

ARIÇILIQ MƏHSULLARININ İSTEHSALI VƏ İSTEHLAKI MƏDƏNİYYƏTİ

Şamil QULİYEV, Azərbaycan Arıçılar İttifaqının sədri

Dünya əhalisinin sürətli artımı, texnogen fəaliyyət və global iqlim dəyişmələrinin mənfi təsirləri, ekoloji çirklənmələr nəticəsində əhalinin keyfiyyətli qida tələbatı təminatı və ərzaq təhlükəsizliyi ildən-ilə çətinləşməklə bəşəriyyətin əsas probleminə çevrilir.

Hazırda bütün dünyanı bürüyən və bir neçə il davam edəcəyi proqnozlaşdırılan global maliyyə böhranı və onun nəticəsi olan iqtisadi böhranın bu problemlərin həllini daha da çətinləşdirəcəyindən xəbər verir.

Yaranmış şərait hər bir ölkədə daxili imkanları yenidən qiymətləndirməklə, elm və texnologiyanın son nailiyyətlərindən maksimum bəhrələnməklə, iki istiqamətdə ərzaq təhlükəsizliyi probleminin həllinə ciddi fikir verilməlidir:

-Kənd təsərrüfatına yararlı məhdud torpaq sahələrindən səmərəli və kompleks istifadə etmə sayəsində ərazi vahidindən daha çox miqdarda və çeşiddə keyfiyyətli məhsul istehsalına nail olmaq;

-Kənd təsərrüfatına yararlı torpaq sahələrinə nisbətən əraziləri dəfələrlə artıq olan və ənənəvi kənd təsərrüfatı sahələri üçün yararsız sayılan ərazilərdən yeni təsərrüfatçılıq yanaşmaları, prinsipləri və metodlarına istinadən əlavə məhsul istehsalına nail olmaq. İkinci istiqamət üzrə istifadə olunmamış potensial həddən artıq böyük olduğundan, ərzaq təminatının yaxşılaşdırması yolunda bu istiqamət olduqca perspektivlidir.

Tam əminliklə bildirirəm ki, qeyd olunan hər iki istiqamət üzrə mühüm uğurların qazanılmasına vəsile ola biləcək təsərrüfat sahələrindən biri və bəlkə də birincisi arıçılıqdır. Məhz nə üçün arıçılıq?

Bunun üçün ölkəmizin tarixi keçmişinə qısa nəzər yetirsək, Azərbaycan ərazisində arıçılığın təsərrüfat sahəsi kimi təşəkkül tapma tarixinin çox qədim olduğunun, zəngin xalq təcrübəsinə söykəndiyinin və xalqımızın milli mentalitetinə uyğun təsərrüfat sahəsi olduğunun şahidi olarıq.

Məsələn arxeoloji qazıntılar zamanı tapılmış, Enolit dövrünə (7-8 min il bundan əvvəl) aid və mum qəliblərə tökmə üsulu ilə hazırlandığı sübut olunan bəzi metal əşyalar hələ o dövrdə belə Azərbaycan məişətində arıçılığın mühüm rol oynadığını və deməli təsərrüfat sahəsi kimi inkişaf etdiyini sübut edir.

Herodot (e.ə. 484-425-ci illər) Qafqaz əhalisinin səbət və gil qablarda arı saxlamaları barədə yazmışdır.

IX-X yüzilliklərdən başlayaraq Azərbaycanda arıçılıq o qədər inkişaf etmişdir ki, istehsal olunan bal və mum daxili bazarın tələbini ödəməklə yanaşı, xarici ölkələrlə ticarətdə mühüm yer tutmuşdur.

XVII-XVIII əsrdə Azərbaycanda olmuş bir çox Avropa səyyahları burada çoxlu miqdarda yüksək keyfiyyətli balın istehsalından, ondan müxtəlif növ şirniyyat məhsullarının hazırlanması və bazara çıxarılması barədə məlumatlar verirlər.

İbn Fövqələ görə Azərbaycanda bal bir sıra ərzaq məhsulları ilə bərabər (yağ, qoz, fındıq, kışmış və s.) region ölkələrindəki qiymətlərlə müqayisədə olduqca ucuz olmuşdur.



Tarixçi Şərafətdin Əli Yəzdییə görə Teymur Beyləqanı tutarkən şəhərdə o qədər çox bal olmuşdur ki, qoşun istədