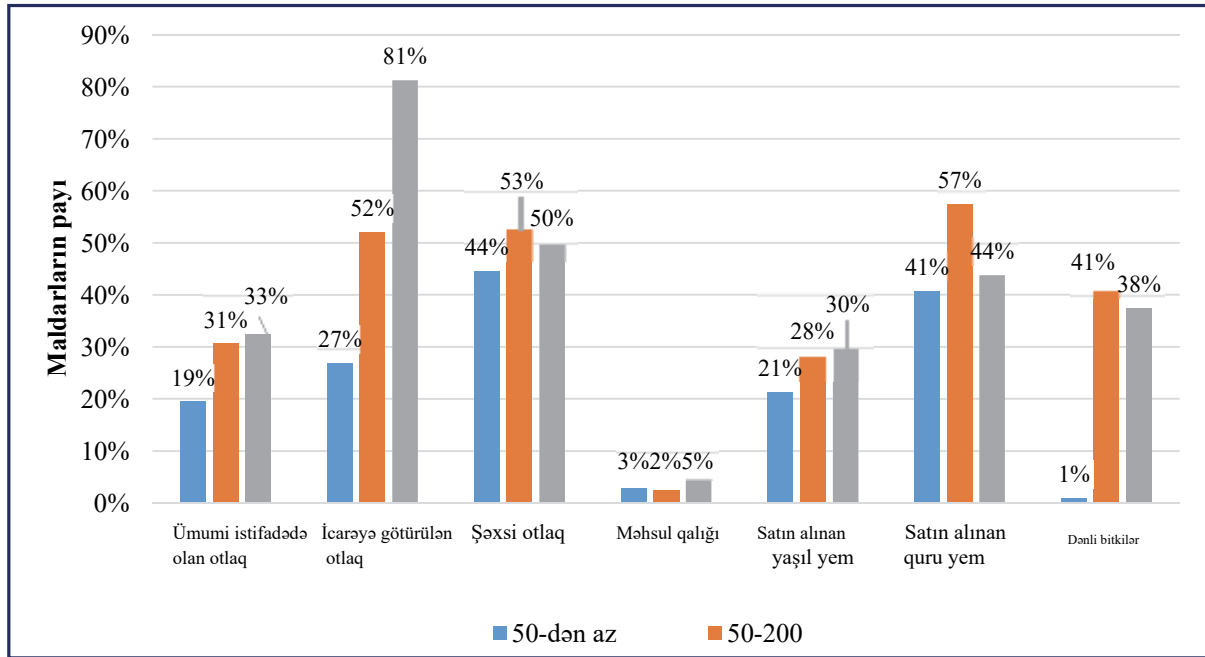
Ölkədə cins heyvanların yetişdirilməsi ilə bağlı elmi tədqiqatlar aparılmır, bunun nəticəsində də maldarların əksəriyyəti orta məhsuldarlığa malik yerli cinsi yetişdirməyə davam edir. Hökumət xarici cinslərin idxalına icazə verir və bəzi maldarlar süd istehsalı və s. kimi xüsusi məqsədlər üçün qonşu ölkələrdən (İspaniya və digər Avropa ölkələrindən) ekzotik qoyun cinslərini idxal edirlər. Hökumət həmçinin sıfır gömrük rüsumu vasitəsilə yüksək əlavə dəyəri olan cins heyvanların idxalını dəstəkləyir. Bununla belə, ölkəyə uyğunlaşa bilən cinslərin müəyyən edilməsi və sınaqdan keçirilməsi üçün elmi dəstək sisteminin olmaması, bu təşəbbüslər də qoyun idxal edən müəssisələr üçün yüksək itkilərə, eləcə də bu təşəbbüslərin subsidiyalaşdırılması üzrə vəsaitlərin itirilməsinə səbəb ola bilər.

Yem bitkiləri istehsalının idarə edilməsi: Qoyun yetişdirilməsi torpağın olması (kənd təsərrüfatı sahələri, otluqlar və ya meşə sahələri), mövcud yem bitkiləri ehtiyatları və digər yem əlavələri kimi müxtəlif amillərdən asılı olaraq ekstensiv, yarım-intensiv və ya intensiv istehsal sisteminin bir hissəsi kimi həyata keçirilə bilər. Ekstensiv istehsal sistemi zamanı qoyunlar otlaq və kənd təsərrüfatı sahələrində sərbəst şəkildə ot, yarpaq, kol və bitki qalıqları ilə qidalanmaları üçün otlaqlara çıxarılır. Intensiv istehsal sistemində otlaq sahələrinin olmaması halında, qoyunlar, bir qayda olaraq, məhdud məkanda qidalanırlar. Beləliklə, intensiv sistem daha çox zəhmət (heyvanların yerləşdirilməsinin idarə edilməsi, yemlərin yığılması və alınması və tullantıların idarə edilməsi baxımından), eləcə də daha yüksək maddi xərclər tələb edir. Yarım-intensiv istehsal sistemi intensiv və ekstensiv sistemlərin birləşməsidir, burada qoyunların otlamasına icazə verilir, qoyunlar həmçinin otlamaqla yanaşı, əlavələrlə də qidalanırlar.

Yarım-intensiv sistemdə bu iki sistemin birləşməsinin xarakteri və dərəcəsi otlaqların mövcudluğundan, becərilən bitkilərin növündən və əlavə yemlərin mövcudluğundan, habelə suyun mövcudluğundan asılıdır. Fevral/mart aylarında quzu doğulduqdan sonra maldarlar hər il 3-4 ay ərzində otlaq rolunda çıxış edən yay otlaqlarına daha yaxşı çıxış əldə edirlər. Qış otlaqları geniş yayılmamışdır. Torpaqlara çıxışı olan maldarların əksəriyyəti qış aylarında yemə olan tələbatı ödəmək üçün yem bitkiləri yetişdirir, məhdud çıxışa malik və ya torpağa çıxışı olmayan bir çox kiçik sahibkarlar bahalı yem/dənli bitkilər almaq və ya heyvanları gənc yaşda satmaq məcburiyyətində qalırlar.

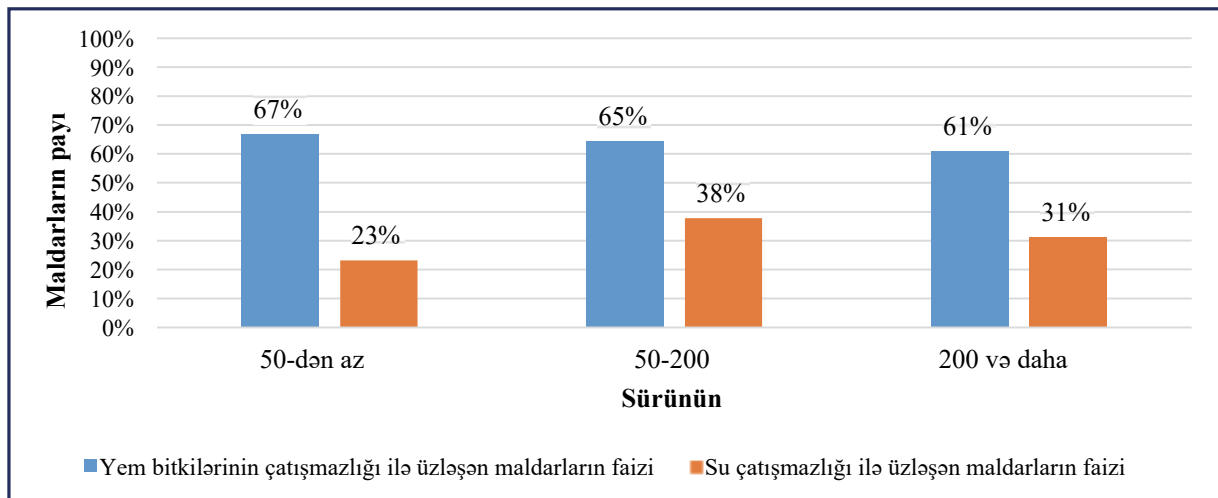
Hökumət, bir qayda olaraq, otlaqları 2-10 illik müddətə (illik icarə haqqı 80 AZN/hektar olmaqla) maldarlara icarəyə verir. Son illərdə kənd təsərrüfatı sahələrinin artması icarəyə götürülmüş torpaqlara çıxış əldə edilməsinə ciddi təsir göstərmişdir.

Şəkil 17: Qoyunlar üçün yem mənbəyi



Şəkil 17 göstərir ki, iri maldarlar icarəyə götürülmüş torpağa (81%) kiçik sürü sahiblərinin 27 faizinə və orta sürü sahiblərinin 50 faizinə nisbətən daha çox çıxış əldə ediblər. Maldarların demək olar ki, bütün kateqoriyaları quru və yaşıl yem bitkiləri alıb. Torpağa (10-15 hektar) çıxışı olan orta və böyük sürü sahibləri də dənli bitkilər (yonca və arpa) yetişdirib və heyvanları bunlarla bəsləyib. Kiçik maldarlar yemlə bağlı çətin vəziyyət barədə məlumat veriblər. Onlar hətta qonşularının fındıq və digər bitkilər əkilmiş torpaqlarını bir neçə həftəliyə icarəyə götürüblər. Onlar yaz aylarında yem çatışmazlığı səbəbindən heyvanların ölümü barədə məlumat veriblər. Nəhayət, yem bitkilərinin olmaması səbəbindən 3-4 aylıq quzuların ələcsizlikdən satıldığı da bildirilib. Şəkil 18-də göstərildiyi kimi, demək olar ki, bütün maldarlar sürüləri üçün yem və su ehtiyatlarının olmaması barədə məlumat veriblər.

Şəkil 18: İlin istənilən vaxtında qoyunlar üçün yem və su çatışmazlığı ilə üzləşən maldarların faizi



Tamamilə ekstensiv olan istehsal sistemi yüksək keyfiyyətli orqanik ət istehsal edir, qoyunçuluq üçün yarı-intensiv və intensiv istehsal sistemində isə dövlət tərəfindən dəstək verilir. Otlar kənd təsərrüfatı istehsalı üçün istifadə olunacaq, bu isə otarma üçün daha az torpaq qalmasına gətirib çıxaracaq və mövcud istehsal təcrübəsini

problemə çevirəcəkdir. Otların keyfiyyəti vaxt keçdikcə mal-qaranın həddindən artıq otarılması və bunun səbəb olduğu eroziya səbəbindən azalır. Nəticədə, mövcud yem bitkilərinin keyfiyyəti və miqdarı sənayenin inkişafı üçün bir problem halına gəlir. Nisbətən kiçik maldarlar kiçik torpaq mülkiyyəti səbəbindən kifayət qədər yem bitkiləri istehsal edə bilmir və sürülərini qidalandırmaq üçün yüksək qiymətə alaf almaq məcburiyyətində qalırlar. **Belə bir vəziyyətdə, bu sektorun ərzaq və qida təhlükəsizliyi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən yem bitkilərinə olan ehtiyacını riskə məruz qoymamaq üçün intensiv qoyunçuluğa keçilməsi ilə bağlı dövlətin baxışı (vizyonu) ehtiyatla qəbul edilməlidir. Kiçik fermerlərin yem bitkiləri ehtiyacı məsələsini təcili şəkildə həll etmək lazımdır.**

Sağlamlığın idarə edilməsi: Baytarlıq xidmətlərinin əsas təminatçısı Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Aqrar Xidmətlər Agentliyidir. Baytarlıq xidmətləri Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin regional şöbələri vasitəsilə təmin edilir. Fermerlərə xidmət göstərmək üçün yerlərdə hər 2-3 kənd üçün baytarlıq məntəqəsi mövcuddur. Hər məntəqədə iki baytar texnik fəaliyyət göstərir. Yerlərdə baytarlıq məntəqələrinin idarə olunması üçün məsuliyyət daşıyan baytar texnikləri texniki dərəcələrə malikdir və baytarlıq dərəcəsi mütləq deyildir. Əsas maraqlı tərəflərin bildirdiyinə görə, bu texniklərin əksəriyyəti orta yaşlı və ya yaşlı insanlardır. Yaxınlıqdakı bütün heyvanları əhatə etmək onlar üçün problemdir. Bu texniklərin əmək haqqı ayda 200-250 AZN (~125 USD) təşkil edir ki, bu da çox azdır. Bundan əlavə, vaksinasiya ilə məşğul olmaq üçün kəndlərə səfər xərcləri ödənilmir. Maldarların peyvənd və digər baytarlıq xidmətlərindən yararlanmaq üçün kiçik simvolik ödəniş etdiklərinə dair məlumatlar da var. Nəticə etibarilə, xidmətlər əslində "ödənişsiz" deyil. Fermerlərin baytarlıq ehtiyaclarını ödəyən bir başqa aparıcı iştirakçı isə özəl baytarlıq mağazalarıdır.



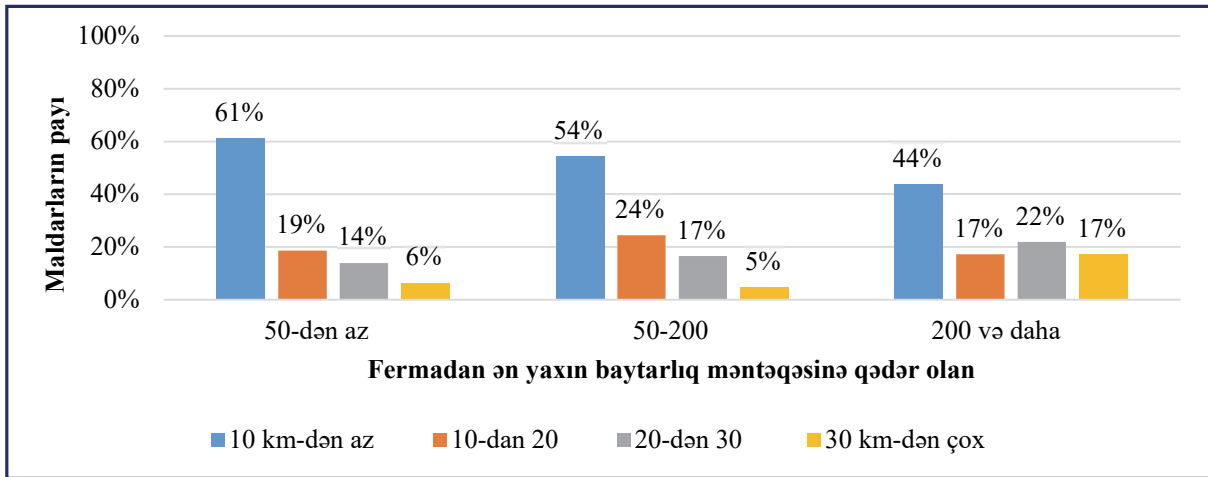
Dövlət Baytarlıq Sistemi

Son vaxtlara qədər Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin tabeliyində olan Dövlət Baytarlıq Xidməti baytarlıq xidmətlərinin göstərilməsi üzrə qovşaq orqan idi. Bu yaxınlarda baytarlıq xidmətlərinin göstərilməsi üçün Aqrar Xidmətlər Agentliyinin təyin edilməsi

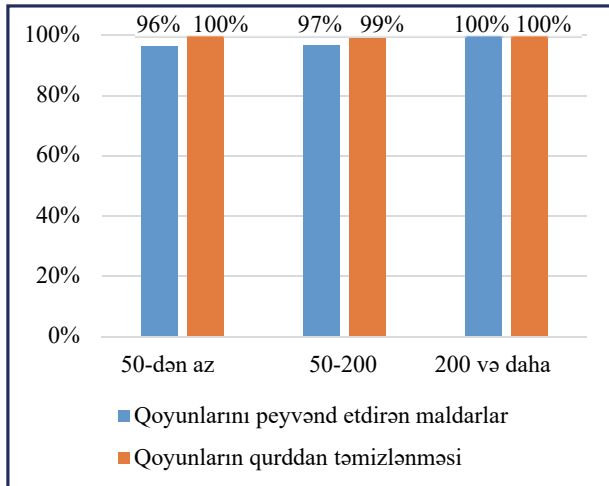
ərzaq təhlükəsizliyi sisteminin bütün səviyyələrdə möhkəmləndirilməsinə yönəlmiş cari dəyişikliklərin bir hissəsidir. Bu dəyişikliyin hər hansı bir nəticəsi yalnız vaxt keçdikcə aydın olacaq.

Bütün kateqoriyalara aid maldarların təqribən 50 faizi baytarlıq məntəqəsinin 10 km-dən az məsafədə olduğunu, qalan maldarlar isə yerlərdə ən yaxın baytarlıq məntəqəsinə getmək üçün 10 km-dən çox məsafə qət etməli olduqlarını bildırıblər (Şəkil 19). Sorğuda iştirak edən maldarların, demək olar ki, hamısı peyvənd və qoyun sürülərinin qurddan təmizlənməsi (deqelmintizasiyası) barədə məlumat verıblər (Şəkil 20). Bütün kateqoriyalara aid maldarların təqribən 70-80%-i dövlət heyvanlar üçün tibbi yardım lazım olduqda ilk olaraq dövlət veterinarına müraciət etdiklərini bildırıb (Şəkil 21). Şəkil 22 və Şəkil 23-də vaksınasiya və qurddan təmizləmə (deqelmintizasiya) xidmətlərinin təminatçısı təqdim edilir. Qoyun sürüsü sahiblərinin təqribən 60-70 faizi dövlət baytarlıq xidmətlərindən istifadə haqqında məlumat verib, demək olar ki, bütün qoyun sürüsü sahibləri öz qoyunlarının qurddan təmizlənməsini (deqelmintizasiyasını) öz hesablarına aparıblər.

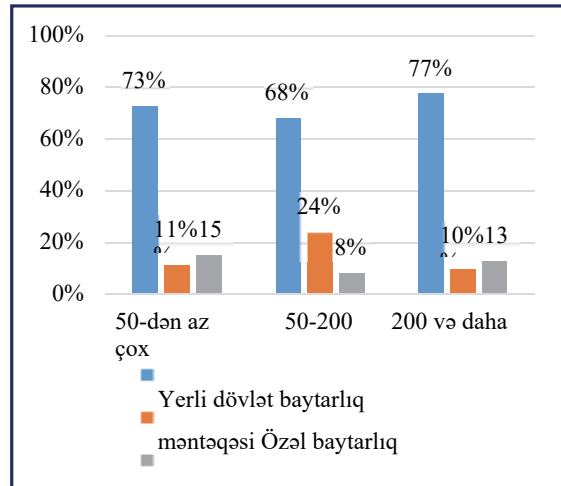
Şəkil 19: Fermadan ən yaxın baytarlıq məntəqəsinə qədər olan məsafə



Şəkil 20: Qoyunlarını peyvənd etdirən və qurddan təmizləmə (deqelmintizasiya) aparan maldarların faizi



Şəkil 21: Tibbi yardım almaq üçün ilk əlaqələndirici şəxs





Özəl aptek

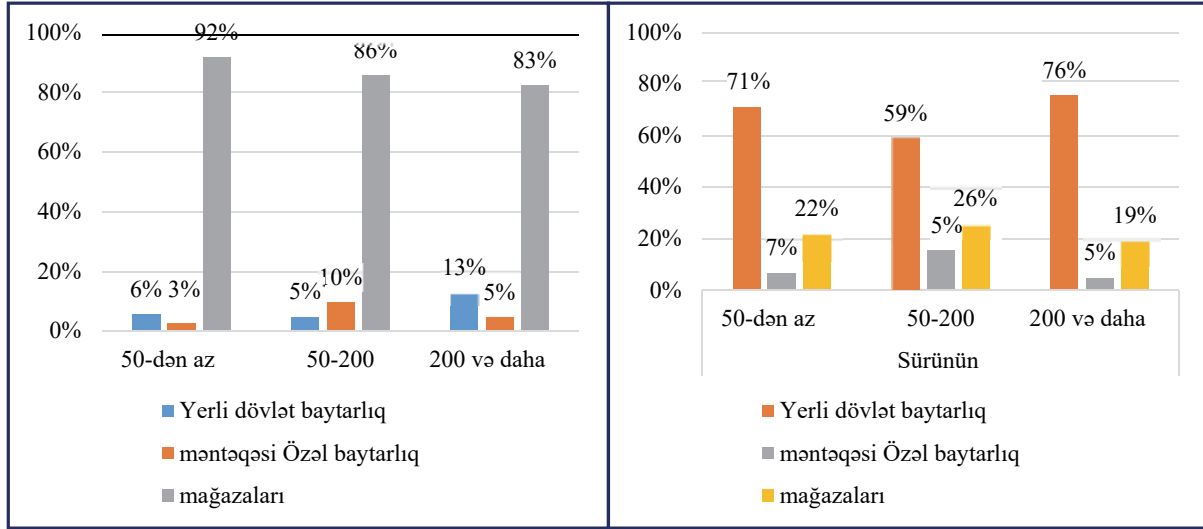
Dövlət peyvənd xidməti vasitəsilə 60-70 faizin vaksinasıya ilə əhatə olunması çox əhəmiyyətli nəticədir. Əhəmiyyətli transsərhəd risklər mövcud olduğundan, bu nəticə yüksək riskli xəstəliklərin tam əhatə dairəsi üzrə Ümumdünya Heyvan Sağlamlığı Təşkilatının (BEB) normaları baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Yüksək riskli xəstəliklərin müalicəsi üçün xüsusi vaksinlərin ehtiyatı siyasət üzrə norma olaraq yalnız hökumət tərəfindən saxlanılır; özəl iştirakçıların isə bu vaksinlərə çıxışı yoxdur. Dövlət mərkəzləri vaksinləri saxlayır və dövlət baytarları/texnikləri qoyunların peyvənd olunmasından məsuldurlar.

Maldarların əksəriyyətinin qeyd etdiyi əsas xəstəlik brüsselyoz idi. Azərbaycanda Aqrar Xidmətlər Agentliyi üçün prioritet vaksinlərdən biri də brüsselyoz əleyhinə peyvənddir. Hazırda dövlət baytarları tərəfindən ölkə daxilində pulsuz və məcburi peyvənd həyata keçirilir. Maldarlar tərəfindən qeyd edilən digər əsas xəstəliklər isə dabaq xəstəliyi (DX) və qoyun çiçəyidir. Bu məlumat elmi sınaqlara deyil, maldarlarla müzakirələrə əsaslanır. Maldarlar tərəfindən bildirilən yetkin heyvanların ölüm göstəriciləri 15-20 faiz civarında tərəddüd edirdi, quzu ölümü isə bütün kateqoriyalar üzrə 7-10 faiz civarında idi. Abort göstəriciləri 7 ilə 15 faiz arasında dəyişirdi ki, bu da olduqca yüksəkdir və infeksiyanın nəticəsi ola bilər⁶. Bu nəticələr ehtiyatla istifadə olunmalıdır, çünki bu, fermerlərin təcrübəsini əhatə edən və yalnız ötən ilin müşahidələrinə əsaslanan ilkin araşdırmaadır. Adətən, yerlərdəki vəziyyətlə bağlı konsensus, vəziyyəti qiymətləndirmək üçün laboratoriyalarda aparılan diaqnostik testlərlə yanaşı, bir neçə il ərzində müxtəlif regionlarda bir neçə araşdırmanın aparılması nəticəsində yaranır. Bu vəziyyət fermer təsərrüfatlarına aqrokonsaltinq xidmətlərinin yaxşılaşdırılması və baytarlıq xidmətlərinin əhatə dairəsinin genişləndirilməsi zərurətini göstərir. Mümkün variantlara, hesabatda daha sonra müzakirə edildiyi kimi, özəl baytarlıq xidmətlərinə dəstək daxildir.

⁶ <https://www.agric.wa.gov.au/livestock-biosecurity/infertility-and-abortion-ewes>

Şəkil 22: Peyvənd xidmətləri təminatçısı

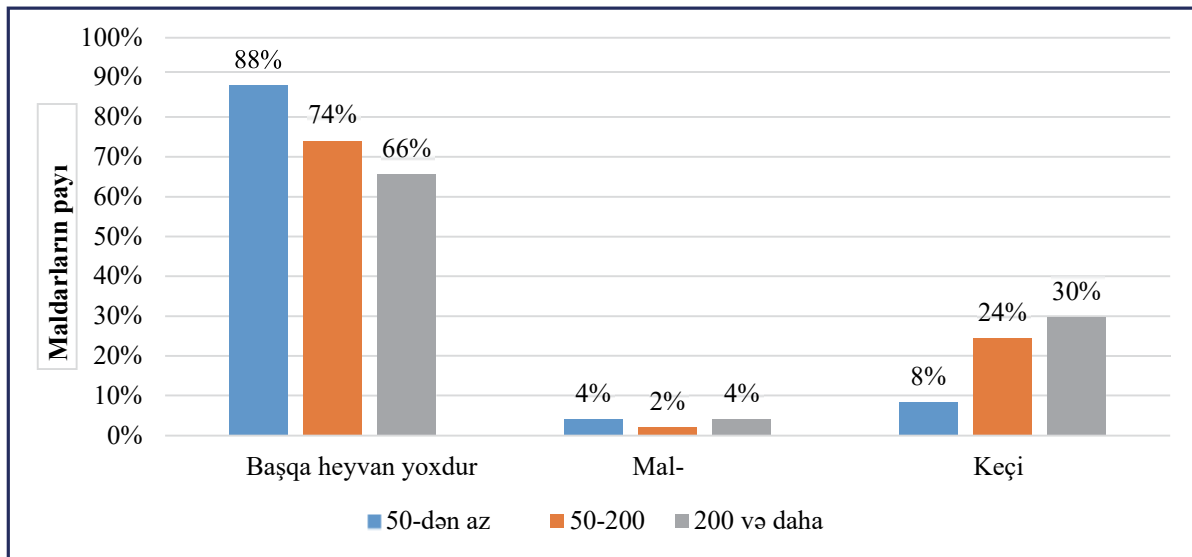
Şəkil 23: Qurddan təmizləmə (degelmintizasiya) xidmətləri təminatçısı



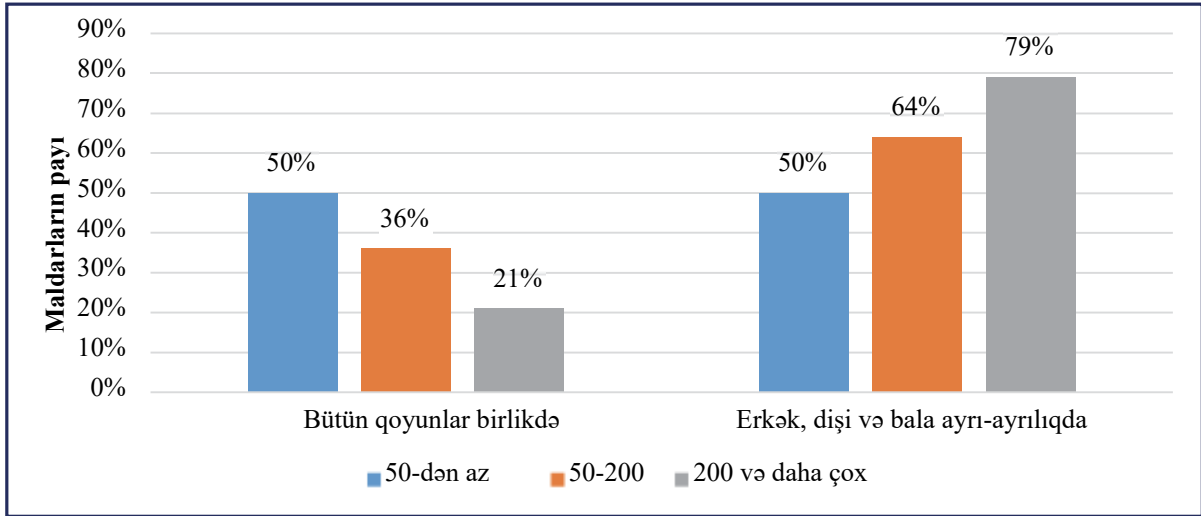
Saxlanma şəraiti: Qoyunçuluğun idarə edilməsinin bütün digər aspektlərində olduğu kimi, kiçik və böyük sürü sahiblərinin əməl etdikləri idarəetmə üsullarında da kəskin fərq var idi. Kiçik maldarların əksəriyyəti qoyunların saxlanması üçün çəpərlənmiş qəfəslərdən/padoklardan istifadə edir. Çox vaxt bu padoklar açıq havada və damsız olur. Bu padoklar yayda işə yararır, lakin qışda və yağış yağarkən qoyunlar tam uyğun deyil. Bu, qoyunların sağlamlığına təhiddir və bu cür hava şəraitində qoyunları nekrobakterioz kimi xəstəliklərə meyilli edir. Bu da qeyri-sağlam (gigiyena olmayan) həyat şəraitinin uzunmüddətli mərhələsi üçün zəmin yaradır.

Digər tərəfdən, daha böyük sürü saxlayan bacarıqlı maldarlar daşdan/ağacdən hazırlanmış saman damları və divarları olan anbarlara malikdirlər. Bu dixotomiya daha keyfiyyətli yem bitkiləri, baytarlıq xidmətləri və saxlanma şəraiti baxımından göz qabağındadır və kiçik və böyük sürü sahibləri arasında resursların paylanmasını göstərir.

Şəkil 24: Qoyunlarla birlikdə saxlanılan digər heyvanlar (İzahat daxil)



Şəkil 25: Yaş və cinsdən asılı olaraq birlikdə və ya ayrı saxlanılan qoyunlar



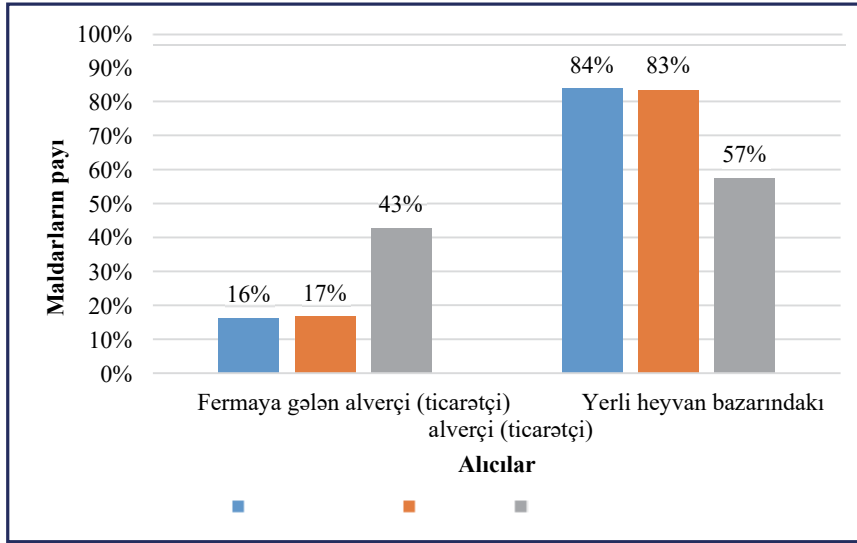
Fermerlər, adətən, qoyun və keçiləri ayrı saxlayırlar, lakin bəzi hallarda qoyun və keçilər eyni tövlədə saxlanılır (Şəkil 24). İri maldarların əksəriyyəti (79%) sürüləri yaş və cinsiyətə görə ayırır, bu faiz orta sürü sahibləri üçün 64% və kiçik sürü sahibləri üçün 50% (Şəkil 25) idi. Yüksək səviyyəli saxlanma şəraitinin olmaması sektorun inkişafı üçün kritik bir risk yaradır və həmçinin yağış səbəbindən yaranmış ekstremal temperatur və ya antisanitar şəraitə məruz qalması səbəbindən heyvanları xəstəliyə yoluxma riski ilə üz-üzə qoyur. Beləliklə, saxlanma şəraiti ölkədə qoyunçuluq sektorunun inkişafında mühüm amil olacaqdır.

3.3 DİRİ QOYUNLAR ÜÇÜN PAYLAMA KANALLARI



Fermer səviyyəsində qoyun satışı: kiçik və orta kateqoriyalı qoyun sürüsü sahiblərinin 80 faizindən çoxu yerli heyvan bazarında quzu satır. Böyük sürü sahibləri üçün satışın 40 faizindən çoxu fermerin qapısında baş verir. İri maldarlar bazara gedir və alqı-satqı əməliyyatını həyata keçirmək üçün maraqlı alverçiləri (ticarətçiləri) öz təsərrüfatlarına gətirirlər. Hesabatda daha əvvəl qeyd edildiyi kimi, bu, nəqliyyat xərcləri ilə yanaşı, heyvan bazarında heyvan başına rüsumun ödəməkdən qaçınmaq üçün edilir (Şəkil 26).

Şəkil 26: Quzu satışı üçün məkan



Daha əvvəl müzakirə edildiyi kimi, kiçik, orta və böyük sürü sahiblərinin sürüsünün orta ölçüsü müvafiq olaraq 28, 95 və 480 idi. Hər il bütün kateqoriyalara aid fermerlər tərəfindən satılan qoyunların orta sayı isə müvafiq olaraq 19, 60 və 195 idi. Böyük və orta sürü sahiblərinin təqribən 75 faizi öz

qoyunlarını Yeni il, Novruz və Qurban bayramı kimi bayramlar zamanı satdıqlarını bildirirlər, kiçik sürü sahiblərində isə bu rəqəm 50% təşkil etməklə, kiçik sürü sahiblərinin saxlanma şəraitinin aşağı olduğu göstərir. Bayram mövsümünə orta qiymətdən yuxarı və ya aşağı olan heyvan başına görə orta mənfəət təxminən 10-12 AZN təşkil edir. Nəhayət, sürü sahiblərinin təxminən 80 faizi son üç ildə qoyunlara daha yüksək qiymət verildiyini bildirir, bu isə yüksək və artan tələbatın olduğunu göstərir.

Cədvəl 8: Fermerlər tərəfindən quzu satışının detalları

Quzunun yaşı (ay)	Çəkisi (kq)	Alındığı qiymət(AZN)/ quzu	Quzunu bu yaşda satan fermerlərin faizi
3-6	30-35	120-180	70%
7-9	35-40	180-200	18%
10-12	40-45	200-220	12%

Fermerlər arasında sorğu zamanı fermerlər tərəfindən quzu satışı barədə ətraflı məlumat verilib (bax: Cədvəl 8). Quzuların əksəriyyəti 6 ayına qədər satılıb. Bu da, çox güman ki, quzuların fevral/mart aylarında doğulmuş olması ilə əlaqədardır – yaz otlaqları sentyabr ayına qədər mövcuddur və fermerlərin əksəriyyətinin yay otlaqlarına çıxışı var. Sentyabr ayına qədər satış üçün başqa bir səbəb isə bayramların avqust/sentyabr aylarına təsadüf etməsidir. Torpağa daha geniş çıxış imkanı olan və yem/yem bitkiləri istehsalında iştirak edən bir neçə fermer daha yüksək qiymətə satmaq üçün qış aylarında sürü saxlaya bilər. Cədvəldən irəli gələn daha bir vacib məqam ondan ibarətdir ki, fermerlər ətin çəkisindən 4,5-5 AZN/kq-a yaxın gəlir əldə edirlər. Belə bir fikir var ki, yaşı az ikən satılan quzular ətinin zərif olması səbəbindən nominaldan yüksək qiymətə satılır. Lakin bu, qiymətləndirmədə əks etdirilmir, bu da qiymətin ətin çəkisi ilə əhəmiyyətli dərəcədə əlaqəli olduğunu göstərir. Bununla belə, ehtimal var ki, quzuları yaşı az ikən satan fermerlər bu qiymət diapazonu daxilində daha yaxşı danışmaq gücünə malik olurlar və satış daha asan gerçəkləşir.

Heyvan bazarlarında alver: Ölkənin 23 şəhər və rayonunda təxminən 28 heyvan bazarı var (Wageningen və Delphy, 2017). Diri heyvanların ən böyük topdansatış bazarları Ağcabədi, Sumqayıt və İmişlidə yerləşir, onların ardınca Bərdə və Göygöl rayonları gəlir. Tədqiqat qrupu dörd bazarda - Ağcabədi, Baylağan, Bərdə və Bakıda olub. Regional bazardan çox sayda mal-qara və qoyun ət üçün ən böyük bazar olan Bakıya daşınır. Bazarlar

heyvan ticarətində mühüm bir nöqtədir, lakin bununla yanaşı, fermerlər qoyun və mal-qaranı birbaşa qəssablara da satırlar. Bərdə bazarı da sərhəd boyunca ərəzilərdən qoyun alır.



Heyvan bazarı

Heyvan bazarları, bir qayda olaraq, şəhər və qəsəbələrin kənarında yerləşir. Bunlar, əsasən, maldarlar, alverçilər, kollektorlar və qəssabların çox olduğu, şənbə/bazar günü açılan həftəlik bazarlardır. Bazarların əksəriyyətində həm iribuynuzlu mal-qara, həm də qoyun satılır.

Bazarlar, əsasən, heç bir sərhədi olmayan açıq məkanlardır. Çardaq və ya hər hansı içməli su və ya yem/yem bitkiləri təchizatı baxımından heç bir infrastruktur yoxdur. Bu bazarları zəncirin özəl iştirakçıları idarə edirlər və çox güman ki, onlar yerli hakimiyyət orqanlarından torpaq icarəyə götürürlər. Bazarda qoyunları gətirən maldarlardan, habelə qoyunları gətirdikləri hər nəqliyyat vasitəsinə görə alverçilərdən (ticarətçilərdən) rüsum alınır. Fermer üçün qiymət 1 AZN/qoyun təşkil edir. Alıcılar üçün qiymət nəqliyyat vasitəsinin ölçüsündən asılıdır. Bazar iştirakçıları bazardakı rüsumlar barədə məlumat verməyə hazır deyildilər.



Heyvan bazarında alverçilər (ticarətçilər) və fermerlər

Regional bazarlarda əsas satıcılar maldarlardır, maldarlardan heyvan alan bəzi əsas alverçilər (ticarətçilər) də quzu satışında iştirak edirlər. Əsas alıcılar yaxın ərazilərdən olan qəssablar, ət kəsim sexlərinin sahibləri və Bakı, Gəncə və s. daxil olmaqla, iri istehlak mərkəzlərinin terminal bazarlarında təkrar satış üçün heyvan alan ikincil ticarətçilərdir. Terminal bazarlardakı satıcılar arasında regional bazarlardan heyvan alan alverçilərlə (ticarətçilərlə) yanaşı, yaxın ərazilərdən gələn maldarlar da var. Alıcılar, əsasən, şəhər və böyük şəhərlərdə qəssablar və heyvan kəsimi məntəqələrinin operatorlarıdır.

Bu bazarlar qeyri-formal olaraq fəaliyyət göstərdiyindən, satılan mal-qaranın sayı/qiyməti, mənbəyi və s. haqqında rəsmi məlumatlar yoxdur. Əsas maraqlı tərəflərlə mövcud olan məlumatlar və müzakirələr əsasında biz bu bazarlarda həftədə satılan başların sayının təxmini qiymətləndirilməsini aparmışıq. 2018-ci ildə kəsilmiş qoyunların ümumi sayı təxminən 5,5 milyon baş təşkil edib ki, bu da həftədə təxminən 100 min baş deməkdir. Bu məlumatlara əsaslanaraq, qoyunların 10 faizinin ev istehlakı üçün istifadə edildiyini, qalan 90 000 başının isə bazarlar (28 bazara orta hesabla 3 000-dən 4 000-ə qədər) vasitəsilə satıldığını təxmin edirik. Ağcabədi kimi daha böyük bazarlarda başların sayı daha yüksəkdir (həftədə 6000-8000 başa qədər), kiçik bazarlarda isə başların sayı daha az ola bilər. Əlbəttə ki, bazarlara gətirilən heyvanların sayı mövsümdən asılı olaraq da dəyişir.

3.4 KƏSİM, EMAL VƏ PƏRAKƏNDƏ SATIŞ

Qəssablar heyvan kəsimi və pərakəndə ət satışı ilə məşğul olan əsas bazar iştirakçılarıdır. Bazarlara daxil olan qoyun sayının və qəssabların satış əməliyyatlarının təxmini qiymətləndirilməsindən çıxış edərək deyə bilərik ki, Azərbaycanda 2000-ə yaxın ət mağazası var. Bu rəqəm "Wageningen Economic Report (2017)" hesabatında bildirilən rəqəmə yaxındır. Kiçik şəhərlərdə bəzi mağazalar gündə 20-30 kq-a, mövsümün qızğın dövründə isə gündə 200 kq-a qədər ət sata bilirlər. Qəssabların əksəriyyəti həmçinin restoranlara, şənliklər üçün və s. ət satırlar. Satış payızda 3-4 ay ərzində pik həddə çatır. Toyların əksəriyyəti bu mövsümə planlaşdırılır və bu, şənlik üçün quzu ətinə yüksək tələbat yaradır. Yayda, Ramzan ayında ət satışı azalır.



Müasir ət kəsim sexi

Məhərrəm

Qəssabların əksəriyyəti qoyunları özləri kəsir, çox az adam heyvan kəsim məntəqəsinin xidmətlərindən yararlanır. Tədqiqat qrupu bəzi bazarlarda kəsim zamanı quzuların sertifikatlaşdırılmasından məsul olan baytarlarla da rastlaşıb. Lakin, ümumiyyətlə, çox az qəssab 2 AZN/baş qiymətinə kəsim zamanı quzuların sertifikatlaşdırıldığını bildirib.

Heyvan kəsim məntəqələri heyvanların 2 AZN/qoyun və 20 AZN/iribuynuzlu mal-qara qiymətə kəsilməsi ilə məşğul olan digər mühüm bazar iştirakçılarıdır. Onların ölçüsü və miqyası əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Son illərdə ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyi normalarına riayət olunmasını təmin etmək üçün heyvan kəsim məntəqələrinin modernləşdirilməsinə əhəmiyyətli yeni sərmayələr qoyulmuşdur. İxrac potensialının inkişafı yolunda addım kimi heyvanların sağlamlığı və kəsim üsulunun sertifikatlaşdırılmasına nəzarət daha da gücləndirilir. Yerli hökumətin tapşırığı ilə bir çox heyvan kəsim məntəqələri ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyi ilə bağlı tələbləri ödəmək üçün yeni investisiyalar yatırılır. Bununla belə, qəssabların əksəriyyəti heyvanları öz mağazalarında kəsdiyindən, hazırda bu məntəqələrin işi zəifdir. Əgər ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyi normalarına ciddi riayət edilməsə və qəssablara heyvanı heyvan kəsim məntəqələrində kəsmələri tapşırılsa, bu heyvan kəsim məntəqələrinin bir çoxunun işi, yəqin ki, zəif getməyə davam edəcək ki, bu da onlar üçün ağır maliyyə itkisi deməkdir. Qlobal ərzaq təhlükəsizliyi normaları ilə daha mükəmməl sistemlərə keçid böyük xərclərə səbəb olur və indiyə qədər qeyri-formal fəaliyyət göstərən heyvan kəsim məntəqələri üçün investisiya xərclərini ödəmək kifayət qədər böyük problemdir.

Supermarketlər və elit restoranlar da keyfiyyətli ət məhsulları baxımından mühüm bazar iştirakçılarıdır. Daxili bazarın qiymətləndirilməsinə həsr olunmuş bölmədə qeyd edildiyi kimi, istehlakçıların seçimi supermarketlərdən alış-verişin xeyrinə dəyişir. Analoji inkişaf Qərbi Avropa ölkələrində baş verib və Bakıda da artıq bunun əlamətləri hiss edilir. Supermarketlərdə qiymətlər, qablaşdırma və soyutma ilə yanaşı keyfiyyət məsələlərinə diqqət yetirildiyinə görə, nisbətən yüksəkdir. Bakının supermarketlərində emal olunmuş premium məhsullara premium quzu filesi, quzu qabırğası, quzu bel ətini və qiymətli ət daxildir. Qiymətlər 12-18 AZN/kq həddində tərəddüd edirdi, file isə ən bahalı məhsul idi. Ət kəsimi və emalına investisiyalar nisbətən yenidir, lakin bu sektorda investisiyaların artımı müşahidə olunur (Bonnier, 2017).

3.5 MARJALAR

Ət üzrə dəyər zəncirinin bütün səviyyələrində marjanın ətraflı qiymətləndirilməsini aparmaq üçün müvafiq məlumat yox idi. Lakin, təxmini qiymətləndirmələrə əsaslanaraq, iki çox əhəmiyyətli nəticə əldə edilə bilər. Birincisi, fermer səviyyəsində 1 kq ətini (diri çəkinin) satış qiyməti 4,5-5 AZN təşkil edir ki, bu da qiymətli ət qiymətinin 8,5-9 AZN/kq (diri çəkinin ~55 faizi) olduğunu nəzərdə tutur. Qiymətli ət pərakəndə qiyməti regionlarda və Bakının terminal bazarlarında 11-13 AZN/kq arasında dəyişir. Bu o deməkdir ki, quzu ətini istehlak qiymətlərində fermerlərin payı 65 faizdən 80 faizə qədərdir. Qeyd etmək vacibdir ki, bu faiz kənd təsərrüfatı bitkilərinin əksəriyyəti üzrə fermerlərin payından xeyli çoxdur. İkincisi, belə yüksək marja quzu ətini tələbatın yüksək olmasının təzahürüdür. Alverçilər (ticarətçilər) tələbatla müqayisədə quzu ətini çatışmazlığını qeyd edirlər. Bu vəziyyətdə fermerlər quzular üçün, xüsusilə gənc yaşda satılan quzular üçün yaxşı qiymət dəyə biliblər.

Ətin daşınmasına və pərakəndə satışına çəkilən xərcləri nəzərə alaraq, kiloqrama görə 2,5-4,5 AZN həcmində marja alverçilər (ticarətçilər) və daşıyıcılar da daxil olmaqla zəncirin digər iştirakçıları arasında bölüşdürülür. Ümumiyyətlə, qəssab/pərakəndə satıcı alıcıların seçiminə uyğun olaraq xüsusi hissələrin satışından, eləcə də içalat, dəri və s. satışından daha yüksək mənfəət əldə edə bilər.

3.6 QOYUNÇULUQ SEKTORUNA DAİR SİYASƏT VƏ SEKTORA İNSTITUSİONAL DƏSTƏK

HEYVANDARLIQ SEKTORUNA TƏSİR EDƏN SİYASƏTLƏR

Əlverişli siyasi mühit istənilən sektorun inkişafı üçün zəmin rolunu oynayır. Bu, bu sektorun fəaliyyət göstərdiyi biznes mühitinin ən mühüm elementidir. Siyasət sektorun böyüməsinə dəstək verə və ya mane ola bilər. Bu baxımdan Azərbaycanda qoyunçuluq sektoruna dair siyasəti və sektora dəstək verən institutları öyrənmək vacibdir.

Heyvandarlıq Siyasəti Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi

Qoyunçuluq sektoruna yönələn konkret "Heyvandarlıq Siyasəti"nin olmamasına baxmayaraq, hökumət Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi kənd təsərrüfatı və heyvandarlıq sektorunun artım və inkişafına yönəlmiş ümumi baxış işləyib hazırlamışdır. Yol Xəritəsində idxalı əvəzləmə siyasəti üçün sektorun inkişaf etdirilməsinə diqqət yetirən qoyunçuluq sektorunun bütün aspektlərini əhatə edən rəhbər prinsiplər vardır: istehsalat təcrübəsinin təkmilləşdirilməsi, bazarın tənzimlənməsi və inkişaf, keyfiyyətə diqqət yetirməklə qoyunçuluq məhsullarının inkişafına dəstək, texniki cəhətdən hazırlanmış işçi qüvvəsinin dəstəklənməsi, istehsalın, gigiyenanın, emalın və informasiyanın kənd təsərrüfatı və heyvandarlıq üçün dayanıqlı əsasda səmərəliliyinin artırılması. Sənəd xalis cins heyvanların yetişdirilməsinə diqqət yetirməklə heyvandarlığın intensivləşdirilməsini və eyni zamanda heyvandarlıqda karbon emissiyasının azaldılmasını nəzərdə tutur. Sənəd daxili istehsalın həcmində boşluq olduğunu qəbul edir və beynəlxalq bazarların ələ keçirilməsi ilə yanaşı, daxili tələbatın ödənilməsi üçün də istehsalı artırmağa çalışır. O, intensiv əkinçiliyə əsaslanan iri heyvandarlıq komplekslərinin, həmçinin ət və süd məhsulları istehsalında ixtisaslaşan ailə təsərrüfatlarının yaradılmasını dəstəkləyir. Əsas diqqət konsentrasiya olunmuş yem bazarının inkişafına və baytarlıq və fitosanitar xidmətlərin göstərilməsinin təkmilləşdirilməsinə də yönəldiləcəkdir.

Strateji Yol Xəritəsi bu sektorun inkişafı üçün geniş istiqamətlər təqdim edir. Lakin tədqiqat heyvandarlıq sahəsində siyasətin işlənilməsi və hazırlanmasını tövsiyə edir ki, bu da, sektorun kompleks qiymətləndirilməsinə əsaslanaraq, heyvandarlığın inkişafına daha məqsədyönlü yanaşmanı təşkil edəcəkdir. Bundan başqa, bu siyasət qoyunçuluqla məşğul olan insanların dolanışığına təsir edən bazar araşdırmaları və sosial-iqtisadi tədqiqatlarla yanaşı, qoyun yetişdirilməsi və qoyunçuluğun idarə edilməsinin əsas aspektləri üzrə tədqiqatlarla elmi cəhətdən möhkəmləndirilməlidir.

İxrac-idxal Siyasəti

2018-ci ildə Azərbaycanda yalnız üç faiz dərəcəsi - idxaldan asılı olaraq 0 faiz, 5 faiz və ya 15 faiz idxal tariflərini əhatə edən yeni idxal tarifləri toplusu qəbul edilmişdir. Xammal və texnikanın böyük hissəsi gömrük rüsumlarından azad olduğu halda, hazır məhsul və kənd təsərrüfatı məhsulları 15% tarifə cəlb olunur. Bu tarif normaları sektorun rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasına kömək edə bilər. Mal-qara çox vaxt rüsumsuz idxal oluna bilər. Baytarlıq preparatlarının idxalı və ixracı hökumətin razılığını tələb edir. Qoyunçuluq sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyi baxımından iki aspekt vacibdir. Birincisi, cins heyvanlara 0,5 faiz minimum rüsum tətbiq edilir; damazlıq məqsədləri üçün idxal olunan heyvanların gömrük rüsumundan azad olması nəzərdə tutulur. İkincisi, istehlakçıların istehlakı üçün nəzərdə tutulmuş bütün kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları - gömrük rüsumu - 15 faiz. Beləliklə, istənilən növ ətin idxalına 15 faiz həcmində gömrük rüsumu tətbiq ediləcəkdir. Ümumiyyətlə, müdafiə siyasəti yerli məhsulları xarici rəqabətdən qoruyur və bunun sayəsində hökumət intervensiyaları daxili istehsalı stimullaşdırır (FAO, 2018).

Ərzaq Təhlükəsizliyi Siyasəti

Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi 10 fevral 2017-ci il tarixində Azərbaycan Prezidentinin Fərmanı ilə ölkədə ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyinin artırılması üzrə əlavə tədbirlərin görülməsi məqsədilə yaradılıb. Qərara əsasən, Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyinin normativ bazasının təmin edilməsinə (sanitariya normaları və qaydalarının, eləcə də gigiyena normalıvlarının işlənilib hazırlanmasına və təsdiqinə), həmçinin risklərin təhlilinə, gigiyenik sertifikatıyaya, eləcə də xarici ölkələrə ixrac edilən ərzaq məhsullarına keyfiyyət sertifikatının verilməsinə, ərzaq məhsulları istehlakçılarının hüquqlarının qorunmasına və "tarladan süfrəyə" prinsipi əsasında ərzaq məhsulları istehsalının bütün mərhələlərində dövlət nəzarətini təmin edəcəkdir.

Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi (AQTA) ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyinin getdikcə yüksələn normalarına cavab vermək üçün ərzaq məhsulları istehsalı üzrə yeni standartların işlənilib hazırlanmasını planlaşdırır. Ətin sağlamlıq üçün əhəmiyyətli təhlükə yarada biləcəyini nəzərə alaraq, heyvan kəsimi normaları ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyi normalarının mühüm komponenti olacaqdır⁷. Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi **Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi İnstitutunun** nəzdində yaradılmışdır. İnstitut ərzaq təhlükəsizliyi, risklərin qiymətləndirilməsi və ərzaq təhlükəsizliyi üzrə normativ sənədlərin işlənilib hazırlanması sahəsində elmi-praktiki tədqiqatlar aparacaqdır.

Ərzaq təhlükəsizliyi normaları nisbətən yenidir və yeni normaların həyata keçirilməsi üçün əhəmiyyətli səylər və investisiyalar tələb edir. Aparıcı beynəlxalq agentliklər Azərbaycan hökumətinin yeni ərzaq təhlükəsizliyi sisteminin yaradılması istiqamətində səylərini dəstəkləyirlər. FAO Azərbaycan Respublikasının Qida Təhlükəsizliyi Agentliyinin ərzaq məhsullarının təhlükəsizliyinə nəzarət sisteminin möhkəmləndirilməsinə və Milli Kodeks⁸ çərçivəsində fəaliyyətin inkişafına dəstək verilməsi barədə xahişinə cavab verir. "Azərbaycanda Epidemioloji Nəzarət Sisteminin Gücləndirilməsi ... Dövlət Baytarlıq Nəzarəti Xidmətinə (DBNX) Dəstək" tvinning layihəsi Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi tərəfindən Avropa İttifaqının dəstəyi ilə həyata keçirilmişdir. Layihə 2016-cı ilin may ayında başlamış və 2018-ci ilin may ayına qədər davam etmişdir. Tvinninq layihəsinin əsas məqsədi Azərbaycanda heyvan və insan sağlamlığı sahəsində vəziyyətin yaxşılaşdırılmasını, Ümumdünya Heyvan Sağlamlığı Təşkilatının (BEB) epidemiologiya sahəsində tələblərinə uyğun olaraq ərzaq məhsullarının iqtisadi artımının və təhlükəsizliyinin yaxşılaşdırılmasını, eləcə də ölkədə⁹ xəstəliklərin profilaktikasını və onlara nəzarəti dəstəkləmək idi.

Torpaqdan İstifadə Siyasəti

Əmlak Məsələləri Dövlət Komitəsi torpağın icarəyə (otlaqlar və digər sənaye və inkişaf məqsədləri üçün) verilməsi və torpağın özəlləşdirilməsindən məsuldur. Eyni zamanda, yerli qanunvericiliyə əsasən (Torpaq Məcəlləsi, Maddə 70.5) özəlləşdirilmiş və icarəyə götürülmüş torpaqlar dövlət ehtiyacları üçün geri götürülə bilər (Xanəlibəyli, 2008). Qiymətli kənd təsərrüfatı bitkilərinin becərilməsi ilə məşğul olan torpaqların sahəsinin artması ilə əlaqədar olaraq qoyunçuluq sektorunun problemləri iki nöqtəyi-nəzərdən yaranır: birincisi, qoyun populyasiyasının əhəmiyyətli bir hissəsi üçün yem və yem bitkilərinin əhəmiyyətli mənbəyi olan otlar kimi istifadə olunan sahələrin azalması. İkincisi, gələcək kommərsiya təsərrüfatları intensiv qoyunçuluq üçün yem və yem bitkilərinin yetişdirilməsi üçün yüksək keyfiyyətli əkin torpaqlarına məhdud çıxışa malik olacaqlar.

⁷ <https://en.trend.az/business/economy/2872861.html>

⁸ <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/news-and-events/news-details/en/c/1181257/>

⁹ https://eeas.europa.eu/delegations/azerbaijan/area/projects_en

Fermerlər Assosiasiyası

Bütün dünyada geniş qəbul olunmuşdur ki, kiçik fermerlər bir sıra məhdudiyyətlər – onlarda olan resurslar, istehsal resurslarına çıxış, torpaq mülkiyyəti, təbii resurslara nəzarət, istehsal miqyasına, bazar inteqrasiya dərəcəsinə və s. məhdudiyyətlər səbəbindən satış-istehsalat zəncirlərinə inteqrasiya zamanı çətinliklərlə üzləşirlər.

Ümumiyyətlə, xidmət təminatçıları və donor təşkilatları üçün fərdi təsərrüfat sahibləri ilə əlaqə qurmaq çətinidir. Onlar həmçinin məhsulların satışına və resursların alınmasında və/və ya məhsulların daha sərfəli qiymətlərlə satılmasında zəif tərəfdaşdırlar. Amillərin bu cür birləşməsi onlar üçün assosiasiyaların yaradılmasını əlverişli edir. Yaxın vaxtlara qədər "assosiasiya" sözü çox vaxt "kollektiv" anlayışı ilə əlaqələndirilirdi və xüsusilə Sovet İttifaqı ilə ortaq tarixi nəzərə alaraq, mənfi səslənməyə malik idi. Bir çox ölkələrdə fermerlər kooperativ sistemlərdə birləşiblər və bu sistemlər çox səmərəli olub. Bu cür hallarda, istehsal ayrı bir fermer tərəfindən həyata keçirilir, digər fermerlərdən ibarət qrup isə satış və resursların alışı ilə məşğul olur.

Azərbaycanda assosiasiyaların yaradılmasına müxtəlif uğur dərəcələrinə malik QHT-lər tərəfindən cəhdlər göstərilib. Uğursuzluqların bir neçə səbəbi ola bilər:

- Assosiasiyaların rəsmi qeydiyyatı problemlidir ki, bu da fermerləri iştiraka həvəsləndirmir
- Fermerləri bir araya gətirən dəqiq ifadə edilmiş bir məqsəd yoxdur
- Bəzi iri fermerlər bütün üstünlüklərə malikdirlər, digərləri isə çətinliklə güzəşt əldə edirlər; və
- Maliyyə məsələlərində idarəetmə bacarıqlarının və şəffaflığın olmaması.

Bir çox hallarda rəsmi qeydiyyat olmadan, lakin bir neçə dəqiq ifadə edilmiş məqsəd ilə əməkdaşlığın sadə forması çox səmərəli ola bilər, məsələn: qoyun xammalının qrup olaraq satışı, endirim əldə etmək üçün kifayət qədər miqdarda resursların alışı, süni intellekt xidmətlərinin və/və ya aqrokonsaltinq xidmətlərinin cəlb edilməsi.

HEYVANDARLIQ SEKTORUNA İNSTİTUSİONAL DƏSTƏK

Heyvandarlıq xidmətləri

Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Aqrar Xidmətlər Agentliyi baytarlıq xidmətlərinin həyata keçirilməsindən məsuldur. Azərbaycan Respublikasının Strateji Yol Xəritəsinə əsasən, effektiv baytarlıq xidmətlərinin göstərilməsi üçün hazırda 3.8 milyon baş iribuynuzlu heyvan üçün 4400 baytar həkimin tələb olunduğu halda, baytarlıq xidmətlərinin bütün strukturlarında tələbatın yalnız 60 faizini ödəyən 2600-ə yaxın baytar həkimi fəaliyyət göstərir. Ölkədə 7,7 milyonluq qoyun populyasiyasını nəzərə alaraq, bu fərq daha yüksəkdir. Hazırda təxminən 6000 heyvana bir baytar həkim düşür. Buna görə effektiv baytarlıq yardımı üçün iki dəfə çox baytarlıq işçisi tələb olunur.

1995-ci ildə Azərbaycan Ümumdünya Heyvan Sağlamlığı Təşkilatının (BEB) üzvü olub. Üzv ölkə kimi Azərbaycan baytarlıq xidmətlərinin göstərilməsində BEB-nin elmi rəhbər prinsiplərinə əməl etmək mandatına malikdir. Buraya heyvanların xırdabuynuzlu və iribuynuzlu mal-qara üçün müəyyən kritik xəstəliklər əleyhinə peyvənd olunması daxildir.

Kənd Təsərrüfatı üzrə Strateji Yol Xəritəsi baytarlıq sahəsində dövlət siyasətinin təkmilləşdirilməsinin iki istiqamətini ayırır:

- i. Baytarlıq sahəsində dövlətin birbaşa vəzifəsi kimi, epizodik və zoonoz xəstəliklərin aradan qaldırılmasına, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və risklərin idarə edilməsi çərçivəsində bu sahədə effektiv nəzarətin gücləndirilməsinə diqqət yetirilməsi;
- ii. Təsərrüfatların müvafiq baytarlıq xidmətləri ilə təmin edilməsi işinin özəl sektora verilməsi və bu məqsədlə özəl baytarlıq şəbəkəsinin genişləndirilməsi.

Baytarlıq təhsili/heyvandarlıq sahəsində tədqiqatlar

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti Gəncədə yerləşən dövlət universitetidir. Universitetdə baytarlıq fakültəsi daxil olmaqla, səkkiz fakültə var. Universitet böyük infrastruktura malik olsa da, baytarlıq təhsilinin verilməsi üçün işçi qüvvəsi problemi mövcuddur. Burada baytarlıq təhsili üçün yer sayı məhduddur. Universitet çox simvolik təhsil haqqı alır. Ancaq baytarlıq fakültəsinin çox az sayda tələbəsi dövlət müəssisələrində baytar işləməyə can atır. Tələbələr ya başqa işə keçir, ya özəl təsərrüfatlarda işə düzəlir, ya da başqa ölkələrdə təcrübə keçmək üçün xaricə köçürlər.

Heyvandarlıq Elmi Tədqiqat İnstitutu heyvandarlıqla bağlı fəaliyyətləri tədqiq etmək səlahiyyətinə malikdir. Bəzi son təşəbbüslər qoyunçuluğa yönəlib, lakin tədqiqat fəaliyyətinə rəhbərlik etmək üçün qabaqcıl beynəlxalq təcrübəni bilən kadrların hazırlanması baxımından problemlər var.

Aqrokonsaltinq xidmətləri

Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi aqrokonsaltinq xidmətlərinin göstərilməsinə məsuldur. Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin regional şöbələri elmi-tədqiqat institutları tərəfindən buraxılan texnologiyaların uyğunlaşdırılması və nümayişi üzərində işləməlidirlər. Lakin bu xidmətlər, demək olar ki, mövcud deyildir. Azərbaycanda aqrokonsaltinq və məsləhət dəstəyinin göstərilməsi üzrə müəssisələrin əksəriyyəti müxtəlif donor layihələri (o cümlədən Dünya Bankı və GİZ tərəfindən maliyyələşdirilən) çərçivəsində yaradılmışdır.

Regional bölmələrdən başqa, özəl məsləhət mərkəzləri və QHT-lər aqrokonsaltinq məsələləri üzrə bir sıra məsləhət xidmətləri göstərilir. Bundan əlavə, özəl beynəlxalq və yerli şirkətlər müvafiq məhsulların satışı və təşviqi zamanı fermerlərə məsləhət xidmətləri göstərilir. Bu tövsiyələrin texniki cəhətdən əsaslandırılması və obyektivliyi şübhə doğurur, çünki şirkətlərin əsas məqsədi öz bizneslərini genişləndirmək və mənfəətlərini artırmaqdır.

GFAR-ın (Global Forum for Rural Advisory Services, 2013) qiymətləndirilməsində qeyd olunub ki, Azərbaycanda dövlət və özəl aqrokonsaltinq məsləhət xidmətləri ilə bağlı hazırkı vəziyyəti heç də qənaətbəxş deyil. Ümumiyyətlə, kənd təsərrüfatı işçilərinin təhsil səviyyəsinin aşağı olması və sektoru elmi və tətbiqi biliklərlə təmin etməli olan müəssisələrin qənaətbəxş olmaması kənd təsərrüfatı istehsalının genişləndirilməsinə və istehsal olunan məhsulun keyfiyyətinin artırılmasına kömək edə biləcək müasir texnologiyalardan istifadə üçün ciddi maneə ola bilər.

Nəhayət, ölkədə regional televiziya kanallarının və regional qəzetlərin geniş şəbəkəsi də mövcuddur. Kənd təsərrüfatı ilə bağlı məlumatların işıqlandırılması və çatdırılmasına gəldikdə isə mediada durğunluq var. Kənd təsərrüfatı ictimaiyyətinə kənd təsərrüfatı ilə bağlı məlumat və mövzular baxımından çox yaxşı xidmət göstərilir. Regionların əksəriyyətində yerli telekanallar və qəzetlər var, lakin onlar, əsasən, şəhər əhəlisinə xidmət edirlər. 99 faizdən çox savad səviyyəsinə və elektrik təchizatının geniş əhatəsinə baxmayaraq, kənd yerlərində heyvandarlıq, qidalanma, səhiyyə və gigiyena haqqında çap və vizual media vasitəsilə yayılan məlumat, demək olar ki, yoxdur. Bu, Azərbaycanda

aqrokonsaltinq xidmətlərinin göstərilməsi üçün istifadə olunmayan böyük məkan olaraq qalır.

Heyvandarlıq sektoru üçün kreditlərin mövcudluğu

Hər hansı bir sektorun böyüməsi və dəstəklənməsi üçün investisiyalar vacibdir. Tədqiqat qrupu kənd təsərrüfatında maliyyələşmə sektorunun bir neçə iştirakçısı ilə ətraflı müzakirələr aparmışdır. Bundan əlavə, Wageningen Economic Research (van Berkum, 2017) tərəfindən aparılan tədqiqat heyvandarlıq sektoru üçün mövcud olan kreditlərin ətraflı qiymətləndirilməsini təqdim edir. Burada qoyunçuluq sektorunun maliyyələşdirilməsinin müvafiq aspektləri təqdim olunur. **Birincisi**, kənd təsərrüfatı iqtisadi artım üçün əsas sektor kimi müəyyənləşdirilsə də, kənd təsərrüfatı kreditlərinin ümumi həcmi 2005-ci ildəki 6-7 faizdən aşağı idi və yerli valyutanın devalvasiyasından sonra da son illərdə azalmışdı. **İkincisi**, mikrokreditləşmə Azərbaycanda fermerlərə kreditlərin verilməsinin mühüm formasıdır. Aparıcı agentliklərə Aqrarkredit, AccesBank və KredAgro-nu misal göstərmək olar. Lakin faiz dərəcəsi 20 faizə yaxındır ki, bu da fermerlər üçün çox çətinidir. **Üçüncüsü**, kommertiya müəssisələrinə kreditlər kommertiya kreditləri və güzəştli kreditlər şəklində verilir. Kommertiya kreditlərinin kənd təsərrüfatı üçün xüsusi imtiyazları olmadığı halda, güzəştli kreditlər iki agentlik vasitəsilə verilir: i) Kənd təsərrüfatı ilə bağlı fəaliyyət üçün Kənd Təsərrüfatı Kreditləri üzrə Dövlət Agentliyi (istehsal və emal; ərzaq sektorunun, kənd təsərrüfatı texnikasının modernləşdirilməsi və inkişafı; pilot layihələr və damazlıq təsərrüfatları) və ii) Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu (heyvandarlıq kompleksləri, yaşıl supermarketlər, aqroparklar, yem istehsalı müəssisələri, istixanalar və s.) "Wageningen Economic Research" hesabatında müxtəlif qurumlar tərəfindən verilən kreditlər barədə ətraflı məlumat verilmişdir.

Sahibkar Qadınlar Assosiasiyası

Sahibkar Qadınlar Assosiasiyası 2017-ci ildə Azərbaycanda yaradılıb. Onların fəaliyyəti qadın sahibkarlığının inkişafına yönəldiləcək. Assosiasiya ölkə daxilində heyvandarlıq məhsullarının emalı üçün mərkəzlərin açılması üzərində işləyir. Buraya qoyun yununun yuyulması və təmizlənməsi, emal üçün dərilər daxil ola bilər. Assosiasiya məhsulları Türkiyə və Cənubi Koreyaya ixrac etməyi planlaşdırır¹⁰.

3.7 QUZU ƏTİ ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRLƏRİNİN ÜMUMİ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Bu bölmədə quzu əti üzrə dəyər zəncirinin inkişafında istehsal, satış, emal səviyyələrində problemlərin kompleks qiymətləndirilməsi, eləcə də sektor üçün siyasətin və ona institusional dəstəyin qiymətləndirilməsi təqdim olunur.

Cədvəl 9 istehsal səviyyəsində problemlərin ümumi qiymətləndirilməsini təqdim edir. Qoyunlara sahiblikdə dixotomiya cins heyvan yetişdirilməsi, saxlanma şəraiti, yem bitkiləri, eləcə də sağlamlığın idarə edilməsi baxımından idarəetmə təcrübələrində əks olunur. Böyük sürü sahibləri baytarlarla yaxşı bir şəbəkəyə sahibdirlər, kiçik sürü sahibləri isə, əsasən, kənd təsərrüfatı sisteminə ənənəvi yanaşmanı təqib etməklə, sağlamlıq və elmi idarəetmə metodları haqqında daha çox məlumatlıdırlar. Bu, fermerlər səviyyəsində elmi idarəetmə texnologiyaları və metodları sahəsində yeni ixtiraların qəbul edilməsində informasiya boşluğunun mövcud olduğu zəif aqrokonsaltinq sisteminin təzahürüdür.

¹⁰ <https://www.azernews.az/business/149607.html>

Cədvəl 9: Qoyun istehsalı təcrübələrinin qiymətləndirilməsi

Fəaliyyət	Vasitəçilər	Dəyərin zəncirindəki rolu	Problemlər
İstehsal səviyyəsində problemlər			
Qoyunçuluq	- Məldar/ - İstehsalçı	- Kiçik (<50), orta (50-200), böyük sürü sahibləri (200-500) çox böyük (500+)	- Kiçik və böyük və sürü sahiblərinin idarəetmə üsullarındakı fərq - Böyük sürü sahibləri elmi təcrübəyə əməl edirlər - təkmilləşdirmə imkanları - Kiçik sürü sahibləri - ənənəvi idarəetmə üsulları - Aşağı məhsuldarlıq
Aqrokonsaltinq xidmətləri	- Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi	- Fermerlərə elmi istehsalat təcrübələrinin nümayişi	- Zəif idarəetmə təcrübələrinə (saxlanma şəraiti, yem bitkiləri) gətirib çıxaran çox zəif aqrokonsaltinq xidmətləri və nəticə etibarilə, az istehsal/aşağı məhsuldarlıq
Səhiyyə xidmətləri	- Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Dövlət Baytarlıq Nəzarəti Xidməti - Özəl apteklər	- Yerlərdə baytarlıq məntəqələri vasitəsilə profilaktik və müalicəvi səhiyyə xidmətlərinin göstərilməsi - Yerli apteklər xidmətlərin göstərilməsində fəal iştirak edirlər	- Mövcud xidmətlər məhdud insan resursları səbəbindən qeyri-adekvatdır - Xəstəliklərin yayılması - Kiçik məldarlar xidmətlərə çıxış zamanı çətinliklərlə qarşılaşırlar
Dərmanlar/ Vaksinlər	- Dövlət Baytarlıq Nəzarəti Xidməti	- Dövlət baytarlıq klinikasına vaksın idxalı və təchizatı. Müəssisələr	- Ölkədə vaksın istehsal edilmir - Özəl baytarların vaksinlərə məhdud çıxışı mağazalar əhatə dairəsini yalnız dövlət xidmət təminatçıları üçün məhdudlaşdırırlar
Damazlıq üçün erkək heyvanlar	- Məldarlar	- Yüksək keyfiyyətli damazlıq erkək heyvanlar üzrə təklif	- Yüksək keyfiyyətli damazlıq erkək heyvanlar üzrə təklifin olmaması - Damazlıq erkək heyvanlar üzrə təklif üçün rəsmi təşəbbüsün olmaması
Yem və yem bitkiləri	- Yerli İcra Hakimiyyəti - Bələdiyyə - Məldarlar	- Torpaqların məldarlara icarəyə verilməsi - Ümumi otlaqların idarə edilməsi - Yem/yem bitkiləri istehsalı	- Torpaq resurslarının son dərəcə qeyri-bərabər paylanması - otlaqlara çıxış, torpağın xırda məldarlar tərəfindən icarəyə götürülməsi - Otlaqların mövcudluğunun/ keyfiyyətinin azalması - Yem/alaf idarəçiliyinə elmi yanaşma

Yüksək ölüm və xəstələnmə halları dövlət müəssisələrinin profilaktik və müalicəvi səhiyyə xidmətləri ilə məhdud əhatə olunması ilə şərtlənir. Özəl baytarlıq mağazalarının əsas vaksinlərə

məhdud çıxışı problemi daha da ağırlaşdırır, çünki əsas vaksinlər yalnız dövlət idarəsində mövcuddur, buna görə zəncirin iştirakçıları əsas zoonoz xəstəliklərinə qarşı peyvənddə iştirak edə bilmirlər. Bundan başqa, fermerlərin əksəriyyəti "ödənişsiz" olmalı olan baytarlıq xidmətlərinə görə artıq ödəniş edirlər. Bu vəziyyətdə, xidmətlərə tələbatın daha çox olmasını təmin etmək üçün özəl baytarlıq xidmətləri yaxşı bir seçim ola bilər.

Fermerlər cins heyvan yetişdirilməsi haqqında məlumatlı olsalar və ən yaxşı damazlıq qoçları seçə bilsələr də, yüksək keyfiyyətli damazlıq qoçlar üçün təklif məhduddur. Yüksək keyfiyyətli damazlıq qoç üzrə kommersiya təklifinə yönəlmiş tədbirlər bu problemin həllinə kömək edə bilər.

Və nəhayət, qısamüddətli, ortamüddətli və uzunmüddətli perspektivdə kifayət qədər yem bitkiləri məsələsi əsas prioritet olmalıdır. İcmal bölməsində qeyd edildiyi kimi, yem bitkiləri sahəsində vəziyyətin pis olması nəticəsində son illər heyvan kəsimi göstəriciləri çox yüksəkdir ki, bu da qoyun populyasiyasının artmasının mənfi templərinə gətirib çıxarır. Bu problemi həll etmək üçün strategiya bölməsində nəzərdən keçirilən bir sıra təşəbbüslər dərhal həyata keçirilməlidir. Bütün maldarlarla bağlı müşahidə olunan mühüm bir məqam ondan ibarətdir ki, yem/yem bitkiləri üçün kifayət otlaqlar olarsa, onlar öz sürülərinin ölçüsünü artırmaqda maraqlıdırlar.

Cədvəl 10: Diri qoyun satışı və emalının ümumi qiymətləndirilməsi

Fəaliyyət	Vasitəçilər	Dəyərin zəncirindəki rolu	Problemlər
Ətin emalı və pərakəndə satışı			
Quzu ətinin maldarlar səviyyəsində satışı	- Maldar/ - İstehsalçı	- Quzuların ticarətçilərə/qəssa blara fermaların qapısında/heyvan bazarlarında satışı	- Yem problemi/maliyyə problemi (3 ay) səbəbindən heyvanların körpə yaşda satılması fermerlər üçün optimal olmayan gəlirlərə və ölkədə ət istehsalının azalmasına gətirib çıxarır
Heyvan bazarlarında quzu satışı	- İlk alverçi (ticarətçi)/İkincil alverçilər (ticarətçilər) -	- Qoyun/quzu alışı və daşınması -	- Qeyri-formal bazarlar - Qaydaların olmaması - Qiymət və həcmə bağlı məlumatın olmaması - Bazarlarda infrastrukturun olmaması - Nəqliyyatın zəif olması
Kəsim, emal və pərakəndə satış			
Heyvan kəsimi	- Ənənəvi/müasir heyvan kəsimi məntəqələri	- İribuynuzlu/xırdabu yunuzlu heyvan kəsimi	- Ənənəvi obyektlər gigiyenik deyil - Müasir obyektlər investisiya problemləri ilə üzləşir
İstehlakçılara ət satışı	- Ənənəvi qəssablar - Supermarketlər - Restoranlar	- Ət satışı üçün quzu alışı - Emal və qablaşdırma	- Keyfiyyət normalarına məhdud diqqət - Yan məhsulların qeyri-optimal istifadəsi - Müasir emal firmalarının sayı məhduddur
Emala investisiya	- Özəl sektor emalçıları	- Ət məhsullarının emalı, pərakəndə satışı və ixracına investisiyalar - İxrac və pərakəndə satış	- Çox az özəl investor ət emalı sektoruna vəsait yatırır.

Cədvəl 10-da ət tədarükü, emalı və pərakəndə satışı məsələlərinin ətraflı qiymətləndirilməsi təqdim olunur. Tədarük zamanı əsas məsələlər marketinqlə bağlı siyasət məsələləri ilə yanaşı, fermerlər səviyyəsindədir. **Birincisi**, bir çox fermerlər qoyunlarını 3-6 ay kimi erkən yaşda satırlar ki, bu da satışdan qeyri-optimal gəlirlərə gətirib çıxarır. Erkən yaşda satış, əsasən, yem çatışmazlığı ilə bağlıdır və pula ehtiyac olanda məcburiyyətdən satışdır. Bundan başqa, makro səviyyədə bu, ölkədə ət istehsalının azalmasına gətirib çıxarır. **İkincisi**, heyvanlar bazarlarda satış zamanı çəkilmir və alverçilər (ticarətçilər) maldarlara onların dediyi qiymətə əsasən ödəniş edirlər. Ölkədə quzu ətinə tələbat təklifdən artıq olduğundan, maldarların öz quzularını satması üçün bazar həmişə olacaq. Bununla belə, strateji marketinq idarəçiliyi ilə maldarlar quzu satışından gəlirləri optimallaşdırma bilərlər. **Üçüncüsü**, qeyd edildiyi kimi, qoyun satışı, əsasən, qeyri-formal xarakter daşıyır. Qoyun tədarükü ilə bağlı heç bir qayda yoxdur. Bazarlarda qoyunların yeminin/yem bitkilərinin saxlanması üçün infrastruktur yoxdur. Bundan əlavə, bazarlara gələn qoyunların sayı və satış qiyməti barədə rəsmi hesabat yoxdur. Məlumatların olmaması səbəbindən bazarın miqyasını qiymətləndirmək çətinidir.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, heyvan kəsimi, əsasən, gigiyenanın əsas problemlərdən biri olduğu qəssablar səviyyəsində həyata keçirilir. Yeni Ərzaq Təhlükəsizliyi normalarına uyğun olaraq, heyvan kəsimi modernləşdirilmiş heyvan kəsimi obyektlərində həyata keçiriləcəkdir. Əsas problemlər heyvan kəsimi obyektlərinə əhəmiyyətli investisiyalarla yanaşı, ərzaq təhlükəsizliyi normalarına ciddi riayət olunmasını da əhatə edir. Bəzi kəsim məntəqələri, əsasən, öz vəsaitləri hesabına modernləşdirilməyə sərmayə yatırblar, çünki kreditlərə çıxış məhduddur. Vəziyyəti daha da qəlizləşdirən məqam odur ki, bu obyektlər aşağı imkanlarla fəaliyyət göstərilir, çünki qəssablar hələ də heyvan kəsimini öz iş yerlərində həyata keçirirlər. Belə vəziyyət ət kəsimi sənətinin operatorlarının üzərinə böyük maliyyə yükü qoyur.

Cədvəl 11-də ət sektoruna dair siyasi mühitin və institusional dəstəyin ümumi qiymətləndirilməsini təqdim edir. Heyvandarlıq sektoru üçün siyasi mühit neft sektorundan həddindən artıq asılılıq səbəbindən iqtisadi vəziyyətin çox dəyişkən olması ilə əlaqədar bazar iqtisadiyyatına keçid prosesində olan ölkədə iqtisadiyyatın sabit artımının təmin edilməsi üçün alternativ sektor kimi kənd təsərrüfatının inkişafı ilə yanaşı, ümumi vəziyyəti də əks etdirir. Strateji Yol Xəritəsi kənd təsərrüfatı, heyvandarlıq və təbii sərvətlər sektoru üçün yaxşı bir ümumi istiqamətdir. Bununla belə, heyvandarlıq sahəsində çalışan insanları, cari resursları (mal-qara, damazlıq heyvanlar, təbii ehtiyatlar), mövcud və gələcək ehtiyacları nəzərə alaraq heyvandarlıq sahəsində güclü siyasətə ehtiyac var və tələbin ödənilməsi yolları daha da gücləndirilə bilər.

Kənd təsərrüfatı mühüm sektora çevrildiyi üçün torpaqdan istifadə üzrə güclü siyasət sektorun inkişafı və artım üçün həlledici əhəmiyyətə malikdir. Ancaq ənənəvi heyvandarlıq sahələri təbii otlaqlardan və s. asılıdır. Torpaqdan istifadə üzrə siyasət, əsasən, torpaqdan istifadənin alternativ modelləri işlənib hazırlanmaqla sektorun mövcud tələbatlarına yönəldilməlidir. **Torpaqdan istifadənin böyük təsiri artıq özünü cəmdək çəkisinin azalması ilə yanaşı, mal-qara populyasiyasının azalmasında göstərir ki, bu da qoyunçuluq sektoruna uzunmüddətli mənfi təsir göstərə bilər.**

Ərzaq təhlükəsizliyi sahəsində yeni siyasətin həyata keçirilməsi çətin məsələ olacaqdır, çünki bu, mövcud sistemin fəaliyyətində əhəmiyyətli dəyişikliklər tələb edir. Mövcud infrastrukturun təkmilləşdirilməsi, eləcə də ərzaq təhlükəsizliyi normalarına daha ciddi riayət edilməsi üçün yeni investisiyalar tələb olunacaq. Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün texniki cəhətdən hazırlıqlı kadrlar tələb olunacaqdır.

Azərbaycanın ixrac-idxal siyasəti qoyunçuluq sektoru əlverişli olan iki əsas cəhətə malikdir -

birincisi, bu, cins heyvan yetişdirilməsi üçün diri heyvanların idxalına cüzi gömürk rüsumları; ikincisi, istehlak üçün ətin idxalına yüksək gömürk rüsumları ilə sektorun qorunması. Sözsüz ki, damazlıq bəhanəsi altında istehlak üçün diri qoyun idxal etmək imkanı var ki, bu da istehlak üçün diri qoyunların idxal edilməsinin miqyasını düzgün qiymətləndirməyə bilər.

Nəhayət, rəsmi fermer assosiasiyalarına dəstək üçün rəsmi siyasət yoxdur - digər tərəfdən, hətta qeyri-formal fermer assosiasiyaları da kiçik fermerlərin tələbatlarını dəstəkləyərək sektorun inkişafına kömək edəcəkdir.

Cədvəl 11: Siyasi iqlimin və institusional dəstəyin qiymətləndirilməsi

Fəaliyyət	Vasitəçilər	Dəyərin zəncirindəki rolu	Problemlər
Siyasi mühit			
Heyvandarlıq Siyasəti	Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi	- Heyvandarlıq Siyasəti - Ənənəvi kənd təsərrüfatının müasir kənd təsərrüfatına çevrilməsi təşəbbüsləri və tədbirləri	- Kənd Təsərrüfatının İnkişafı üzrə Strateji Yol Xəritəsi istiqamətləri nəzərdə tutur - Heyvandarlıq sektoru üzrə siyasət yoxdur
Qida Təhlükəsizliyi Siyasəti	Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi	- Ərzaq Təhlükəsizliyi Normalarının işlənilib hazırlanması və tətbiqi	- Yeni yaradılmış agentlik, rol və vəzifələrə aydınlıq gətirilməsi - Ərzaq Təhlükəsizliyi normalarının həyata keçirilməsi üçün infrastruktur və işçi qüvvəsinə lazım olan investisiyalar
Torpaqdan İstifadə Siyasəti	Torpaqdan İstifadə Departamenti	- Torpaqdan istifadənin planlaşdırılması	- Otlaq/yem istehsalı üçün torpaqların azaldığı halda, kənd təsərrüfatı üçün ayrılmış torpaq sahələrinin artırılması
Diri heyvanlar üçün İxrac/İdxal Siyasəti	Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi	- Damazlıq/istehlak üçün diri heyvanların ixracına/idxalına icazələr. - Damazlıq üçün diri heyvanların idxalının subsidiyalaşdırılması	- Damazlıq üçün diri heyvanların idxalı adaptasiya ilə bağlı elmi məlumatlara əsaslanmır. - Dövlət resurslarından səmərəsiz istifadə
İnstitusional dəstək			
Tədqiqat	Kənd təsərrüfatında səhiyyə üzrə elmi-tədqiqat institutu	- Cins heyvan yetişdirilməsinə dair tədqiqat - Elmi idarəetmə təcrübəsi	- Zəruri tədqiqatların aparılması üçün kadr potensialının olmaması
Heyvandarlıq xidmətləri	Aqrar Xidmətlər Agentliyi	- Müalicə və profilaktik səhiyyə xidmətlərinin göstərilməsi	- Mövcud dəyişikliklər səbəbindən rolların izah edilməməsi - Heyvandarlıq xidmətlərinin özəlləşdirilməsinin əhatə dairəsi.
Baytarlıq sahəsində kadrların hazırlanması	Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti	- Baytarlıq və əlaqəli sahələr üçün gənc mütəxəssislərin hazırlanması	- Namizədlərin seçilməsi prosesi - Baytarlıq məzunlarının hazırlığının dövlət tərəfindən maliyyələşdirilməsi - Baytarlıq xidmətlərinin göstərilməsi ilə məşğul olmayan məzunlar - Müəllim heyətinin potensialı
Süni İntellekt	Respublika Süni İntellekt Mərkəzi	- İribuynuzlu heyvanlar üçün Süni İntellekt xidmətləri ilə məşğul olma	- Kiçikbuynuzlu heyvanlara Süni İntellektin tətbiqinin müvəffəqiyyəti ilə əlaqədar digər ölkələrin təcrübəsinin öyrənilməsi

		- Qoyunçuluqda Süni İntellektin tətbiqinin planlaşdırılması	
Kredit	Aqrarkredit	- Kənd təsərrüfatı və heyvandarlıq sektoru üçün kreditlərin verilməsi	- Heyvandarlıq sektoru üçün çox məhdud rəsmi kredit - Qoyunçuluq sektoru üçün çox cüzi maliyyə vəsaiti

Sektora institusional dəstək baytarlıq xidmətləri, aqrokonsaltinq xidmətləri və baytarlıq təlim və tədqiqat institutlarını əhatə edir. Heyvandarlıq sektoruna institusional dəstəyin zəif olduğu geniş qəbul olunmuşdur. Strateji Yol Xəritəsi də bu çatışmazlıqları tanıyır. "Bu qurumların idarəetmə metodları və proqram prioritetləri bazar iqtisadiyyatının tələblərinə, əsasən, uyğun gəlmir. Müvafiq elmi-tədqiqat institutlarının aparıcı mütəxəssislərinin əksəriyyətinin müasir aqrar texnologiyalar haqqında bilikləri lazımi səviyyədə deyil." Bundan başqa, bazar iqtisadiyyatının tələblərinə və beynəlxalq standartlara cavab verən elmi nəticələr əldə etmək üçün, müəssisələrin müasir laboratoriyalara, cihazlara və avadanlığa, öz fəaliyyət istiqamətinə uyğun olduqca effektiv kənd təsərrüfatı texnikasına və digər müasir logistika vasitələrinə ehtiyacı var." Ölkədə heyvandarlıq sektorunun inkişafına güclü dəstək göstərmək üçün bu qurumların möhkəmləndirilməsinin zəruriliyi qəbul edilir.

Müzakirələrdən irəli gələn vacib məqam ondan ibarətdir ki, qoyunçuluq sektoruna vəsait axını son dərəcə məhduddur. Bu, əsasən onunla bağlıdır ki, bu sektorda indiyədək süd fermalarında olduğu kimi iri müəssisələr yaradılmayıb. Gələcəkdə güzəştli kreditlərdən sahibkarlığın inkişafı üçün istifadə oluna bilər və kiçik fermerlərin mikrokreditləşdirilməsi məsələsi fermerlərin ehtiyaclarını ödəmək üçün daha çox müzakirə olunmalıdır.

4. YUN DƏYƏR ZƏNCİRİNİN TƏHLİLİ

4.1 AZƏRBAYCANDA YUN BAZARININ İCMALI

Azərbaycan XX əsrin böyük bir hissəsi ərzində Sovet İttifaqının əsas yun respublikalarından biri olmuşdur. Bu, yerli şəraitə uyğunlaşdırılmış Merinos qoyunlarının böyük populyasiyasına - "Azərbaycan Dağ merinosu"na və yalnız Azərbaycan məhsulunu deyil, həm də digər Sovet respublikalarından və xaricdən idxal olunan yunları emal edə biləcək yun yığım, yuyulma və paketləmə sistemlərinə əsaslanırdı. Yunun əksəriyyəti son əlavə dəyər üçün iplik, toxuculuq və paltar tikmə üçün Rusiyaya göndərilirdi (FAO, 2017).

Sovet İttifaqının dağılmasından bəri sistem tamamilə dəyişib: hökumət köhnə istehsal məqsədləri üzrə siyasətdən və qeyri-bazar qiymət məhdudiyyətlərindən imtina edib, özəl maldarlar isə quzu və ətə olan güclü yerli tələbatı təmin etmək üçün yunluq Merinos qoyunlardan ətlik yerli cins qoyunlara keçiblər.

Yun üzrə dəyər zənciri əhəmiyyətli dərəcədə pisləşib və çox güman ki, ümumi istehsalın heç yarısı da satılmır, yığılan yun isə yerli bazarlarda qismən satılır və qismən ixrac edilir, özü də ixrac, əsasən, birbaşa və ya Qazaxıstandan Çinə aparılan çeşidlənməmiş, yuyulmamış və nisbətən kobud yundan ibarətdir.

Xalçalar ölkədə əsas yun məhsulu olduğundan, tədqiqatda xalçaların dəyər zəncirinə diqqət yetirilir. Xalçalardan başqa, yundan həmçinin xalılardan hazırlanması üçün də istifadə olunur, xüsusilə də toy zamanı yun xalılardan cehiz verilməsi ənənəsinə əvvəlki kimi çox ciddi riayət edilir. Bundan başqa, ötən il, təxminən 10 illik fasilədən sonra Rusiyaya 60 min tona yaxın kobud yun ixrac edilib. Bu bölmə, hazırda aparıcı yun məhsulu olduğu üçün, xalça üzrə dəyər zənciri üzərində dayanır.

4.2 AZƏRBAYCAN XALÇALARI ÜÇÜN MÖVCUD VƏ POTENSİAL BAZAR

Azərbaycan qədim xalçaçılıq tarixinə malikdir. Hazırda xalçalar ölkədə əsas yun məhsuludur. Azərbaycan xalçaları ənənəvi olaraq beynəlxalq bazarlarda böyük şöhrət qazanmışdır. Yerli xalçalar turistlər üçün alış-verişin mühüm predmetidir. Bundan başqa, Azərbaycan xalçalarının beynəlxalq bazarlara ixrac variantlarının öyrənilməsi üçün imkanlar mövcuddur.

Ölkədə yun üzrə dəyər zəncirinin mövcud olmaması səbəbindən xalçaçılar, əsasən, xalçaçılıq üçün ölkəyə idxal olunmuş yunu alırlar. Xalçaçılıq, əsasən, kiçik müəssisələrdən və ev xalçaçılığından ibarətdir. istehsalın miqyası kiçik olduğundan, Azərbaycanda istehsal olunan xalçalar Türkiyə kimi qonşu ölkələrdə istehsal olunan xalçalarla müqayisədə nisbətən azdır. Yerli sakinlər nisbətən ucuz idxal xalçaları əldə etməyə üstünlük verirlər.



4.3 YUN/XALÇA ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN FƏALİYYƏTİ

Xalça üzrə dəyər zənciri, əslində, yun ipliği ilə məşğul olan konkret mağazalar tərəfindən satılan idxal edilmiş iplikdən ibarətdir. Xalçaçılar, ayrı-ayrı qadınlar və ya kiçik müəssisələr, idxal ipliği ilə həyata keçirilən xalçaçılıqla məşğul olurlar. Xalçaların satışı, əsasən, regionlarda, xüsusilə Bakı, Gəncə, Şəki və s. kimi iri şəhərlərdə pərakəndə satıcılar tərəfindən həyata keçirilir. Son bir neçə ildə "Azərxalça" - hökumət tərəfindən xovlu yığım mərkəzlərinin yaradılması, kənd yerlərinin yaxınlığında xalçaçılığın işə salınması və milli və beynəlxalq xalça satışı bazarları ilə əlaqələrin qurulması da daxil olmaqla, xalça üzrə dəyər zəncirinin inkişafı üzrə təşəbbüsdür.

Xalça üzrə dəyər zənciri ilə yanaşı, yun bazarı çox zəifdir, çünki çox kiçik həcmli ticarət edilir. Yun bazarı, bəzi kollektorlardan yun satın alan və əsasən yorğan-döşək hazırlayan alıcılara satan ənənəvi bazarlarda bəzi mağazalar tərəfindən kobud yun satışından ibarətdir. Ölkədə alıcılar olmadığından, maldarlar yunu atır, yandırır və ya yorğan-döşək hazırlanması üçün yuna ehtiyacı olan, xüsusilə də toy etməyə hazırlaşan qonşulara və qohumlara verirlər. Yun üzrə dəyər zənciri ətraflı şəkildə aşağıda verilmişdir.

Maldarlar: Qoyunlar ildə bir dəfədən az olmayaraq qırılmalıdır. Qoyunların əksəriyyətinin yununun keyfiyyətinin pis olması və bazarın, demək olar ki, olmaması səbəbindən, qırılmış yunun çoxu ya yandırılır, ya da atılır. Bundan başqa, qırım üçün xüsusi gigiyena normalarına nadir hallarda riayət edilir.

Fermerlər arasında aparılan araşdırmaya görə, sürü ölçüsünə uyğun hər bir qrupda maldarların əksəriyyəti qoyunların yununu qıracağını bildirib. Kiçik sürü sahibləri qırımı mexaniki üsulla həyata keçirsə də, böyük sürü sahiblərinin təxminən 20 faizi qırım maşınlarından istifadə edirdi. Kiçik sürü sahiblərinin 19 faizi ilə müqayisədə, orta və iri sürü sahiblərinin təxminən 30-37 faizi yun satırdı. Onlar, əsasən, fermaya gələn yerli alverçilərə (ticarətçilərə) satılırdı. Yununu sata bilməyən maldarlar onu qohum-əqrəbaya/dostlara verir, qalanını isə ya atır, ya da yandırır.

Yunqıraxanlar: Qırım xidmətləri göstərmək üçün fermalara gələn yunqıraxanlar var. Yun qırımı, əsasən, mexaniki üsulla aparılır, amma qırım xidməti göstərən sahibkarlar da fəaliyyət göstərir.

Tədqiqat qrupu, sahə səfəri zamanı mexaniki üsulla qıraxım xidmətləri göstərən bir müəssisəyə baş çəkib. Xidmət təminatçısı öz komandasına 6-7 nəfər cəlb edib, onlar xidmətləri birlikdə göstərirlər. 6-7 yunqıraxan saatda təxminən 100 qoyun (bir qoyun 5-10 dəqiqə çəkir) qıraxmaq olar. Xidmət haqqı bir heyvan üçün 0,8 AZN təşkil edir. Onlar hər il yazda təxminən 10 000 qoyun, payızda isə 12 000 qoyun olmaqla, toplam 22 000 heyvan qıraxırlar. Bu, onlara ildə təxminən 16 000 AZN gəlir gətirir. Bununla belə, hər 1000-1200 qoyundan sonra maşına texniki qulluq tələb olunur ki, bu da təqribən 150-200 AZN xərc tələb edir. Qıraxım üçün xidmət təminatçıları o qədər də çox deyil. Bunun nəticəsində də təmir və texniki qulluq problemə çevrilib, çünki bunun üçün xidmət təminatçılarının da sayı azdır. Yunqıraxanlar yunu özləri ilə aparmırlar, lakin dəyər zəncirinin inkişafı zamanı bu mexaniki qıraxım xidməti təminatçıları yun yığılması üçün dəyər zəncirində mühüm halqa ola bilərlər.

Alverçilər (ticarətçilər): Yunu maldarlardan alaraq, ənənəvi bazarda və Bakıda pərakəndə yun satıcılarına satan yun alverçiləri (ticarətçiləri) var. Ümumiyyətlə, bu fəaliyyət çox məhduddur.

Yun emalçıları: Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, emalçılar, əsasən, Merinos yununun emalı ilə məşğul olan ənənəvi emalçılardır. Merinos qoyunlarının populyasiyasının azalması nəticəsində bu texnoloji cihazlar işlədilmir.

Yun iplik mağazaları: Böyük şəhərlərdə kiçik toxuculuq fabrikləri və evdə xalçaçılıqla məşğul olan qadınlar üçün yun ipliklərinin satışı ilə məşğul olan çoxlu yun iplik mağazası var. Emal müəssisələri olmadığından, bu ipliğin böyük hissəsi, əsasən, Türkiyədən idxal edilir.

Xalça toxucuları: Xalçaçılıq, əsasən, ev məşğuliyyəti kimi xalçaçılıqla məşğul olan Azərbaycan qadınlarının ənənəvi sənətidir. Bundan başqa, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, "Azərxalça"nın yaratdığı iri müəssisələrlə yanaşı, xalçaçılıq üçün kiçik müəssisələr də mövcuddur. Əməliyyatların miqyası haqqında ətraflı məlumat aşağıda verilmişdir.

Pərakəndə xalça satışı mağazaları: Regionlarda, Bakı, Şəki kimi iri şəhərlərdə və digər turizm məkanlarında yerli istehsal olan xalçaların satışı ilə məşğul olan pərakəndə satış mağazaları var. Pərakəndə satıcıların əksəriyyəti xalçaları birbaşa xalçaçılıqla məşğul olan qadınlardan və ya xalçaçılıq müəssisələrindən almaq üçün regionlarda əlaqələrinin olduğunu bildirib.

Azərxalça: Azərbaycan xalçalarına beynəlxalq xalça bazarında tələbatın olduğunu və xalçaçılıqla məşğul olan qadınların gəlirlərinin artırılması potensialını qəbul edən "Azərxalça" Açıq Səhmdar Cəmiyyəti 2016-cı ilin mayında Prezidentin xüsusi fərmanı ilə yaradılmışdır. "Azərxalça", xalça istehsalı müəssisələri yaratmaqla, Azərbaycan xalçalarının milli və beynəlxalq səviyyədə marketinqində iştirak etməklə, bütün ölkə üzrə yığım mərkəzlərinin yaradılması yolu ilə yun alışımda iştirak edərək, Azərbaycan xalçaları üzrə dəyər zəncirini yaratmağı planlaşdırır və digər marketinq imkanlarından istifadə etməklə yanaşı, beynəlxalq sərgilərdə də iştirak edir.

Gələcəkdə onlar potensial olaraq yun yığım mərkəzlərində yun toplamaq üçün yunqıraxanlar cəlb edə bilərlər. Yığılan yundan sonradan xalçaçılıq mərkəzlərinə tədarük ediləcək iplik hazırlana bilər. Üç il ərzində ölkənin müxtəlif yerlərində 10 xalçaçılıq mərkəzi yaradılıb, burada 830 xalçaçı qadın çalışır.

Diagram 2: Azərbaycanda mövcud yun dəyər zəncirləri**YUN ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİ**

Zəncir 1: Maldarlar – yorğan-döşək hazırlayan qonşular/dostlar

Zəncir 2: Maldarlar – Alverçilər (Ticarətçilər) – Pərakəndə yun satıcıları – Alıcılar (yorğan-döşək hazırlamaq üçün)

XALÇA ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİ

Zəncir 4: İdxal ipliyi – xalçaçılıq (evdə və ya bağ evində) — Pərakəndə satış mağazaları

"AZƏRXALÇA" NIN XALÇA ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİ

Zəncir 5: Maldarlardan yun yığımı - ipliğin hazırlanması - ipliğin emal müəssisələrinə tədarükü - xalçaçılıq - milli və beynəlxalq bazarlarda xalçaların satışı

Qeyd: Qalın şriftlə fərqləndirilmiş dəyər zənciri ən dominant dəyər zənciridir.

Azərbaycanda mövcud yun dəyər zəncirləri, əsasən, kiçik və inkişaf etməmişdir. Onlar Diagram 2-də verilmişdir. Qalın şriftlə verilmiş dəyər zəncirləri hazırda ən dominant dəyər zəncirlərini bildirir. "Azərxalça" şirkəti tərəfindən işlənib hazırlanmış dəyər zənciri daha müasir və inkişaf etmiş dəyər zənciridir. Bundan başqa, onlar xalça yunları ilə yanaşı, yunu ixrac üçün tələb olunan şəkildə müxtəlif yun məhsullarının hazırlanması üçün başqa bazarlara da göndərə bilirlər.

4.4 YUN/XALÇA ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Cədvəl 12-də Azərbaycanda yun üzrə dəyər zəncirindəki əsas problemlər göstərilib. Bütün dəyər zəncirinin fəaliyyətinə yuna aşağı tələbat təsir göstərir ki, bu da fermerlər tərəfindən aşağı qiymətə satışı və əsasən ölkədə istehsal olunan yun itkisinə gətirib çıxarır. Son zamanlar "Azərxalça" tərəfindən yun yığımı mərkəzlərinin təsis edilməsi, xalça istehsalı üzrə bölmələrin yaradılması və xalçaların satışında iştirak yolu ilə xalçaların hərtərəfli dəyər zəncirinin inkişaf etdirilməsi səyləri bütün dəyər zəncirini canlandırmağa kömək edə bilər. Plan üzrə uğurla fəaliyyət göstərərsə, "Azərxalça" dəyər zənciri Azərbaycanın xalçaçılıq sənayesində inqilab edə və Azərbaycan xalçalarının ənənəvi şöhrətini bərpa edə bilər. Dəyər zəncirinin müvəffəqiyyət dərəcəsi, nisbətən ucuz olan maşın istehsalı xalçalarla əl əməyi olan xalçaların rəqabət qabiliyyətliliyindən asılı olacaqdır. Bundan əlavə, yun bazarının olmaması səbəbindən yunun tam israf edilməsinin, yandırılmasının və ya atılmasının qarşısını almaq məqsədilə yağlı yun toplamaq və ixrac etmək üçün əlavə dəyər zəncirinin yaradılması da mümkündür.

Cədvəl 12: Azərbaycanca yun/xalça üzrə dəyər zəncirində problemlər

Fəaliyyət	Vasitəçilər	Dəyərin zəncirindəki rolu	Problemlər
Qoyunçuluq	- Məldar/ İstehsalçı	- Mexaniki üsulla yun qırımı - Yun tədarükü	- Yun qırımı, əsasən, mexaniki üsulla kəyata keçirilir - Gigiyena və keyfiyyət problemləri - Kiçik və orta məldarların 70-80 faizinin yun bazarına çıxışı yoxdur - İri məldarların təxminən 60 faizinin yun bazarına çıxışı yoxdur
Yun tədarükü	- Alverçi (ticarətçi)	- Pərakəndə mağazalara satış üçün məldarlardan yun alışı	- Kobud yun bazarı çox zəifdir, buna görə də bu fəaliyyətlə məşğul olan çox az bazar iştirakçısı var - Bazara çox kiçik həcmdə yun daxil olur - Yunun yığılması, emalı və ixrac bazarlarına satışının təşviqi
Yun iplik hazırlanması	- Özəl emalçılar	- Yunun yığılması, emalı və iplik satışı	- Yun ipliyi. əsasən, idxal olunur - Kobud yun üçün emal qurğuları yoxdur (biri ötən il işə salınıb, digəri isə "Azərbaycan" tərəfindən işə salınacaq) - Məldarlar arasında çox məhdud həcmdə yun yığılması kobud yunun böyük itkisinə gətirib çıxarır - Yun ipliyinin emalı və yun ipliyi üçün bazar əlaqələrinin araşdırılması
Xalçaçılıq	- Xalçaçılıqla məşğul olan qadınlar	- Xalçaların ev şəraitində və ya kiçik müəssisələrdə toxunması	- Ölkədə xalçaçılıq üzrə çox az müəssisə var (hazırda "Azərbaycan"ın yeni müəssisələri yaradılıb)
Xalça tədarükü	- Pərakəndə satış mağazaları - Azərbaycan xalçası	- Daxili/beynəlxalq bazarda xalça satışı - Azərbaycan xalçalarının satışının təşviqi	- Yerli istehsal olan xalçaların idxal xalçaları ilə müqayisədə baha olması səbəbindən xalça satışı (əsasən turistlərə satış) aşağı idi (hazırda "Azərbaycan" beynəlxalq bazarlara satışın təşviqi ilə məşğuldur)

5. QOYUN PENDİRİ ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN TƏHLİLİ

5.1 QOYUN PENDİRİ SEKTORUNUN İCMALI

Qoyun pendiri emalı seqmenti tamamilə qeyri-formal emal sahəsinə aiddir, özü də emal fermer təsərrüfatları səviyyəsində həyata keçirilir. Qoyun pendirinin emalı üzrə formal müəssisələr mövcud deyil. Qoyun pendiri ənənəvi bazarlarda, regionlarda və şəhərlərdə topdan şəkildə, qablaşdırmasız satılır. Qeyd etmək vacibdir ki, qoyun pendiri supermarketlərdə və ya müasir mağazalarda, demək olar ki, satılmır. Formal emalın olmaması səbəbindən supermarketlər qoyun pendirinin satışı ilə məşğul olmurlar, çünki onlar keyfiyyət normalarını təmin edə bilmirlər.

5.2 PENDİR ÜÇÜN MÖVCUD VƏ POTENSİAL BAZAR

Avropa bazarında, xüsusən Yunanıstan, Rumıniya, İspaniya, İtaliya və Fransa kimi cənub ölkələri üçün (istehsal qaydasında) qoyun südünün istehsalı mühüm sektordur. Qoyun südü inək və keçi südü ilə müqayisədə yağ, bərk maddələr və minerallarla daha zəngindir və bu xüsusiyyətlər onu pendir istehsalı üçün ideal edir. Qoyun pendirinin dünya bazarında dünyanın ümumi pendir istehsalının 57,4 faizini (FAOSTAT, 2012) istehsal edən Avropa dominantlıq edir. Bu məhsulun əhəmiyyətli bir hissəsi ABŞ-a ixrac edilir, lakin qoyun pendirinin maksimum miqdarı Avropa ölkələrinin öz daxilində mübadilə edilir.

Dünyada ən məşhur qoyun pendiri Fransanın "Roquefort", Yunanıstanın "Feta", İspaniyanın "Manchego", İtaliyanın "Pecorino Romano", "Pecorino Sardo" və "Ricotta", Portuqaliyanın "Serra da Estrela" pendirləridir (Skapetas & Kalaitzidou, 2017). Azərbaycan böyük həcmdə yerli qoyun pendiri istehsal edir, lakin bu dinamik Avropa və dünya bazarına xidmət göstərmir. Ənənəvi istehsal metodları, aşağı gigiyena və pis bazar əlaqələri Azərbaycanda pendir istehsalını yalnız yerli bazarlar və qeyri-formal emal ilə məhdudlaşdıran amillərdir.

Süd məhsullarının bəzi aparıcı emalçıları ilə aparılan müzakirələr göstərdi ki, onlar qoyun pendirinin formal emalı ilə məşğul olmurlar, çünki istehlakçıların tələbatı məhduddur. Bununla belə, potensial tələbatın öyrənilməsi bazar imkanlarını müəyyən edə bilər. Sektor, gigiyenayı yaxşılaşdıraraq, bazarın ələ keçirilməsi üçün böyük imkanlar təqdim edir və formal emal vahidlərində, kiçik miqyasda da olsa, iştirak edir.

5.3 PENDİR ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN FƏALİYYƏTİ

Ənənəvi bazarlarda iribuynuzlu heyvan pendiri ilə yanaşı, qoyun pendirinin satışı ilə də məşğul olan 4-5 pərakəndə satıcı olur. Qoyun pendirinin qiyməti iribuynuzlu heyvan pendirindən bir qədər yüksəkdir və satış həcmi bir az azdır. Qoyun pendirinin qiyməti, növündən asılı olaraq, 5-15 AZN/kq arasında dəyişsə də, iribuynuzlu heyvan pendirinin qiyməti müxtəlif növlər üçün 4-12 AZN/kq aralığında tərəddüd edirdi. Regionlarda hər pərakəndə satıcının orta satış həcmi 4-5 kq/gün, şəhərlərdə isə pərakəndə satıcıların orta satış həcmi 100 kq/gün təşkil edirdi. Hotel və restoran sahibləri də bu bazarlarda qoyun pendiri alırlar.

Maldarlar: Fermerlər arasında aparılan sorğuya əsasən, çox az maldar öz qoyunlarını müntəzəm olaraq sağdığını bildirib. Kiçik maldarların yalnız 6 faizi, orta maldarların 12 faizi və iri maldarların 25 faizi

öz qoyunlarını sağıb ki, bu süd də, əsasən, pendir hazırlanması üçün istifadə edilib. Maldarlar tərəfindən istehsal olunan əsas pendir növləri motal, brınza və digər ənənəvi növlər idi. Kiçik və orta sürü sahibləri şəxsi istehlak üçün pendir istehsal etdiyi halda, böyük sürü sahiblərinin əksəriyyəti isə pendiri satdıqlarını bildirib.

Maldarların çoxu laktasiya dövründə olan qoyunlardan əldə etdikləri süddən evdə pendir istehsal edirlər. Nisbətən kiçik maldarlar evdə şəxsi istehlak üçün kifayət qədər pendir istehsal etdikləri halda, nisbətən böyük maldarlar (sürüsü 500+ heyvandan ibarət olan) böyük miqdarda pendir istehsal edirlər. Bu ailələrdə əsasən qadınlar pendir istehsalı ilə məşğul olurlar. Çox vaxt pendir bazara getmək əvəzinə birbaşa evdən satılır. Bundan əlavə, pendir qonşu bazarlarda işləyən pərakəndə satıcılara və ya alverçilərə (ticarətçilərə) satılır ki, onlar da, öz növbəsində, pendiri uzaq bazarlardakı pərakəndə satıcılara satırlar.

Alverçilər (ticarətçilər): Alverçilər (ticarətçilər) böyük istehlak mərkəzlərindəki pərakəndə satıcılara satmaq üçün bölgədəki maldarlardan pendir alırlar.

Pərakəndə satıcılar: Regionlarda fəaliyyət göstərən pərakəndə satıcılar birbaşa maldarlardan pendir alırlar. Yerli səviyyədə pendir istehsal edilməyən şəhər və regionlarda fəaliyyət göstərən pərakəndə satıcılar pendiri birbaşa maldarlardan satın alan alverçilərdən (ticarətçilərdən) alırlar.



Baki, Azərbaycanda pendir bazarı

Diagram 3: Pendir dəyər zəncirlərinin xəritəsi

Zəncir 1: Maldarlar (Emal və Pərakəndə satış) →
İstehlakçı zənciri 2: Maldarlar (Emal) → Pərakəndə
satıcılar → İstehlakçılar

Qeyd: Qalın şriftlə fərqləndirilmiş dəyər zənciri ən dominant dəyər zənciridir.

Pendir dəyər zəncirləri kiçik və ənənəvidir, onlarda çox az iştirakçı var (Diaqram 3). Dəyər zəncirlərinin hər biri bazarda eyni dərəcədə geniş yayılmışdır.

5.1. PENDİR ÜZRƏ DƏYƏR ZƏNCİRİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Cədvəl 13: Dəyər zəncirinin təhlili - Pendir (İstehsalı/Satışı/Emalı/Pərakəndə satışı)

Fəaliyyət	Vasitəçilər	Dəyərin zəncirindəki rolu	Problemlər
Qoyun yetişdirilməsi/Süd sağımı	Maldar/İstehsalçı	<ul style="list-style-type: none"> - Kiçik maldarlar qoyunları sağmırlar - Süd sağımı ilə, əsasən, sürüsünün ölçüsü 500+ olan maldarlar məşğul olurlar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Laktasiya üçün aşağı süd məhsuldarlığı
Pendir emalı	Maldar/i stehsalçı	<ul style="list-style-type: none"> - Kiçik maldarlar yalnız ev istehlakı üçün pendir emal edirlər - Böyük sürü sahibləri satış üçün evdə pendir emal edirlər 	<ul style="list-style-type: none"> - Pendir istehsalının ənənəvi üsulu - Südün pasterizə edilməməsi (Xəstəliyə yoluxmuş qoyundan potensial yüksək risk) - Məhsulun həmcins olmaması - Qoyun pendirinin müxtəlif adda/qiymətə satılan müxtəlif növləri - Ərzaq təhlükəsizliyi və keyfiyyəti məsələləri
Pendir tədarükü	<ul style="list-style-type: none"> - Maldar/İstehsalçı - Alverçi (ticarətçi) 	<ul style="list-style-type: none"> - Maldarlar pendiri yaxın ərazilərdəki pərakəndə satış mağazalarının istehlakçılarına/alverçilərə satırlar - Alverçilər (ticarətçilər) yaxınlıqdakı şəhərlərdə /böyük istehlak mərkəzlərində pərakəndə satış mağazalarına tədarük edirlər 	<ul style="list-style-type: none"> - Pendirin satışı rəsmi sahəyə daxil deyil, buna görə qiyməti və həcmli bilmək çətindir
Pendirin pərakəndə satışı	<ul style="list-style-type: none"> - Bölgələrin və Bakının ənənəvi bazarlarındakı pərakəndə satış mağazaları 	<ul style="list-style-type: none"> - Alverçilərdən/maldarlardan pendir alışı - Hotel/restoran və s. kimi institusional alıcılara/istehlakçılara satış 	<ul style="list-style-type: none"> - Keyfiyyət normalarına məhdud diqqət - Saxlama, son istifadə müddəti və s. ilə bağlı məsələlər

Cədvəl 13-də pendir üzrə dəyər zəncirinin qiymətləndirilməsi təqdim edilir. Azərbaycanda pendir üzrə dəyər zənciri çox ənənəvidir və iştirakçı sayı az olmaqla çox kiçikdir. Bu, əsasən, pendirin pasterizə edilmədən istehsal edildiyi ev fəaliyyətidir ki, bu pasterizə edilməmiş pendir də potensial olaraq sağlamlıq üçün ciddi təhlükə törədə bilər. Pendirin formal olaraq emalı və satışı heç məişət səviyyəsində də öyrənilməmişdir. Əksinə, bu pendir supermarketlərdə saxlanmır və, əsasən, yalnız ənənəvi bazarlar vasitəsilə satılır. Daxili bazarları təmin etmək məqsədilə, keyfiyyəti və gigiyenanı yaxşılaşdırmaq üçün, ilk növbədə, pendir emalını təkmilləşdirmək üçün böyük imkanlar var. Bundan əlavə, qoyun pendiri, digər inkişaf etməkdə olan ölkələrlə yanaşı, Avropanın digər yerlərində geniş yayılmış delikates məhsuldur. Daxili bazarda istehsalın və marketinq fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması üçün ixrac bazarına çıxış ilə yanaşı, imkanlar da vardır. İxrac bazarları Coğrafi İndikatorlara əsasən, məsələn, Azərbaycan istehsalı olan dağ pendiri və s. vasitəsilə əhatə oluna bilər.

6. QOYUNÇULUQ SƏNAYESİNİN İNKİŞAF KONSEPSİYASI

Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi Azərbaycanda qısa, orta və uzunmüddətli perspektivdə kənd təsərrüfatı və heyvandarlığın inkişafına kompleks yanaşmadır. Diqqət ərzaq təhlükəsizliyi, dayanıqlılıq və rəqabətqabiliyyətliliyin artırılması ilə bağlı məsələlərin həllindən tədricən keçidə (2020-ci ilə Strateji Baxış); bazar-yönümlü intensiv kənd təsərrüfatı və əlavə dəyərə (Uzunmüddətli Baxış); beynəlxalq ərzaq təhlükəsizliyi normalarına, ekoloji standartlara, texnoloji inkişafa və qlobal dəyər zəncirləri ilə birləşməyə tədricən keçid edilməsinə yönəlir (Bax: Diaqram 4).

Dəyər zəncirinin tədqiqi zamanı işlənilib hazırlanmış qoyunçuluq sektorunun inkişaf konsepsiyasında Strateji Yol Xəritəsinin əsas elementləri konkret olaraq qoyunçuluq sektorunun inkişafına tətbiq edilir. Bu məqsədlərə nail olmaq üçün konsepsiya və fəaliyyətin məqsədi birbaşa quzu ətini, yun və pendirin dəyər zəncirinin qiymətləndirilməsində aşkar edilmiş əsas problemlərin həllinə yönəldilmişdir. Bu konsepsiya və müəllif tərəfindən hazırlanmış baxışın (vizyonun) məqsəd və vəzifələri maraqlı tərəflərin seminarında paylaşılmışdır. Bu hesabatda seminarda aparılan müzakirələrin əsas məqamları daxil edilib.

"2025-ci ilə Baxış - global keyfiyyət normalarının, cinslərin keyfiyyətinin təmin edilməsi, həmçinin ekoloji dayanıqlılığın və qidalanma təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün qoyunçuluq məhsullarının və yan məhsulların mütəşəkkil marketinqinə və emalına diqqət yetirməklə yanaşı, qoyunçuluq sektorunun, müasir kommersiya və kiçik fermer təsərrüfatlarının inkişafına bərabər diqqət yetirilən hərtərəfli inkişafıdır."

Diaqram 4: Strateji Yol Xəritəsinə Strateji, Uzunmüddətli və Hədəf Baxış

KƏND TƏSƏRRÜFATI VƏ AQRAR-SƏNAYE KOMPLEKSİNƏ DAİR 2020-Cİ İLƏ STRATEJİ BAXIŞ

"Azərbaycanın kənd təsərrüfatına dair 2020-ci ilə Strateji Baxış rəqabətə davamlı kənd təsərrüfatı və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı sektorunun inkişafı üçün əlverişli şəraitin yaradılmasından ibarətdir ki, bu da kənd yerlərində iqtisadiyyatın və sosial rifahın diversifikasiyasına imkan yaradır, ərzaq təhlükəsizliyinin daha da gücləndirilməsini təmin edir və dayanıqlı inkişaf prinsiplərinə əsaslanır."

KƏND TƏSƏRRÜFATI VƏ AQRAR-SƏNAYE KOMPLEKSİNƏ DAİR 2025-Cİ İLƏ UZUNMÜDDƏTLİ BAXIŞ

"Azərbaycanda kənd təsərrüfatına dair 2025-ci ilə Uzunmüddətli Baxış ənənəvi idarəetmədən bazar-yönümlü, əlavə dəyərli, intensiv kənd təsərrüfatına keçidin gücləndirilməsi yolu ilə rəqabət qabiliyyətli aqrar biznes yaratmaqdır."

2025-Cİ İLDƏN SONRAKI DÖVR ÜÇÜN KƏND TƏSƏRRÜFATI VƏ AQRAR-SƏNAYE KOMPLEKSİNİN İNKİŞAFINA HƏDƏF BAXIŞ

"Azərbaycanda kənd təsərrüfatının 2025-ci ildən sonrakı dövr üçün inkişaf strategiyası yüksək texnoloji inkişaf üzərində qurulmuş, ekoloji standartların tələblərinə cavab verən və qlobal dəyər zəncirinə səmərəli inteqrasiya olunmuş sənaye-yönümlü kənd təsərrüfatının yaradılmasından ibarətdir."

Mənbə: Azərbaycan hökuməti tərəfindən hazırlanmış Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi

Qoyunçuluq sektoru üçün konsepsiyanın nəticələrinə nail olmaq üçün konsepsiyanın beş məqsədi müəyyən edilmişdir. Konsepsiyanın məqsədlərinə nail olmaq üçün əsas addımlar dəyər zəncirinin qiymətləndirilməsi zamanı aşkar edilmiş əsas problemlərin həllinə yönəlib.

Baxış üzrə Məqsəd 1: Ərzaq təhlükəsizliyinin, yetərliliyinin və ixrac üçün profisitinin təmin edilməsi məqsədilə qoyunçuluq sektorunun istehsal potensialını artırmaq

Fəaliyyət 1: İnkluziv üsulla qoyun yetişdirilməsi texnologiyasının təkmilləşdirilməsi

- İri kommersiya təsərrüfatlarında ən yaxşı dünya təcrübələrinə əsaslanan intensiv, yarım-intensiv istehsal
- Kiçik sürü sahibləri üçün aqrokonsaltinq sistemində dəstək
- İstehsal sistemlərinin təkmilləşdirilməsi üçün potensialın artırılması/aqrokonsaltinq mexanizmləri

Fəaliyyət 2: Resurslara/xidmətlərə çıxışın təkmilləşdirilməsi

- Baytarlıq xidmətlərinin/resurslarının yaxşılaşdırılması
- Yem bitkilərinin idarə edilməsi/yem konsentratlarının istehsalı
- İdarəetmə təcrübəsi - fermerlər üçün geniş təlim proqramı
- İnnovativ aqrokonsaltinq modelləri
- Damazlıq keyfiyyətlərinin təkmilləşdirilməsi
- Maliyyə

Baxış üzrə Məqsəd 1: Ərzaq təhlükəsizliyinin, yetərliliyinin və ixrac üçün profisitinin təmin edilməsi məqsədilə qoyunçuluq sektorunun istehsal potensialını artırmaq

Əsas məqsəd əvvəlcə ərzaq təhlükəsizliyinin və yetərliliyinin təmin edilməsi məqsədilə qoyunçuluq təsərrüfatlarının istehsal potensialının artırılması, daha sonra isə əsas resurslara və xidmətlərə çıxışı təmin edərək səylərin qoyunçuluqda texnoloji təkmilləşdirmələrin tətbiq edilməsi üzərində cəmlənməsi yolu ilə ixrac profisitinin yaradılmasıdır.

İstehsal texnologiyasının təkmilləşdirilməsi: İstehsal texnologiyalarının modernləşdirilməsi iri kommersiya təsərrüfatlarını və kiçik təsərrüfatları əhatə etmək üçün inkluziv şəkildə həyata keçirilməlidir. İri kommersiya təsərrüfatları halında, əsas diqqət istehsalın elmi metodlarına əsaslanan intensiv istehsal sistemə yönəldiləcəkdir. Qoyunçuluq üçün ən yeni texnologiyalara əsaslanan nümayiş təsərrüfatları müasir kommersiya təsərrüfatına keçidi asanlaşdırmaq üçün nümayiş oluna bilər. Kiçik fermerlər halında, əsas diqqət ənənəvi fermer təsərrüfatlarından elmi idarəetmə metodlarının tətbiqinə keçidə yönəldiləcəkdir. Effektiv aqrokonsaltinq modelləri qoyunçuluğun idarə edilməsində qabaqcıl təcrübənin daha geniş tətbiqinə kömək edəcəkdir.

Resurslara/xidmətlərə çıxışın təmin edilməsi: Əsas diqqət bütün əsas resurslara və xidmətlərə çıxışın yaxşılaşdırılmasına: i) xidmətlərin özəlləşdirilməsi yolu ilə baytarlıq xidmətlərinin əhatə dairəsinin genişləndirilməsinə yönəldilir. Eyni zamanda, fermerlərin profilaktik və müalicəvi yardımın zəruriliyinə dair effektiv aqrokonsaltinq modelləri özəl xidmətlərə tələbatın yaranmasına kömək edəcəkdir. Bu xidmətlərə tələbatın artmasına səbəb olan mal-qara xəstəlikləri barədə məlumatlılığın artırılması üçün kütləvi informasiya vasitələrində innovativ aqrokonsaltinq tədbirləri və kampaniyalar keçirilə bilər. Bu, özəl baytarlıq modelinin maliyyə sabitliyini daha da gücləndirəcəkdir. iii) Damazlıq fəaliyyətinin idarə edilməsi təcrübəsinin təkmilləşdirilməsi zamanı yüksək keyfiyyətli damazlıq qoçların tədarükünü təmin etmək vacibdir. Konkret kənd təsərrüfatı müəssisələri fermerlərə yüksək keyfiyyətli damazlıq qoçların tədarükünə diqqət yetirilməklə dəstəklənə bilər. iv) maliyyələşməyə çıxışın təmin edilməsi qoyunların dəyər zəncirlərinin bütün səviyyələri üçün ortaq məsələdir. Bu halda, diqqət sürünün və/və ya idarəetmə metodlarının təkmilləşdirilməsində maraqlı olan qoyunçuların maliyyələşməyə çıxışının təmin edilməsinə yönəldilir.

Baxış üzrə Məqsəd 2: Qoyunçuluq sektoru üçün bazar qaydalarının və bazar infrastrukturunun gücləndirilməsi

Fəaliyyət 1: Tədqiqat və Siyasətin təbliğatı işlənilib hazırlanmasına dəstək

- Heyvan bazarların tənzimlənməsi üçün ən yaxşı təcrübələrə dair siyasət araşdırması
- Bilik mübadiləsi və siyasətin təbliğatı üçün seminarların təşkili

Fəaliyyət 2: Müasir bazar qaydalarının infrastruktur

- Bazar infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi
- Müasir ət kəsim sexlərinə investisiya dəstəyi
- Ət ixracı üçün infrastruktur
- Səyyar ət kəsim sexləri

Baxış üzrə Məqsəd 2: Qoyunçuluq sektoru üçün bazar qaydalarının və bazar infrastrukturunun gücləndirilməsi

Bazar qaydaları: Elmi araşdırmalar, bilik mübadiləsi üzrə seminarlar və bazarın tənzimlənməsinin qabaqcıl təcrübəsinin təbliği qeyri-formal bazar sistemindən mütəşəkkil bazar sistemə keçməyə kömək edəcəkdir.

Bazar infrastrukturunu: Bazar infrastrukturunu bazar meydançalarının infrastrukturunun yaxşılaşdırılmasına, həmçinin heyvan kəsiminə, emalına və daşınmasına diqqət yetirir. Bazar meydançalarının inkişafına qoyulan investisiyalarla yanaşı, yeni ərzaq təhlükəsizliyi normalarının tətbiqi heyvan kəsimi və daşınması infrastrukturunun təkmilləşdirilməsini tələb edəcəkdir. İnkişaf etmiş emal infrastrukturuna, soyuducu kameralara və nəqliyyata investisiyalar ixrac təchizatını asanlaşdıracaq.

Baxış üzrə Məqsəd 3: Qoyunçuluq məhsullarının və yan məhsulların emalı və satışının təkmilləşdirilməsi

Fəaliyyət 1: Qoyunçuluq məhsulları və yan məhsul istehsalı müəssisələrinə dəstək

- Yan məhsullardan - dəri, qan və ıçalatdan səmərəli istifadə
- Kiçik emal qurğuları, fermer assosiasiyaları vasitəsilə pendir emalının formallaşdırılması
- İxrac tələblərinə cavab vermək üçün fermer assosiasiyalarına dəstək
- Supermarketlərlə, "niş" bazarları ilə bazar əlaqələri
- "Niş" bazarlarına çıxış üçün "Azərbaycan" brendinin/coğrafi indikatorun işlənilib hazırlanması.

Fəaliyyət 2: Ərzaq Təhlükəsizliyi normalarının təkmilləşdirilməsi

- Kəmiyyət və keyfiyyət standartlarına uyğunlaşmaq üçün dəyər zəncirləri vasitəsilə informasiya axınının yaxşılaşdırılması
- Müxtəlif keyfiyyət/sertifikatlaşdırma normaları haqqında məlumatların təkmilləşdirilməsi

Baxış üzrə Məqsəd 3: Qoyunçuluq məhsullarının və yan məhsulların emalı və satışının təkmilləşdirilməsi

Müəssisələrə dəstək: Emalın yaxşılaşdırılması kiçik müəssisələrin, eləcə də iri investisiyaların dəstəklənməsi yolu ilə Azərbaycanın ixrac bazarında rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına, keyfiyyət normalarının yüksəldilməsinə diqqət yetirir. Kiçik müəssisələr qadınları və kənd gənclərini cəlb etməklə sahibkarlığın inkişafına kömək edəcəkdir. Potensial müəssisələrdən bəzilərinə kiçik pendir sexi, damazlıq qoçların tədarükü üzrə kommersiya təsərrüfatına dəstək mexanizmi və kökəltmək məqsədilə körpə quzu almaq üçün kökəltmə müəssisələri daxildir. Bu təşəbbüs, həmçinin fermerlərin quzuları məcburiyyətdən çox erkən yaşda satmasını da məhdudlaşdıracaq. Qoyun ıçaladı, dərisi və s. daxil olmaqla əksər yan məhsullar da səmərəli istifadə edilmişdir. Konkret bazara istiqamətlənmiş müəssisələr konkret bazarlarla marketing əlaqəsi ilə yanaşı, dəstəklənə bilər. Eynilə, ixrac üçün keyfiyyətli dəyər zəncirinin işlənilib hazırlanması üçün irimiqyaslı investisiyalar, o cümlədən emal müəssisələrinə, ixrac infrastrukturuna, müasir/səyyar ət kəsim sexlərinə və s. investisiyalar tələb olunacaq.

Ərzaq Təhlükəsizliyi normalarının tətbiq edilməsi Beynəlxalq bazarlarda üstünlük verilən ərzaq təhlükəsizliyi və keyfiyyət normalarına diqqət dünya bazarında rəqabətə davamlılığın təmin edilməsi üçün çox vacibdir. Sertifikatlaşma normalarına və s. dair bilik mübadiləsinin dəstəyi ilə yanaşı, ərzaq təhlükəsizliyi normalarının tətbiq edilməsinin təkmilləşdirilməsinə səy göstərilməlidir.

Baxış üzrə Məqsəd 4: Elmi-tədqiqat və tədris müəssisələrinin gücləndirilməsi

Fəaliyyət 1: Heyvandarlıq sahəsində elmi-tədqiqat işinin gücləndirilməsi

- Alimlər üçün təlim və tanışlıq səfərləri
- Beynəlxalq ekspertlər və tədqiqatçılarla daha yüksək səviyyədə qarşılıqlı əlaqə

Fəaliyyət 2: Kadr hazırlığı institutlarının gücləndirilməsi

- Texniki potensialın gücləndirilməsi yolu ilə təhsil institutlarının transformasiyasına dəstək
- Sənaye, direktiv orqanları və elmi-tədqiqat institutları arasında əlaqələrin gücləndirilməsi

Baxış üzrə Məqsəd 4: Elmi-tədqiqat və tədris müəssisələrinin gücləndirilməsi:

Heyvandarlıq sahəsində elmi-tədqiqat işinin gücləndirilməsi: Güclü tədqiqat dəstəyi və texniki cəhətdən hazırlanmış işçi qüvvəsi hər hansı bir sektorun müvəffəqiyyəti üçün əsas tələblərdir. Qoyunçuluğun inkişafı sahəsində aparılan tədqiqatların əsas istiqamətlərinə Azərbaycanda müvafiq intensiv qoyunçuluq sisteminin öyrənilməsi və Azərbaycanın aqrar mühiti üçün daha uyğun cinslərin aşkar edilməsi məqsədilə cins heyva yetişdirilməsi daxildir. Bundan əlavə, müəssisələrin inkişafı prosesini dəstəkləmək üçün qida sənayesi, qablaşdırma və marketinq sahəsində tədqiqat istiqamətləri tələb olunacaq. Alimlərin regionda qabaqcıl təcrübə ilə tanış olması bu tədbirlərin dəstəklənməsi üçün tanışlıq səfərləri, seminarların təşkili və s. vasitəsilə təşkil edilə bilər. Bundan əlavə, zəruri hallarda texniki dəstək təmin etmək üçün ekspert qismində məsləhətçilər və ya qısamüddətli işçilər cəlb edilə bilər.

Kadr hazırlığı institutlarının gücləndirilməsi: Qoyunçuluq sektoru məhsul inkişafı və ərzaq təhlükəsizliyi/keyfiyyət məsələlərinə diqqət yetirməklə ənənəvi sistemdən daha müasir kommersiya sistemə keçid etdiyindən, baytarlar, ərzaq təhlükəsizliyi üzrə mütəxəssislər, qida sənayesi və qablaşdırma, mühəndislər və b. daxil olmaqla, bütün aspektlər üzrə ixtisaslı işçi qüvvəsi tələb edəcəkdir. Texniki institutlar beynəlxalq təlim keçmiş gənc əməkdaşların işə götürülməsi, habelə mövcud əməkdaşlar üçün tanışlıq səfərlərinin və beynəlxalq təlimlərin təşkili yolu ilə gücləndirilməlidir. Sənaye ilə güclü əlaqələr sənayenin artan tələblərini və lazımı texniki imkanları başa düşməyə kömək edəcəkdir.

Baxış üzrə Məqsəd 5: Qoyunçuluğun dayanıqlı inkişafı

Fəaliyyət 1: Otlaq sahələrinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi

- Otlaq sahələri ilə bağlı problemlərin qiymətləndirilməsi
- Degenerasiyaya nəzarət yanaşmalarının müəyyən edilməsi/
- otlaq sahələrinin yaxşılaşdırılması - ən qabaqcıl beynəlxalq təcrübələr
- Otlaq sahələrinin səmərəli idarə edilməsi üzrə layihələrin/tədbirlərin həyata keçirilməsi

Fəaliyyət 2: "Ağıllı iqlim" heyvandarlıq təcrübəsinin tətbiqi

- "Ağıllı iqlim" təcrübəsinin tədqiqinə dəstək
- Çatışmazlığı olan yem bitkiləri və yem ehtiyatlarından səmərəli istifadə
- Qoyunçuluqdan emissiyaları azaltmaq üçün qidalanma strategiyaları və idarəetmə üsullarının tapılması.
- "Ağıllı iqlim" təcrübəsinin tətbiqinə dəstək.

Baxış üzrə Məqsəd 5: Qoyunçuluğun dayanıqlı inkişafı

Otlaq sahələrinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi: Otlaqların idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi müxtəlif nöqtəyi-nəzərdən qiymətləndirmə, torpaq və su resurslarının idarə edilməsi, şorlaşma məsələləri, otlaq sahələrinin düzgün istifadəsi və s. kimi fəaliyyətlərdən ibarət olacaqdır. GIS texnologiyalarından istifadə edərək agrometeoroloji yanaşmalar mövcud otlaqlar haqqında məlumat bazasının inkişaf etdirilməsi üçün istifadə edilə bilər. Bu fəaliyyət artıq GİZ ilə birlikdə həyata keçirilir. Vəziyyətin əsaslandırılmış qiymətləndirilməsi əsasında otlaq sahələrinin vəziyyətinin yaxşılaşdırılması üçün müvafiq layihələr/tədbirlər planlaşdırmaq olar. Otlaq sahələrinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi zamanı otlaqların vəziyyətinin daha da pisləşməsi ilə mübarizə aparmaq üçün regionda və qlobal səviyyədə qabaqcıl təcrübəni müəyyən etmək mümkündür. GIS texnologiyası ilə xəritəçəkmədən zaman keçdikcə vəziyyətin yaxşılaşdırılması və fəaliyyətin gedişatını qiymətləndirmək üçün istifadə edilə bilər.

"Ağıllı iqlim" heyvandarlıq təcrübəsinin tətbiqi: İlk addım olaraq, idarəetmə metodlarının təkmilləşdirilməsi tələb olunan sahələr barədə aydın təsəvvür yaratmaq üçün dərin tədqiqat aparmaq vacibdir. Bu, çatışmazlığı olan yem resurslarının ən effektiv istifadəsinin öyrənilməsi və emissiyaların azaldılması üçün idarəetmə üsullarının müəyyənləşdirilməsini əhatə edir. Ölkədə qoyunçuluğun aqro-iqlim şəraitinə və idarəetmə sisteminə uyğun texnologiyalar müəyyən edilə bilər. Bu cür təcrübənin genişmiqyaslı tətbiqini dəstəkləmək üçün əsas vəzifəli şəxslərə dayanıqlı təsərrüfat işinin aparılması ilə bağlı bu yanaşmaları öyrətmək vacibdir.

7. GƏLƏCƏK PLANLAR - STRATEJİ FƏALİYYƏT PLANI

Bu tədqiqat Azərbaycanda qoyunçuluq üzrə dəyər zəncirinin fəaliyyətinin ət, yun və qoyun pendiri sektoru baxımından dərinlən başa düşülməsi üçün dəyər zəncirinin bütün iştirakçıları və fermerlər arasında geniş və hərtərəfli sorğu əsasında qoyunçuluq üzrə dəyər zəncirinin kompleks qiymətləndirilməsinin həyata keçirilməsi istiqamətində ilk cəhddir. Bu qiymətləndirmə kənd təsərrüfatı və heyvandarlığın inkişafı üzrə hökumətin Strateji Yol Xəritəsinə uyğun olaraq işlənilib hazırlanmış qoyunçuluq sektorunun inkişaf konsepsiyasına uyğun olaraq qoyunçuluq sektorunun inkişafının dəstəklənməsi üzrə əsas tədbirlərin müəyyənləşdirilməsi və həyata keçirilməsi üçün ən mühüm ilk addımdır.

Bir daha vurğulamaq lazımdır ki, bu sektor qısamüddətli və ortamüddətli perspektivdə həll edilməli olan iki mühüm problemlə üzləşir. Birincisi, bu, qiymətli bitkilərin becərilməsi üçün sahələrin artırılması üzrə dövlət siyasətinin dəyişməsi, həmçinin Ermənistanın qış otlaklarını işğal etməsi ilə əlaqədar yem bitkiləri çatışmazlığı problemidir. Hökumət ekstensiv istehsal sistemini yarım-intensiv/intensiv sistemə çevirməklə bu problemi həll etməyi nəzərdə tutur. Lakin bu transformasiya bir az vaxt tələb edəcək. Son illərdə mal-qara populyasiyasının azalması göstərir ki, bu problemin həlli üçün təcili addımlar atılmasa, məhsuldar qoyun populyasiyasının çox hissəsi itiriləcək. Məsələn, hökumət qış aylarında müvəqqəti yem banklarını təşkil edə və ya yem satışını aşağı qiymətə təşkil edə bilərdi. İkincisi, bu, qoyunçuluq sektorunun baytarlıq xidmətləri ilə daha geniş əhatə olunmasını təmin etmək üçün baytarlıq sektorunun islahatı məsələsidir.

Bu məhdudiyyətləri aradan qaldırmaqla sektor inkişaf yolunda irəliləyə bilər. Vizyon (baxış) üzrə məqsəd və tədbirlər sektorun inkişafı üçün yol açır. Aşağıda baxış üzrə məqsədlərə nail olmaq üçün ətraflı Fəaliyyət Planı təqdim edilmişdir. Burada əsas diqqət "FAO-Azərbaycan Tərəfdaşlıq Proqramı" layihəsi çərçivəsində bu tədbirlərin həyata keçirilməsinə yönəldilir. Bununla belə, bu, Azərbaycanda qoyunçuluğun/heyvandarlığın inkişafında maraqlı olan bütün qurumlar üçün mühüm yol xəritəsidir.

Mərhələli şəkildə fəaliyyət göstərilməsinə gəldikdə isə, birinci mərhələdə istehsalla bağlı fəaliyyətlə məşğul olmaq, istehsal bazasını möhkəmləndirmək, sonra isə müəssisələrin inkişafına və marketinqə yönəlmiş fəaliyyətlə məşğul olmaq mümkündür. Texniki dəstək qurumu kimi, FAO əsas dövlət rəsmilərinin, universitet və tədqiqat mərkəzlərinin əməkdaşlarının və digər əsas maraqlı tərəflərin potensialının gücləndirilməsi üçün elmi tədqiqatların aparılması, bilik mübadiləsi və siyasətin təbliği üzrə seminarların keçirilməsi, tədris və tanışlıq səfərlərinin təşkilinə dəstək göstərə bilər. Layihə komandası təşkil olunacaq bütün tədqiqat tələbatlarını, seminarları, təlimləri, tədris səfərlərini müəyyən edə bilərlər. Bu tədbirlərin vaxtında həyata keçirilməsini təmin etmək üçün onların həyata keçirilməsi üzrə ətraflı cədvəl hazırlana bilər.

Əsas icra tərəfdaşlarına, Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Aqrar Xidmətlər Agentliyi, Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi, baytarlıq universiteti və heyvandarlıq elmi-tədqiqat institutları, Azərbaycan Kənd Təsərrüfatı yanında elmi-tədqiqat institutları, kredit təşkilatları, AZPROPMO daxil olmaqla, aparıcı dövlət qurumlarının dəstəyi ilə çıxış edən FAO daxildir. Fermerlərdən tutmuş supermarketlər və ixracatçılara qədər zəncirin bütün səviyyələrində özəl iştirakçılar qoyunçuluq sektorunun inkişafı üzrə fəaliyyətin həyata keçirilməsinə cəlb ediləcəklər. Burada konkret tədbirlər, onların həyata keçirilməsinə yanaşma və cəlb olunmuş tərəfdaşlar nöqtəyi-nəzərindən ətraflı nəzərdən keçirilir.

Baxış üzrə Məqsəd 1: Ərzaq təhlükəsizliyinin, yetərliliyinin və ixrac üçün profisitinin təmin edilməsi məqsədilə qoyunçuluq sektorunun istehsal potensialını artırmaq

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: İstehsal texnologiyasının təkmilləşdirilməsi

- **Baytarlıq xidməti əməkdaşları üçün təlimçilərin hazırlanması**

Layihə yeni istehsal texnologiyalarından istifadə etməklə və kiçik təsərrüfatlara elmi və effektiv yanaşma üçün kommersiya fermerlərinin idarə edilməsi üzrə təlimçilərin təlimini (TOT) təmin etmək məqsədilə qoyunçuluq sahəsinin beynəlxalq/regional ekspertlərini müəyyən etməyə kömək edə bilər. Təlimçilərin təlimində iştirak edəcək müxtəlif bölgələrdən olan vəzifəli şəxslər Aqrar Xidmətlər Agentliyi tərəfindən müəyyən ediləcəkdir. Bu vəzifəli şəxslər, fermerlərin texniki "nou-hau" üzrə təlimatlandırılması yolu ilə qoyunçuluq sektorunun müasir qoyunçuluq sektoruna çevrilməsinə yardım edəcək həlledici mütəxəssislər olacaqlar.

- **Kommersiya təsərrüfatları/kiçik təsərrüfatlar üçün qoyunçuluqda ən yaxşı texnologiyalar ilə pilot təsərrüfatların yaradılması**

Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin regional şöbələri nümayiş təsərrüfatlarının yaradılması məqsədilə dəstək göstərilə biləcək fermerləri üzə çıxarmağa kömək edəcəkdir. FAO bu nümayiş təsərrüfatlarının yaradılmasında texniki dəstək göstərmək üçün beynəlxalq/regional mütəxəssisləri müəyyən edə bilər. TOT proqramı üzrə təlim keçmiş vəzifəli şəxslər bu nümayiş təsərrüfatlarına daimi texniki dəstək verəcəklər.

- **Elmi təcrübənin əhatə dairəsini yaxşılaşdırmaq üçün yayılma modellərinin yaradılması**

Aqrokonsaltinq ənənəvi qoyunçuluqdan müasir qoyunçuluğa keçidin asanlaşdırılması üçün əsas tələbdir. Qlobal miqyasda müxtəlif aqrokonsaltinq modelləri tətbiq edilir. Məsələn, heyvanların peyvənd edilməsi haqqında məlumat əldə etmək üçün radio/televiziya və s. kimi kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə, idarəetmə təcrübəsi üçün rəqəmsal texnologiyaya əsaslanan İKT-dən istifadə.

Layihə çərçivəsində Azərbaycan kontekstində aqrokonsaltinqlə bağlı bəzi praktiki yanaşmaların öyrənilməsi üçün kiçik bir tədqiqat aparıla bilər. Əldə edilən nəticələr Azərbaycanın aparıcı dövlət təşkilat və müəssisələrinin (Aqrar Xidmətlər Agentliyi, Heyvandarlıq Elmi-Tədqiqat İnstitutu, Baytarlıq Universiteti), heyvandarlıqla məşğul olan çoxtərəfli agentliklərin nümayəndələri (Dünya Bankı, IFAD), özəl baytarlıq mağazaları, aqrokonsaltinq üzrə beynəlxalq ekspertlər və digər maraqlı tərəflərin iştirakı ilə maraqlı tərəflərin seminarında təqdim edilə bilər.

Bu layihə çərçivəsində FAO, Aqrar Xidmətlər Agentliyinə aqrokonsaltinqə dair bəzi tədbirlərin həyata keçirilməsində dəstək ola bilər. Məsələn, peyvəndin təbliğatı və s. məqsədilə televiziya/radio üçün audio/video klipləri hazırlayacaq kommunikasiya agentliyinin cəlb edilməsi. İdarəetmə üsullarını nümayiş etdirən videokliplər və bukletlər. Dünya Bankının, BVF-nin və s. cari layihələri ilə əməkdaşlıq kommunikasiya materiallarının hazırlanması və yayılması üçün öyrənilə bilər.

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Resurslarla/xidmətlərlə əlaqə

- **Yüksək keyfiyyətli damazlıq qoç təmin edən kommersiya təsərrüfatlarının yaradılmasının dəstəklənməsi**

Yüksək keyfiyyətli damazlıq qoçların tədarükü heyvanların yüksək keyfiyyətini təmin etməklə resursların səmərəli istifadəsini asanlaşdırmaq məqsədilə müasir qoyunçuluq sektoruna keçid üçün əsas tələbdir. Layihə çərçivəsində konkret kommersiya təsərrüfatları dəstəklənə bilər. Damazlıq təsərrüfatları yaratmaq üçün torpaqlara çıxışı olan və qoyunçuluğun ən yaxşı təcrübəsini bilmələri baxımından zəruri resurslara malik mütərəqqi fermerlər müəyyən edilə bilər. Texniki dəstək TOT proqramı üzrə təlim keçmiş təlimçilər vasitəsilə təmin edilə bilər. Bu təsərrüfatlar maliyyə resurslarına çıxış əldə etmək üçün kredit agentlikləri ilə əlaqələndirilə bilər.

- **Özəl baytarlıq xidmətləri üçün pilot dəstək**

Hökumət artıq heyvandarlıq xidmətlərinin özəlləşdirilməsi barədə düşünür. Layihə, pilot layihənin inkişafına töhfə verərək, hökumətin təşəbbüslərini dəstəkləyə bilər. Pilot layihə, aqrokonsaltinq modelləri vasitəsilə fermer əlaqələrinin qurulduğu layihə sahəsində başlaya bilər.

- **Fermerlərin maliyyələşdirilməyə çıxışı üçün siyasətin təbliği**

Kiçik fermerlərin maliyyələşdirilməsinə çıxışının ən vacib mənbəyi mikrokreditləşmədir. Yüksək faiz dərəcələri fermerlərin kreditlərə çıxış əldə etməsində əsas maneə hesab olunur. Kiçik fermerlərin maliyyələşməyə çıxışının yaxşılaşdırılmasına dair yanaşmaların müzakirəsi üçün direktiv orqanların, bankların və maliyyə qurumlarının iştirakı ilə siyasətin təbliği üzrə seminarlar təşkil edilə bilər.

Baxış üzrə Məqsəd 2: Ooyun/mal-qara üçün bazar qaydalarının və bazar infrastrukturunun gücləndirilməsi

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Bazarın tənzimlənməsi siyasətinin təbliği

- **Regionda bazarın tənzimlənməsinin qabaqcıl təcrübəsinin öyrənilməsi**

Layihə mövcud bazar qaydaları və regionda müvafiq qabaqcıl təcrübə məsələləri üzrə konkret tədqiqatların aparılmasına dəstək ola bilər. Əldə olunan nəticələr maraqlı tərəflərin seminarında Azərbaycan kontekstində daha aktual yanaşmalar üçün təqdim oluna bilər. Seminarda, aparılan tədqiqatların və müzakirələrin nəticələrini əks etdirən sənəd lazımi qanunvericilik aktlarının həyata keçirilməsi üçün Azərbaycanın müvafiq qurumlarına təqdim edilə bilər.

- **Bazarın tənzimlənməsi siyasətinin təbliği**

Azərbaycan kontekstində daha uyğun variantın və bu qaydaların həyata keçirilməsi üçün zəruri addımların müzakirə edilməsi (brainstorming) üçün, araşdırmanın nəticələri maraqlı tərəflərin seminarında təqdim edilə bilər. Tədqiqatın və müzakirələrin nəticələrini əks etdirən əsas sənəd direktiv orqanlar üçün bazar qaydalarının həyata keçirilməsinə əsas töhfə olacaqdır.

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Müasir bazar infrastrukturunun inkişafına dəstək

- **Həyət bazarı modelinin layihələndirilməsi və işlənib hazırlanması**

Layihə heyvanların çəkilməsi üçün zəruri infrastruktura malik tipik bazar meydançalarının,

heyvanlar üçün sığınaqların, yem/yem bitkiləri müəssisələrinin, heyvanların istirahət yerlərinin və s. layihələndirilməsini dəstəkləyə bilər. FAO bazar meydançaları modelinin layihələndirilməsi sahəsində texniki biliklərə malikdir. Layihə, digər bazar meydançalarını inkişaf etdirmək üçün modellər kimi bir və ya iki bazar meydançasının yaradılmasına investisiyaları dəstəkləyə bilər.

- **Müasir heyvan kəsimi məntəqələrinə investisiyaların dəstəklənməsi**

Layihə Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi ilə birlikdə elmi təcrübə haqqında "nou-hau"nun artırılması üçün heyvan kəsim məntəqələrinin operatorları üçün təlim-seminarlar təşkil edə bilər. Layihə Azərbaycanın çöl şəraitinə uyğun olan ət kəsim sexləri modelinin işlənilib hazırlanmasına dəstək ola bilər. Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi ilə əməkdaşlığın daha bir istiqaməti ət dükanlarında heyvan kəsimini məhdudlaşdıran qaydalara ciddi riayət edilməsi üzrə görülən işlərdir. Bu da müasir ət kəsim sexlərinə investisiyaların maliyyə qabiliyyətini təmin etməyə kömək edəcəkdir.

- **Emal qurğular və soyuq zəncirə investisiyaların dəstəklənməsi üçün texniki-iqtisadi əsaslandırma**

Layihə daxili və ixrac bazarı üçün emal müəssisələrinə investisiyaların ilkin texniki-iqtisadi əsaslandırılmasını dəstəkləyə bilər. Bu texniki-iqtisadi əsaslandırmalar bu infrastruktur layihələrinə investisiya qoyuluşuna inamı gücləndirmək üçün maliyyə müəssisələrinə və digər kredit təşkilatlarına təqdim edilə bilər.

Baxış üzrə Məqsəd 3: Qoyunçuluq məhsullarının və yan məhsulların emalı və satışı üçün istehsal-satış zəncirlərinin təkmilləşdirilməsi

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Qoyunçuluq məhsulları və yan məhsul istehsalı müəssisələrinə dəstək

- **Fermer assosiasiyalarının formalaşdırılması və onların emalçılarla/supermarketlərlə əlaqələndirilməsi**

AZPROMO Azərbaycanda arı, meyvə və tərəvəz, fındıq üzrə fermer assosiasiyalarına dəstək göstərmişdir. Bu assosiasiyaların ixrac bazarlarındakı alıcılarla əlaqə qurması təmin edilmişdir. Layihə fermerlərin formal/qeyri-formal assosiasiyalarının formalaşmasına kömək edə bilər. AZPROMO ilə əməkdaşlıq çərçivəsində fermer assosiasiyasının üzvlərinin qida məhsullarının keyfiyyətinə və ərzaq təhlükəsizliyinə dair konkret tələblərin ödənilməsi üçün aparıcı ixracatçılar/emalçılar ilə əlaqə qurması təmin edilə bilər.

- **Yeni müəssisələr üçün texniki-iqtisadi əsaslandırma**

Layihə çərçivəsində qoyunçuluq məhsulları və yan məhsullar əsasında müəssisələrin yaradılması üçün zəruri olan hazırlıq işi aparıla bilər. Azərbaycanda tələb olunan ölçü və miqyasın yerli kontekstinə uyğun olaraq qoyunçuluqla bağlı müəssisələr üçün konkret modellər (pendir istehsalı üzrə mikro müəssisələr, yun yuma müəssisələri, dəri zavodları, səyyar ət kəsim sexləri) üzrə tədqiqatların aparılması tapşırıla bilər. Bu müəssisələrin maliyyə qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi üçün ən perspektivli modellərin texniki-iqtisadi əsaslandırılması həyata keçirilə bilər. Bu, qoyunçuluq məhsulları və yan məhsullar üzrə müəssisələrin yaradılması istiqamətində ən mühüm ilk addım ola bilər.

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Qoyunçuluq məhsulları üçün ərzaq təhlükəsizliyi normalarının təkmilləşdirilməsi

- **İstehsalat-satış zəncirinin iştirakçıları üçün ərzaq təhlükəsizliyi normalarına dair təlim**

Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi ilə əməkdaşlıq çərçivəsində həyata keçirilən layihədə, ərzaq təhlükəsizliyi məsələləri haqqında məlumatlılığı artırmaq üçün quzu əti və pendir üçün ənənəvi dəyər zəncirlərinin mövcud iştirakçıları üçün təlim təşkil edilə bilər. Quzu əti istehsalı üçün ət dükənləri, heyvan kəsim məntəqələri və emalçılar üçün təlimlər təşkil edilə bilər. Pendir üzrə dəyər zəncirinin iştirakçıları üçün təlimdə, pendirin istehsalı, saxlanması və qablaşdırılması üçün ərzaq təhlükəsizliyi aspektləri ilə bağlı məlumatlılığı artırmaq üçün ev şəraitində pendir istehsalı ilə məşğul olan aparıcı fermerlər, alverçilər (ticarətçilər) və pərakəndə satıcılar iştirak edəcəklər.

- **İstehlakçıların keyfiyyət/təhlükəsizlik haqqında məlumatlılığı**

İstehsal aspektlərinin yaxşılaşdırılması zamanı istehlakçıların ənənəvi emalla bağlı sağlamlıq təhlükələri barədə məlumatlılığının artırılması vacibdir ki, istehlakçılar da keyfiyyətli məhsul tələb etsinlər. Layihə istehlakçıların məlumatlılığını artırmaq üçün effektiv kampaniyaların hazırlanması təşəbbüslərini dəstəkləyə bilər.

Baxış üzrə Məqsəd 4: Elmi-tədqiqat və tədris müəssisələrinin/hazırlanmış kadrların gücləndirilməsi

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Heyvandarlıq sahəsində elmi-tədqiqat işinin gücləndirilməsi

- **Texniki potensialın gücləndirilməsi yolu ilə təhsil/elmi-tədqiqat institutlarının transformasiyasına dəstək**

Aparıcı texniki qurum kimi, FAO regionun aparıcı universitetləri arasında bilik mübadiləsində vasitəçi ola bilər. Mübadilə proqramları qoyunçuluq sahəsində biliklərin dərinləşdirilməsi üçün regionun kənd təsərrüfatı və baytarlıq universitetlərinin aparıcı fakültələri ilə təşkil edilə bilər. Regiondakı müəllim və ekspertlər bilik mübadiləsində vasitəçilik etmələri üçün müəllim kimi dəvət oluna bilərlər. Layihə çərçivəsində tədrisin asanlaşdırılması üçün tədris səfərləri də təşkil edilə bilər.

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Sənaye ilə bağlı tədqiqatların dəstəklənməsi

- **Sənaye, direktiv orqanları və elmi-tədqiqat institutları arasında əlaqələrin gücləndirilməsi**

Layihə maraqlı tərəflərin görüşlərinin təşkili vasitəsilə tədqiqat və sektor arasında əlaqələrin qurulmasına kömək edə bilər. Tədqiqat üçün potensial mövzulara yeni müəssisələrin yaradılmasının texniki-iqtisadi əsaslandırılması, yeni məhsullar üçün bazar tələbatı (qablaşdırılmış qoyun pendirinə olan tələb) və s. daxil ola bilər.

Baxış üzrə Məqsəd 5: Qoyunçuluğun dayanıqlı inkişafı

Tədbir 1 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: Otlaq sahələrinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi

- **Otlaq sahələrinə çıxışla bağlı Torpaqdan İstifadə Departamenti ilə əməkdaşlıq**

Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin Torpaqdan İstifadə Departamenti otlaq sahələrinin istifadəsi ilə bağlı qərarların qəbul edilməsindən məsul olan qovşaq orqanıdır. Heyvandarlıq Departamenti və Torpaqdan İstifadə Departamenti arasında əməkdaşlıq, kənd təsərrüfatının inkişafı yolunda irəliləyişdə heyvandarlıq sektorunun ehtiyaclarının nəzərə alınmamasını təmin etmək üçün vacibdir. Layihə heyvandarlıq/qoyunçuluq üçün otlaqlara çıxışın təmin edilməsi üçün siyasətin təbliği üzrə dialoqa dəstək ola bilər.

- **Otlaqların idarə edilməsi üzrə qabaqcıl təcrübənin tədqiqi**

Dövlət araşdırma mərkəzləri, kənd təsərrüfatı universiteti və/və ya aparıcı yerli və ya beynəlxalq məsləhətçilər vasitəsilə otlaqların idarə edilməsinin ən yaxşı təcrübələrinin sənədləşdirilməsi üçün xüsusi tədqiqat başladıla bilər. Əldə edilən nəticələr direktiv orqanlar və digər əsas maraqlı tərəflərin nəzərinə çatdırıla bilər.

- **Otlaqların idarə edilməsi üzrə təcrübənin təkmilləşdirilməsi üzrə pilot proqram**

Layihə növbəti illərdə digər layihələr vasitəsilə miqyasının genişləndirilməsi üçün bir nümunə kimi Torpaqdan İstifadə Departamenti və digər müvafiq qurumlarla əməkdaşlıq çərçivəsində otlaqların idarə olunması üzrə pilot proqramı dəstəkləyə bilər.

Tədbir 2 üçün Fəaliyyət istiqamətləri: "Ağıllı iqlim" heyvandarlıq təcrübəsinin tətbiqi

- **İqlim dəyişikliyinə qoyunçuluğa təsiri haqqında tədqiqatlar**

Qoyunçuluq sektoru ənənəvi sektordan müasir sektora çevrildikcə, qoyunçuluğun iqlimə təsirinin (istixana qazlarının emissiyası və s.) tədqiqi həll edilməli olan əsas məsələlərin dəqiq başa düşülməsini təmin edə bilər. Layihə çərçivəsində tədqiqat yerli/beynəlxalq ekspertlərin işə götürülməsi və/və ya kənd təsərrüfatı Universiteti və/və ya Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında araşdırma mərkəzi ilə əməkdaşlıq yolu ilə həyata keçirilə bilər.

- **İqlimə təsir problemini həll etmək üçün qabaqcıl təcrübənin müəyyən edilməsi**

Layihə çərçivəsində aparılacaq tədqiqatın daha bir istiqaməti heyvandarlıq sektorunun iqlimə təsirləri ilə bağlı məsələlərin həlli üçün regionda və global səviyyədə həyata keçirilən ən yaxşı təcrübələrin üzə çıxarılmasıdır. Azərbaycanın kontekstinə daha uyğun olan texnologiya və yanaşmalar müəyyən ediləcək və sənədləşdiriləcəkdir. Əldə edilən nəticələr iqlim dəyişikliyinə nəticələrinin yumşaldılması ilə bağlı tədbirlərin həyata keçirilməsində iştirak edən direktiv orqanlar və digər əsas maraqlı tərəflərə təqdim edilə bilər.

- **"Ağıllı iqlim" təcrübəsinin tətbiqinə dəstək**

Layihə aparıcı fermerlər və Agrar Xidmətlər Agentliyinin "ağıllı iqlim" heyvandarlıq təcrübələri üzrə müəyyən vəzifəli şəxsləri üçün TOT təliminə dəstək verə bilər. Bu vəzifəli şəxslər isə, öz növbəsində, təcrübələrin fermer səviyyəsində tətbiq edilməsi üçün fermerlərə məlumat verəcəklər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Asiya İnkişaf Bankı (2014). *Azərbaycan: Ölkədəki vəziyyətlə bağlı qeyd*. Asiya İnkişaf Bankı.

Alliances Caucasus Programme (ALCP) (2017). "Gürcüstan, Ermənistan (Azərbaycana istinadən) - Transsərhəd bazar araşdırması". (Cənubi Qafqaz), İsveçrə Əməkdaşlıq Təşkilatı (SCO).

Bonnier, J., (2017). "Azərbaycanın Baş planı: Süd və ət sektorunun qiymətləndirilməsi". *Azərbaycanın kənd təsərrüfatı sektoruna investisiyaların təşviqi üzrə Baş plan* Wage. səh. 1-49, Wageningen Economic Research and Delphy. (Niderland).

Baumann, M., Radeloff, V. C., Avedian, V., & Kuemmerle, T. (2014). Dağlıq Qarabağ münaqişəsi zamanı və ondan sonra Qafqazda torpaqdan istifadənin dəyişməsi. *Regional Ekoloji Dəyişikliklər*.

van Berkum, S. (2017). *Azərbaycanın aqrar sektorun rəqabətqabiliyyətliliyinin və bazarın təhlili: icmal*. Wageningen: Wageningen Economic Research.

Cobly L. (2016). "Qoyun əti üzrə dünya bazarı, 2025-ci ilə baxış"; "AHDB Beef & Lamb" və Beynəlxalq Ət Sekretariatu tərəfindən dərc olunan birgə hesabat.

Euromonitor International. (2017). "Mərkəzi Asiyadan məhsul ixracının diversifikasiyası üçün prioritet bazarların təhlili".

FAO. (2014). "Dayanıqlı ərzaq dəyər zəncirlərinin işlənilib hazırlanması - Rəhbər prinsiplər". Roma.

FAO İnvestisiya Mərkəzi. (2017). "Azərbaycanda qoyunçuluğun və yun sənayesinin inkişafı". Əlaqələndirmə Ofisi, FAO. Azərbaycan.

FAO. (2018). "Azərbaycanda dəyər zəncirindəki boşluğun təhlili üzrə hesabat". Roma.

Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Genetik Ehtiyatlar İnstitutu (GEİ). (2003). "Azərbaycanda heyvanların genetik ehtiyatlarının vəziyyətinə dair Milli Hesabat". (Bakı.) səh. 1-41.

Xanəlibəyli, E. (2008). Azərbaycan dövlət və ictimai torpaqların idarə edilməsi və özəlləşdirilməsi. Dövlət və ictimai torpaqların idarə edilməsi üzrə FIG/FAO/CNG beynəlxalq seminarı. Verona, İtaliya.

Avstraliyada ət və heyvandarlıq sektoru (2017). Sənaye araşdırması. "Market Snapshot Sheepmarket".

(Avstraliya) səh.1-25. Najafizadeh, M. (2003). Postsovet Azərbaycanında qadınların xidmət sahəsində hüquq və imkanlarının genişləndirilməsi. Gender və Cəmiyyət

Neudert, R. & Allahverdiyeva, N. (2009). "Azərbaycanda köçəri qoyunçuluq üzrə iqtisadi göstəricilər və sektorun gələcək inkişaf perspektivləri". *South Caucasian Annals of Agrarian Science*, v.7, No. 4, səh. 153-157.

Oglu, H. Z. A., Məmmədova, S.Z., & Əliyev, ZH. R. (2017). "Azərbaycanın qış otlarında aqroekoloji vəziyyət, problemlər və onların həlli yolları (Qobustan rayonunda)". *Acta Scientific Agriculture* (ISSN : 2581- 365X).

Rossi, R. (2018, May). Aİ ölkələrində qoyun və keçi sektorunun gələcəyi. European Parliamentary Research Service (ERPS).

Skapetas, B., & Kalaitzidou, M. (2017). Dünyada qoyunçuluğun hazırkı vəziyyəti və perspektivləri. Kənd yerlərinin inkişafı üçün heyvandarlıq sahəsində tədqiqat 29 (2).

Təranə, B. "Azərbaycanda kənd təsərrüfatı bazarlarının vəziyyəti". FAO Budapeşt və Slovakiya Dövlət Kənd Təsərrüfatı Universiteti (SDKTU), Nitra. səh. 1-7.

Tilekeyev, K., Mogilevskii, R., Bolotbekova, A., & Dzhumayeva, S., (2016). "Qırğızıstan Respublikasında qoyun əti istehsalının istehsalat-satış zəncirləri və Avrasiya İqtisadi Birliyinin (EAEU) üzvü olan ölkələrə ixrac potensialı". İşçi sənəd No. 36.

ƏLAVƏLƏR

1 saylı Əlavə

Ekspertlə müsahibələr

Ət üzrə Dəyər Zənciri	Pendir üzrə Dəyər Zənciri	Yun/Xalça üzrə Dəyər Zənciri
Bütün kateqoriyalar üzrə fərdi təsərrüfat sahibləri	Regionlarda pendir emalı ilə məşğul olan fermerlər	Bütün kateqoriyalar üzrə fərdi təsərrüfat sahibləri
Ağcabədi, Beyləqan və Bakı bazarlarındakı alverçilər (ticarətçilər)	Regionlarda (Ağcabədi, Beyləqan və Zaqatala) və Bakıdakı ənənəvi bazarlarda pendir satan pərakəndə satıcılar	Maşınla yunqıraxanlar
Regiondakı heyvan kəsim məntəqələri	Bakıda süd emalçıları	Regionlarda pərakəndə yun satıcıları
Bakıda və regionların hər birində 5 qəssab	Bakıda 2 supermarket	Bakıda yun alverçiləri (ticarətçiləri)
Bakıda 2 supermarket		Bakıda yun iplik mağazaları
Bakıda ət mağazalar şəbəkəsi		Regionlarda xalça sexləri
Regionlarda dövlət baytarlıq idarələri		Evdə xalçaçılıqla məşğul olan sahibkar qadınlar
Regionlarda fəaliyyət göstərən Yerlərdə Baytarlıq Məntəqələri		Bakıda pərakəndə xalça satışı mağazaları
Regionlarda özəl baytarlıq mağazaları		Azərxalça
Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin vəzifəli şəxsləri, Bakı		Zaqatalada yun emalı müəssisəsinin nümayəndəsi
Kredit təşkilatlarının nümayəndələri		
Qida Təhlükəsizliyi Agentliyinin nümayəndələri		
Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti		
Heyvandarlıq Elmi-tədqiqat İnstitutu		
Süni Mayalanma Mərkəzi		
İFAD nümayəndələri və Bakıda digər layihələr		
Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi, Bakı		
Ənənəvi bazarlarda baytarlıq müfəttişi		

2 sayılı Əlavə:

Qoyunçuluqla məşğul olan fermerlərin arasında
keçirilən Sorğunun AnketiFood and Agriculture
Organization of the
United Nations

Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi

/ Ministry of Agriculture of Azerbaijan Republic

BMT-nin Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatı/ FAO

Qoyunçuluq üzrə Dəyər Zənciri Tədqiqatı/ Sheep Value Chain Study

Qoyunçuluqla məşğul olan fermerlərin arasında keçirilən

Sorğunun Anketi / Sheep Farmer Survey Questionnaire

Müsahibənin tarixi (gün/ay/il)/Date of the interview (dd/mm/yyyy)			
Müsahibə götürən şəxsin adı/Name of the Enumerator:			
Müsahibə götürən şəxsin imzası/ Signature of Enumerator:			

Rayon/ District: (Ağcabədi, Beyləqan, Zaqatala)	Kənd/ Village:

1. Əsas məlumat/Background Information

Müsahibin adı və soyadı/ Respondent's Name and Surname	
Yaşı/ Age	
Cinsi/ Gender	1. Kişi/ Male 2. Qadın/ Female
Ailə üzvlərinin sayı/ Household Size	(Nəfər/ Number)
Ailənin başçısı/ Head of the Household	
Təhsil/ Education	1. Orta təhsil (9-cu sinif)/ Secondary school (grade 9) 2. Tam orta təhsil (11-ci sinif)/ Secondary school (grade 11) 3. Kolllec (Texnikum)/ College (technical school) 4. Ali təhsil/ Higher education 5. Digər/ Other
Mobil telefon nömrəsi/ Mobile No.	

2. Sosial-iqtisadi vəziyyəti/ *Socio Economic Profile* (Torpaq və heyvanlara sahiblik/ *Ownership of Land and Livestock*)

Hazırkı torpaq ərazisi/ *Land Resources (Now)*

2.1 Sahib olduğu torpaq sahəsi, ha/ *Land owned, hectares*

2.2 İcarəyə götürdüyü torpaq, ha/ *Land rented, hectares*

2.3 Örüslərdən istifadə edirsinizmi?/ *Access to open pastures* 1-Bəli/ *Yes*, 2-Xeyr/ *No*

Torpağa sahiblik 3 il əvvəl / *Land ownership (3 years ago)*

2.4 Sahib olduğu torpaq sahəsi, ha / *Land owned, hectares*

2.5 İcarəyə götürdüyü torpaq sahəsi, ha / *Land rented, hectares*

2.6 Örüslərdən istifadə edirdinizmi?/ *Access to open pastures* 1-Bəli/ *Yes*, 2-Xeyr/ *No*

2.7 Hazırkı qoyun sürüsünün (qoyun, quzu, qoç) baş sayı/ *What is your present herd size of sheep/lamb and rams?* (baş/ *number*)

2.8 Qoyunlara sahiblik barədə daha ətraflı (sahib olduğu baş sayı)/ *Details of ownership of sheep (number owned):*

Nömrə/ S.No.	Cins/ <i>Breed</i>	Cavan (6 aylığa qədər)/ <i>Young (up to 6 months old)</i>		(6-12 ay)/ <i>(6-12 months)</i>		Yetkin (12 aydan çox)/ <i>Adult (more than 12 months)</i>	
		Erkək/ <i>Male</i>	Dişi/ <i>Female</i>	Erkək/ <i>Male</i>	Dişi/ <i>Female</i>	Erkək/ <i>Male</i>	Dişi/ <i>Female</i>
i							
ii							
iii							

2.9 Qoyun sürünüzün həcmi son 3 ildə necə dəyişmişdir? (kodu işarələyin)/ *How has the size of your sheep herd changed over the last 3 years? (circle code)*

Kod/ *Code*: 1-Artıb/ *Increased*, 2-Azalıb/ *Decreased*, 3-Dəyişməyib/ *Constant*

2.10 *Qoyun sürünüzün həcmnin dəyişməsinin/dəyişməməsinin səbəbi nədir/ *What has been the reason for the change/ no change in your herd size?*

2.11 Gələcəkdə qoyun sürünüzün baş sayını artırmaq istəyirsinizmi? (kodu işarələyin)/ *In the future, would you like to increase your sheep herd size? (circle code)* 1-Bəli/ *Yes*, 2-Xeyr/ *No*

2.12 Qoyun sürünüzün neçə başdan ibarət olmasını istərdiniz? *What would you like your sheep herd size to be? (numbers)* (baş)

2.13 Sürünüzün baş sayını artırmağı düşünürsünüzsə, qoyunları hardan əldə etmək istərdiniz? (Kodu işarələyin, bir neçə cavab seçə bilərsiniz)/ *If interested in increasing the herd size, where would you source the sheep from?*

Kod/ Code: 1. Heyvan bazarı/ *Livestock market*, 2. Kənddəki digər fermerlərdən/ *Other farmers in the village*
3. Damazlıq qoyun saxlayan fermerlərdən/ *Special sheep breeders*, 4. Yaxşı keyfiyyətdə damazlıq heyvan yoxdur/ *No good quality breed available*, 5. Xaricdən idxal edilən damazlıq qoyun/ *Import foreign breed* 6. Başqa (Dəqiqləşdirin)/ *Other (Specify)*

2.14 *Damazlıq qoyun alarkən hansı xüsusiyyətlərinə diqqət yetirirsiniz?/ *What are the characteristics you would consider when purchasing sheep for breeding?*

2.15 Qoyunu alarkən onun sağlamlığı (peyvənd olunması və s.) ilə necə maraqlanırsınız? (Kodu işarələyin) / *When purchasing sheep, how do you ensure the health of the animals?*

Kod/ Code: 1-Peyvənd olunub-olunmadıqlarını soruşuruq/ *By asking if the sheep have been vaccinated or not* 2-Gözəyarı baxıb yoxlayırıq/ *Roughly examining* 3_Digər/ *Other*

2.16 İribuynuzlu mal-qaraya sahiblik barədə daha ətraflı (sahib olduğu heyvanların baş sayı)/ *Details of ownership of cattle (number owned)*

Nömrə/ S.No.	Cins/ Breed	Yaşlı (1 yaşdan çox)/ <i>Adult (over 1 year)</i>		Cavan (1 yaşdan az)/ <i>Calf (less than 1 year)</i>	
		Erkək/ Male	Dişi/ Female	Erkək/ Male	Dişi/ Female
1					
2					
3					

2.17 Mal-qara sürünüzün baş sayı son 3 ildə necə dəyişmişdir? (kodu işarələyin)/ *How has the size of your cattle herd changed over the last 3 years? (circle code)*

Kod/ Code: 1-Artıb/ *Increased*, 2-Azalıb/ *Decreased*, 3-Dəyişməyib/ *Constant*

2.18 *Mal-qaranızın baş sayının dəyişməsinin/dəyişməməsinin səbəbi nədir?/ *What has been the reason for the change/ no change in your cattle herd size?*

3 Heyvanların saxlanma şəraiti və sağlamlığı/ *Housing and Health Management*

3.1 Qoyunlarınızı harada saxlayırsınız? (Kodu daxil edin)/ *Where do you keep your sheep? (Enter code)*

Qışda/ <i>Winter</i>		Yayda/ <i>Summer</i>	
	Kodu daxil edin/ <i>Enter Code</i>		Kodu daxil edin/ <i>Enter Code</i>
Gündüz/ <i>Day</i>		Gündüz/ <i>Day</i>	
Gecə/ <i>Night</i>		Gecə/ <i>Night</i>	

Kod/ Code: 1- Açıq havada, hasarlı şəraitdə/ *Open fenced*, 2-Tövlədə/ *closed shed*, 3-Başqa (dəqiqləşdirin)/ *Other (Specify)*

3.2 Yaş və cinsə müvafiq olaraq bütün qoyunlarınızı birlikdə, yoxsa ayrı saxlayırsınız? (kodu işarələyin)/
Are all the sheep kept together or separately based on age and gender? (circle code)

Kod/ Code: 1- Bütün qoyunları bir yerdə/ *All sheep together*, 2- Erkək, dişi və körpələri ayrı/ *Male, female and kids separately*, 3- Başqa (dəqiqləşdirin)/ *other (specify)*

3.3 Başqa hansı heyvanları qoyunlarla bir yerdə saxlayırsınız? (kodu işarələyin)/ *Which other animals are housed together with the sheep? (circle code)*

Kod/ Code: 1-Heç bir heyvanı/ *No other animal*, 2-Mal-qara/ *Cattle*, 3-Keçi/ *Goat*, 4-Başqa (dəqiqləşdirin)/ *Other (specify)*

3.4 Qoyunlarınız peyvənd olunurmu? (kodu işarələyin)/ *Do you get your sheep vaccinated? (circle code)*

Kod/ Code: 1-Bəli/ *Yes*, 2-Xeyr/ *No*

3.5 Əgər qoyunlarınıza peyvənd olunursa bu işi kim yerinə yetirir?/ *If you are getting your sheep vaccinated then who does the vaccination?*

Kod/ Code: 1-Yerli dövlət baytarlıq xidməti/ *Local government veterinary service*, 2-Özəl baytar/ *Private veterinarian*, 3-Özüm/ *Self*, 4-Başqa (dəqiqləşdirin)/ *Other (specify)*

3.6 Keçən il qoyunlarınız neçə dəfə peyvənd olunub?/ *How many times in the last year did you get your sheep vaccinated?* (sayı/ number)

3.7 Qoyunların hansı xəstəliklərə görə peyvənd olunduğunu bilirsinizmi?/ *Do you know the diseases for which the sheep is vaccinated?* 1-Bəli/ *Yes*, 2-Xeyr/ *No*

3.8 Cavabınız bəli-dirsə, xəstəliklərin adlarını qeyd edin/ *If yes, Please Inform the name of the diseases*

3.9 Qoyunlarınız peyvənd olunmursa, səbəbini qeyd edin (kodu işarələyin)/ *If you are not getting your sheep vaccinated then why not?*

Kod/ Code: 1-Xidməti göstərən şəxs yoxdur/ *No service provider*, 2-Qiymət bahadır/ *Cost is too high*, 3-Ehtiyac duymuram/ *Do not need to*, 4-Təmin edilən peyvəndləri əldə edə bilməmişəm/ *Missed the vaccination drive*, 5-Peyvənd işindən xəbərdar deyiləm/ *Not aware of vaccination*, 6 –Başqa (dəqiqləşdirin)/ *Other (specify)*

3.10 Qoyunlarınız üçün qurddan təmizləmə işini yerinə yetirmisinizmi?/ *Is deworming done for your sheep?* 1-Bəli/ *Yes*, 2-Xeyr/ *No*

3.11 Qurddan təmizləmə işi yerinə yetirilibsə, kim yerinə yetirib? (kodu işarələyin)/ *If deworming is done, who is the service provider?*

Kod/ Code: 1-Yerli dövlət baytarlıq xidməti/ *Local government veterinary service*, 2-Özəl baytar/ *Private veterinarian*, 3-Özüm/ *Self*, 4-Başqa (dəqiqləşdirin)/ *Other (specify)*

3.12 Qoyunun qurddan təmizlənməsi neçəyə başa gəlir? (Dərman + baytar xərcləri)/ *What is the cost of deworming the sheep? (Drug + vet costs)* manat

3.13 Əgər qurddan təmizləmə işini yerinə yetirməmişsinizsə, səbəbini qeyd edin (kodu işarələyin)/ *If deworming is not done, then why not?*

Kod/ Code: 1-Xidməti göstərən şəxs yoxdur/ No service provider, 2-Qiyəmət bahadır/ Cost is too high, 3-Ehtiyac duymuram/ Do not need to, 4- Qurddan təmizləmə işindən xəbərdar deyiləm/ Not aware of deworming, 5-Başqa (dəqiqləşdirin)/ Other (specify)

3.14 Xidmət göstərən şəxs tərəfindən sizə peyvənd və qurddan təmizləmə üçün təqvim verilibmi?/ *Have you been provided with a vaccination and deworming calendar by the service provider?*

Kod/ Code: 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

3.15 Qoyunlarınız üçün baytarlıq xidmətinə görə kimə müraciət edirsiniz?/ *Who do you contact for medical help for the sheep?*

Kod/ Code: 1-Yerli dövlət baytarlıq xidmətinə/ Local government veterinary service, 2-Özəl baytara/ Private veterinarian, 3-Özüm/ Self, 4-Başqa (dəqiqləşdirin)/ Other (specify)

3.16 Ən yaxın dövlət baytarlıq məntəqəsi sizin fermanızdan nə qədər uzaqdır? (km ilə)/ *How far is the nearest government veterinary point located from your farm?* km

3.17 Baytarın yazdığı dərmanları haradan alırsınız?/ *Where do you get the medicines if prescribed by the veterinarian?*

Kod/ Code: 1-Baytarlıq xidmətindən/ From the veterinarian, 2-Baytarlıq aptekindən/ Animal drug store, 3-Aptekdən/ Local drug store, 4-Yoxdur/ Not available, 5-Başqa (dəqiqləşdirin)/ Other (specify)

3.18 Bir ildə bir qoyun üçün lazım olan baytarlıq və dərman xərci nə qədərdir? (1 qoyun üçün manatla)/ *What is the average expenditure on a sheep on veterinary services in a year? (manat/ per sheep)*

3.19 Sonuncu dəfə neçə qoyununuz boğaz idi?/ *How many sheep became pregnant last time?* ?

3.20 Balasalma baş vermişdi? (Sayı qeyd edin) / *Were there any abortions? Enter number*
(əgər balasalma olmamışdırsa, 0 yazın)/ *Please specify number (0 if no abortions)*

3.21 Sonuncu dəfə neçə quzu doğulmuşdu?/ *How many lambs were born last time?* sayı/ number

3.22 Neçə yenidoğulmuş körpə quzu ölmüşdü?/ *How many new born lambs died?*

3.23 Quzular doğulduqdan sonra neçə ay müddətində peyvənd olunurlar?/ *After how many months were the new born sheep vaccinated?* ay/months

3.24 Keçən il xəstəlik səbəbiylə neçə qoyununuz tələf olmuşdur?/ *How many sheep did you lose to diseases in the last one year?* (sayı/ number)

3.25 Qoyunlarınızın tələf olmasına səbəb olan xəstəliyi deyə bilərsinizmi? (Xəstəliyin və ya əlamətin adı)/ *Can you specify the diseases/illnesses through which sheep are lost? (Names of the diseases or symptoms)*

i
ii
iii

iv.

3.26 Keçən yay qızdırmadan neçə qoyununuz tələf olub? / *How many sheep did you lose to fever in summer last year?* (baş sayı/ number)

4 Yem və yemləmə idarəçiliyi/ Feed and Fodder Management

Zəhmət olmasa il ərzində qoyunlarınız üçün istifadə etdiyiniz yemin mənbəyini qeyd edin/ Please indicate the sources of feeding for your sheep throughout the year;

Nömrə/ S.No.	Yem və yemləmə növü və mənbəyi/ <i>Feed and fodder type/ source</i>	İstifadə edilən ayların sayı/ <i>Number of months used</i>	Gedilən məsafə/ <i>Distance traveled</i>	Bir il üçün ödənilən məbləğ (manat)/ <i>Expenditure per year</i>
1.	Ümumi istifadədə olan otlaq(örüş) / <i>Common pasture</i>			xxx
2.	İcarəyə götürülən otlaq/ <i>Rented pasture</i>			
3.	Şəxsi otlaq/ <i>Owned pasture</i>			xxx
4.	Məhsul qalığı/ <i>Crop residue</i>		xxx	
5.	Satın alınan təzə yem/ <i>Purchased green fodder</i>		xxx	
6.	Satın alınan quru yem/ <i>Purchased dry fodder</i>		xxx	
7.	Yem konsentratları/ <i>Feed concentrates</i>		xxx	
8.	Dənli bitkilər/ <i>Grains</i>		xxx	
9.	Başqa/ <i>Other</i>			

4.1 Ümumi bir ildə yem xərcləriniz nə qədərdir(*otlaq icarəsi xərcləri də daxil olmaqla*)? (manat)/ *How much money do you spend for purchase of feed and fodder for your herd for one year (including rent for pastures)* (manat)

4.2 Yem bitkisi becərirsinizmi?/ *Do you grow any fodder crops?* 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

4.3 Cavabınız bəli-dirsə, xahiş olunur, əlavə məlumat verin/ *If yes, please provide the details:*

4.4 Bitkinin adı/ *Name of the crop*

4.5 Bitkinin becərilmə sahəsi (ha)/ *Area in which crop is grown, hectares*

4.6 Qoyun sürünüzü otarmaq üçün çoban saxlayırsınız mı? Neçə nəfər? (0 qeyd edin əgər çoban tutmursa) / *Do you hire a shepherd for grazing your herd of sheep? (add 0 if no shepherd is hired)*

4.7 Əgər çoban saxlayırsınızsa, ona bir ayda nə qədər vəsait ödəyirsiniz? (manat/1 ay üçün)/ *If you are hiring a shepherd, then how much do you pay (manat per month)*

4.8 İlin hər hansı dövründə qoyun üçün yem azlığı ilə üzləşirsinizmi? / *Do you face a shortage of availability of feed for the sheep at any time of the year?* 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

4.9 Əgər bəlidirsə hansı aylar? *If yes which month*

4.10 İlin hər hansı dövründə qoyun üçün su azlığı ilə üzləşirsinizmi? / Do you face a shortage of availability of water for the sheep at any time of the year? 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

4.11 Əgər bəlidirsə hansı aylar? If yes, which month

5 Damazlıq işinin təşkili/ Breed Management

5.1 Sürüdəki qoyunların cütləşməsinə nəzarət edirsinizmi? (Cırlaşmanın qarşısını almaq, cins tərkibini yaxşılaşdırmaq üçün)/ Do you control mating of sheep in your herd? (To prevent inbreeding and to improve the quality of their breed stock) 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

Əgər cütləşməni/çoxalmanı idarə edirsinizsə, bu sualları cavablandırın/ If you are controlling mating then proceed to the following questions:

5.2 Sürüdəki qoçları damazlıq məqsədi üçün saxlayırsınız?/ Do you keep rams in your herd for the purpose of breeding? 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

5.3 Damazlıq məqsədilə yüksək keyfiyyətli qoçlar alırsınızmi?/ Do you purchase high quality rams for the purpose of breeding? 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

5.4 *Damazlıq üçün hansı qoç növünə üstünlük verirsiniz, səbəbi?/ Which breed(s) of ram do you prefer for breeding and why?

5.5 Cütləşməyə nəzarət etmirsinizsə səbəb nədir?/ If you are not controlling mating then why not?

Kod/ Code: 1-Arzu edilən cinsdə qoç yoxdur/ Rams of desired breed not available, 2- Cütləşməyə nəzarət etmək istəmirəm/ Do not want to control mating, 3-Vacib deyil/ Does not matter, 4-Xəbərdar deyiləm/ Not aware of this, 5-Başqa (dəqiqləşdirin)/ Other (specify)

5.6 Bir balalama vaxtı qoyununuz təxminən neçə bala verir?/ On an average, how many kids does the sheep give in one calving?

5.7 Erkək balaları qısırlaşdırırsınızmi(axtalayırsınızmi)?/ Do you castrate the male kids?

1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

6 Satış (ətlik quzu)/ Marketing (Lambs for meat)

6.1 Quzuları kimə satırsınız? (bütün müvafiq cavabları işarələyin)/ Who do you sell the lambs to? (circle all those which apply)

Nömrə/ Number	Alıcı/ Buyer	Bir ildə satılan quzuların sayı/ Number of lambs sold in a year	İl ərzindəki satışların sayı/ Frequency of sale (number of times in a year)	Heyvanın satış zamanı ortalama yaşı/ Average age at the time of sale	Heyvanın satış zamanı ortalama çəkisi/ Average Weight at the time of sale (live Weight)	Hər quzu üçün əldə edilmiş qiymətin miqdarı (diri çəki/manatla)/ Price per Lamb/Sheep received (for live animal/manat)
1.	Fermaya gələn alverçi(ticar					

	ətçi/ <i>Trader coming to the farm</i>					
2.	Yerli heyvan bazarındaki ticarətçi/ <i>Trader at a local livestock market</i>					
3.	Ət kəsim sexi/ <i>Slaughterhouse</i>					
4.	Fermaya gələn qəssab/ <i>Butcher</i>					
5.	Heyvan bazarındaki qəssab/ <i>Butcher at a local livestock market</i>					
6.	Digər fermer/ <i>Another farmer</i>					
7.	Başqa (dəqiqləşdirin)/ <i>Other (specify)</i>					

6.2 Əgər qoyunu heyvan bazarında satırsınızsa nəqliyyat vasitəsilə necə aparırsınız?/ *If you are selling in the local market, how do you transport your sheep?_*

6.3 Heyvanı satış üçün bazara aparmağın xərci nə qədərdir (manat/1 qoyun)/ *What is the fee for taking the sheep to market for sale?/ manat/sheep*

6.4 Hər hansı alıcıdan beh alırsınız? / *Do you get any advance payment from any buyer?*

Kod/ *Code: 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No*

6.5 Əgər beh alırsınızsa, aldığınız beh nə qədərdir? (manatla) / *If you are getting an advance payment, how much is it? manat*

6.6 Satış zamanı ödənişi dərhal (yerində) alırsınız? / *At the time of sale, do you receive the payment immediately? 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No*

6.7 Əgər ödənişi dərhal almırsınızsa, hansı müddət ərzində bütün ödənişi əldə edirsiniz? (günlərin sayı)/ *If you do not receive the payment immediately, in how much time do you receive the complete payment? days*

- 6.8 Satılan qoyunun ortalama yaşı nə qədərdir?/ *What is the average age of the sheep sold?* (ay ilə/
months)
- 6.9 Bir satış vaxtı neçə qoyun satırsınız?/ *How many sheep do you sell in a single transaction?*
(sayı/ *number*)
- 6.10 Bütün qoyunlar satılmazdan əvvəl çəkilirmi? (tək və ya cəm olaraq)/ *Are all the sheep weighed*
(*individually or collectively*) *before they are sold?* 1-Bəli/ *Yes*, 2-Xeyr/ *No*
- 6.11 Xüsusi bayram günlərində qoyun satırsınızmı? Əgər satırsınızsə, hansı bayramlar?/ *Do you sell your*
sheep particularly at any festival? If yes, then which festival(s)?
- 6.12 Bayram vaxtı qoyun satdığınız zaman adi vaxtdakına nisbətən nə qədər çox gəlir əldə edirsiniz? manatla/
How much do you earn above the average selling price if you sell during a festival? manat
- 6.13 Son 3 il ərzində qoyun satışı zamanı sizə təklif edilən qiymətlərin ümumi dəyişkənliyi necə olub? Səbəbini
izah edin/ *What has been the overall trend in prices you have received for sale of sheep over the last 3*
years? Explain reasons
- Kod/ *Code*: 1-Qiymət artıb/ *Increasing*, 2-Qiymət azalıb/ *Decreasing*, 3-Qiymət dəyişməyib/ *Constant*
- 6.14 Evinizdə istifadə etmək üçün neçə qoyun və quzu kəşirsiniz? (heç kəsmədinizsə, 0 yazın)/ *How many*
sheep/lamb did you use for consuming meat at home (0 if not consumed) (baş sayı/ *number*)

7 Yun istehsalı və satışı/ **Production and Sale of Wool**

- 7.1 Bir ildə qoyundan nə qədər yun əldə edirsiniz? (kiloqramla) / *How much wool do you obtain from sheep*
in a year? (kg)
- 7.2 Yun qırxımını özünüz edirsiniz, ya başqası? / *Is wool shearing done by you or by somebody else?*
- Kod/ *Code*: 1-Özüm/ *Myself*, 2- Başqası/ *Somebody else*
- Kod/ *Code*: 1-Əllə/ *Manually*, 2-Aparatla/ *By machine*
- 7.3 Yun qırxımını əllə yoxsa aparatla edirsiniz? / *Is shearing of wool done manually or by machine?*
- 7.4 *Yun qırxımı zamanı adi təmizlik qaydalarına diqqət yetirirsinizmi? Əgər edirsinizsə necə?/ *Do you*
follow the basic hygiene measures for shearing? If yes how?
- 7.5 Yun satırsınızmı?/ *Do you sell wool?* 1-Bəli/ *Yes*, 2-Xeyr/ *No*
- 7.6 Əgər satırsınızsə, kimə satırsınız?/ *If yes, Who are you selling the wool to?*
- Kod/ *Code*: 1-Fermaya gələn yerli alverçiyə (ticarətçiyə)/ *Local trader coming to the farm*, 2-Yun
emalçılarına/ *Wool processors*, 3-Son məhsul istehsalçılarının/ *Final goods producer*, 4-Emal edilmiş yun
ixracatçılarının/ *Exporter of processed wool*, 5-Başqa (dəqiqləşdirin)/ *Other (specify)*
- 7.7 İl ərzində nə qədər yun satırsınız? (kq)/ *How much wool do you sell in a year?* kg
- 7.8 Yunun satış qiyməti nə qədərdir? (1 kq üçün manatla)/ *At what price is wool sold?* Manat/kg
- 7.9 Yun satmazdan əvvəl yunu hansısa formada emal edirsinizmi?/ *Do you do any kind of processing before*
sale of wool? 1-Bəli/ *Yes*, 2-Xeyr/ *No*

7.10 Son 3 ildə yun satışı zamanı sizə təklif edilən qiymətin ümumi dəyişkənliyi necə olmuşdur?/ *What has been the overall trend in prices you have received for sale of wool over the last 3 years?*

7.11 Yunu sata bilmirsinizsə, onu nə edirsiniz?/ *If you are not able to sell wool, what do you do with the wool?*

Kod/ Code: 1-Atıram/ Throw away, 2-Qohuma və ya dosta verirəm/ Give away to relatives/friends, 3-Yandırırım/ Burn it, 4- Başqa (dəqiqləşdirin)/ Other (specify)

7.12 Qoyun peyindənən necə istifadə edirsiniz? *How do they use sheep droppings?*

8. Süd istehsalı və satışı/ Milk Production and Sale

8.1 Qoyunlarınızı müntəzəm şəkildə sağırırsınız?/ *Do you milk your sheep on a regular basis?*

Kod/ Code: 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

8.2 Qoyunlarınızın süd vermə müddəti nə qədərdir?/ *What is the lactation period of your sheep?* (ay ilə/ months)

8.3 Süd verən bir qoyundan əldə etdiyiniz gündəlik süd nə qədərdir? Millilitr ilə/ *What is the average milk production in a day from one lactating sheep?* (Milli Liter)

8.4 Həftədə bir qoyundan nə qədər süd əldə edirsiniz?/ *How much milk do you obtain from a sheep in a week?* (litrə/ litres)

8.5 Öz qoyun sürünüzdən ümumilikdə nə qədər süd əldə edirsiniz?/ *From your herd, how much milk do you obtain in total in:*

ayda/ month: (litrə/ litres)

ildə/ year: (litrə/ litres)

8.6 Əldə etdiyiniz qoyun südündən pendir hazırlayırsınız?/ *Do you produce cheese from the sheep milk obtained?*

Kod/ Code: 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

8.7 Əgər pendir hazırlayırsınızsa, hansı növdə hazırlayırsınız?/ *If you are producing cheese, which kind of cheese do you produce?*

8.8 Nə qədər qoyun pendiri hazırlayırsınız və satırsınız?/ *How much sheep cheese do you produce and sell in:*

	Ümumi pendir istehsalının miqdarı(kq)/ Total production (KG)	Ümumi pendir satışı (kq)/ Total sale (KG)
1 ayda/ month		
1 ildə/ year		

8.9 Pendiri kimə satırsınız?/ *Who do you sell the cheese to?*

Kod/ Code: 1- Satmıram /Do not sell, 2-Yerli pendir ticarətçisi/ Local cheese trader, 3-Bazar/ Local market, 4-Restoranlar-otellər/ Restaurants- Hotels, 5-Yaxınlıqdakı evlər/ Nearby households, 6-Başqa (dəqiqləşdirin)/ Other (specify)

8.10 Pendir satarkən sizə təklif olunan qiymət nə qədərdir (1 kiloqram üçün manatla)/*What is the price received for 1 kg of cheese?* manat/kg

8.11 İstehsal etdiyiniz südü kimə satırsınız?/ Who do you sell your milk to?

Kod/ Code: 1-Yerli südçülük ferması/ *Local dairy*, 2-Yerli süd ticarətçisi/ *Local milk trader*, 3-Emal sexi/ *Processing unit*, 4- Alıcı yoxdur/ *No buyer*, 5-Başqa (dəqiqləşdirin)/ *Other (specify)*

8.12 Qoyundan əldə etdiyiniz südü evdə hansı formada istifadə edirsiniz? (bütün uyğun cavabları seçin)/ In what form do you consume the milk you obtain from your sheep at home? (circle all which apply)

Kod/ Code: 1-Təzə süddən istifadə edirəm/ *Consume the fresh milk*, 2-Pendir kimi istifadə edirəm/ *Consume as cheese*, 3-İstifadə etmirəm/ *Do not consume*, 4- Digər/ *Other*

8.13 1 ildə qoyun südü və pendirinin satışından ümumi qazancınız nə qədərdir? (Manatla)/What is the total income from sale of sheep milk cheese in one year? manat

8.14 Son 3 ildə süd və pendir satışı zamanı sizə təklif edilən qiymətin ümumi dəyişkənliyi necə olmuşdur?/ What has been the overall trend in prices you have received for sale of milk and cheese over the last 3 years?

Kod/ Code: 1-Qiymət artıb/ *Increasing*, 2-Qiymət azalıb/ *Decreasing*, 3-Qiymət dəyişməyib/ *Constant*

9. İstehsal və idarəçilik xərcləri/ Cost of Production and Management

9.1 Keçən ildə bütün qoyun sürüsü üçün çəkdiyiniz ümumi xərc/ Expenditure on the entire sheep herd for the past year

Nömrə/ S. No.	Xərcin növü/ <i>Cost components</i>	Xərc (manatla)/ <i>Expenditure (Manat)</i>
1.	Otarma (torpağın icarəsi)/ <i>Grazing (Rent for land)</i>	
2.	Alınmış yem/ <i>Feed purchased</i>	
3.	Baytarlıq xidmətləri/ <i>Veterinary services</i>	
4.	Saxlanma şəraiti / <i>Housing</i>	
5.	Yun qırımı/ <i>Shearing of wool</i>	
6.	İşçi qüvvəsi (süd sağmaq və sairə)/ <i>Labor (milking etc)</i>	
7.	Başqa (Dəqiqləşdirin)/ <i>Other (Specify)</i>	
	CƏMİ/ <i>TOTAL</i>	

9.2 1 gündə qoyun sürüsünə baxmaq üçün ailənizə təxminən neçə saat vaxt lazım olur? Zəhmət olmasa ətraflı izah edin/ Approximately how many hours of family labor is required for care of sheep herd in 1 day? Please share the details saatların miqdarı/ hrs

9.3 Məsuliyyət bölgüsü/ Sharing of responsibility

Görülən işlər/ <i>Inputs -Services</i>	Kim qərar verir? (Kod A)/ <i>Who takes the decision? (Code A)</i>	İşi ailədə kim yerinə yetirir? (Kod A)/ <i>Who is the responsible person in the family for these (Code A)</i>	Gündəlik tələb olunan iş saatının miqdarı/ <i>No. of hours required per day</i>
Kökəltmə məqsədi ilə quzu alışı/ <i>Buying sheep kid</i>			
Damazlıq məqsədi ilə ana qoyun və ya qoç alışı/ <i>Buying sheep (rams for the purpose of breeding)</i>			
Tövləyə qulluq/ <i>Housing management</i>			
Yem və yem bitkilərinin yığılması/ <i>Collecting feed and fodder</i>			
Evdə şəraitində yemləmə/ <i>Feeding the sheep (at home)</i>			
Otarma (otlaq)/ <i>Grazing outdoors/ otaqlar</i>			
Baytarlıq xidmətləri/ <i>Health services</i>			
Boğaz qoyunlara qayğı/ <i>Care of pregnant sheep</i>			
Süd sağımı/ <i>Milking</i>			
Qoyunların satılması/ <i>Sale of sheep</i>			
Kod A: 1. Kişi 2. Qadın 3. Oğlan uşağı 4. Qız uşağı 5. Muzdlu işçi 6. Digər (Dəqiqləşdir) <i>Code A: 1. Man 2. Woman 3. Boy Child 4. Girl Child 5. Hired labour, 6. Any other (Specify)</i>			

10. Çətinliklər və təkliflər/ *Challenges and Suggestions*

- 10.1 *Qoyun saxlamaqda və idarəçiliyində hansı çətinlikləriniz var?* / What challenges do you face in production and management of sheep?
- 10.2 *Qoyun və qoyun məhsullarının satılmasında hansı çətinlikləriniz var?* / What challenges do you face in marketing of sheep and its products?
- 10.3 Gələcəkdə qoyun sürünüzün həcmi artırmaq istəyirsinizmi? Nə üçün hə/ nə üçün yox? / Would you like to grow your herd size in the future? Why or why not?
- 10.4 *Qoyun saxlanmasına və ondan əldə edilən gəlirin artımına kömək üçün hansı vasitələrə və xidmətlərə ehtiyacınız var?* / What inputs and services would help you in better management of sheep rearing and increasing the returns from it?

11. Əkinçilik / Cropping

11.1 Torpaq sahibliyi barədə məlumatlar/Details of land ownership?

Əkinçilik üçün yararlı (şəxsi torpaq)/ Cultivable (Own land)		Əkinçilik üçün yararlı (icarəyə götürülmüş torpaq)/ Cultivable (rented)		Əkinə yararlı olmayan torpaq/ Non-cultivable	
(Ərazi/ area)	Hektarla/ ha	(Ərazi/area)	Hektarla/ ha	(Ərazi/ area)	Hektarla/ ha

11.2 Hansı bitkiləri becərirsiniz (məhsul kodlarını daxil edin)/ Cropping Pattern (Put Crop Codes)

Məhsul adı (Kod A)/ Crop Name (Code A)	Ərazi/ Area in Hektarla/ ha	Vahid (Unit) Kq, S, T Kq = 1000 q S = 100 kq, T =1000 kq #Pres = kq (#Bale = kq)	(İstehsal (Kiloqram ilə)/Production)				
			Cəm miqdar/ Total Qty.	Evdəki istifadənin miqdarı/ Home Consumption Quantity	Satılan miqdar/ Quantity Sold	Əldə edilən məbləğ / Amount Received	
			No Say	No Say	No Say	Məhsulun 1 vahidinin qiyməti Price per unit	Total amount received (Manat) Ümumi məbləğ

Qeyd (Note) Yonca və quru ot üçün bu vahidi # qeyd edin və neçə kq olduğunu göstərin
(Indicate # for lucerne and hay and clarify how many kg 1 unit contains)

Kod A: 1. Buğda 2. Arpa 3. Pambıq 4. Tütün 5. Yonca 6. Qarğıdalı 7. Fındıq 8- Digər (dəqiqləşdir)

Kod A/ Code A: 1. Wheat 2. Barley 3. Cotton 4. Tobacco. 5. Alfalfa 6.Maize, 7-Hazelnut 8 -Other (Specify)

11.3 Əkinçilik üçün yararlı ərazidə nə qədər torpaq/ Of the cultivable land, how much area is:

a) Suvarılır/ Irrigated Hektar/ ha

b) Suvarılmır/ Unirrigated Hektar/ ha

11.4 Sizin evdə bunlardan hansı var?/ Does your household own any of the following?

Nömrə/ S. No.	Əşya/ Item	sayı/ number
1	Televizor/ Television	
2	Mobil telefon/ Mobile	
3	Avtomobil/ Car	
4	Traktor/ Tractor	
5	Soyuducu/Refrigerator	

11.5 Bir il ərzində ailənizin hər bir mənbədən əldə etdiyi qazanc nə qədərdir?/ What is the household income from each source for the complete year?

Nömrə/ S. No.	Gəlir mənbəyi/ Source of income	Ailənin illik qazancı nə qədərdir? (manatla)/ Household income in 1 year (Manat)
1	Qoyunçuluq/ Sheep rearing	
2	Mal-qara/ Cattle rearing	
3	Digər kənd təsərrüfatı fəaliyyəti/ Agriculture	
4	Qeyri-kənd təsərrüfatı fəaliyyəti/ Non-agricultural work (dəqiqləşdir)	
5	Digər (dəqiqləşdir)	

12. Finance

12.1 Have you currently taken any loan? *Heyvandarlıqla əlaqədar hansısa kredit götürmüşünüzmü?*

Kod/ Code: 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

12.2 Əgər götürmüşünüzsə onu nə məqsədlə götürmüşünüz? Kodu işarələyin/ *If yes, please specify the purpose of loan? Circle code*

1-Bitkiçilik /Crop, 2- Maldarlıq/Cattle, 3- Qoyunçuluq/Sheep , 4- Digər (dəqiqləşdir)/ Other (Specify)

12.3 Zəhmət olmasa krediti hardan almısınız onu qeyd edin (agrokredit, mikromaliyyə, sələmçi, dost ya da ailə üzvü, digər)/ *Please specify the source of loan (agrocredit, micro finance. informal money lender. family/friend, other)*

12.4 Zəhmət olmasa krediti neçə faizlə götürdüyünüzü qeyd edin/ *Please specify the interest rate*

_____ %

12.5 Əgər heç bir kredit götürməmişinizsə səbəbini izah edin, Kodu işarələyin/ *If not taken any loan, please specify why? Circle code*

Kod/Code:1- Ehtiyac yoxdur/ No need, 2- Mənə kredit vermirlər/ I cannot get loans, 3- Kredit faizləri yüksəkdir/ Interest rates are high, 4- Digər (dəqiqləşdir)/ Other (specify)

12.6 Qoyunçuluğun texniki tərəfləri barədə hər hansı mənbədən məlumat əldə edirsinizmi?/Do you get information regarding technical aspects of sheep rearing from any source?

Kod/ Code: 1-Bəli/ Yes, 2-Xeyr/ No

13. Ailə üzvləri haqqında/ Details of Family Members

Nömrə/ No.	Ad/Nam e	Soyad/Surna me	Cinsiyəti/ Gender 1. Kişi/ Male 2.Qadın/ Female	Yaşı/Ag e (İl/ Years)	Təhsili/Educati on 1.Orta təhsil (9- cu sinif)/ Secondary school (grade 9) 2 Tam orta təhsil (11-ci sinif)/ Secondary school (grade 11) 3. Kollec (Texnikum)/ College (technical school) 4. Ali təhsil/ Higher education 5. Digər/ Other	Əsas peşəsi (sərf etdiyi vaxta əsasən)/Firs t Occupation (Based on time spent)	İkinci peşəsi (sərf etdiyi vaxta əsasən)/Seco nd Occupation (Based on time spent)
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							

1. Kənd təsərrüfatı/ Agriculture 2. Mal-qara saxlamaq / Cattle-rearing, 3 Qoyun saxlamaq / Sheep rearing,
4. Muzdlu işçi/Wage Labor, 5. Dövlət işi/ Government Job 6. Başqa peşə/ Other job 7. Sahibkarlıq/ Business
8. Evdarlıq/ Housework 9. Təhsil/Education 10. Digər/ Other

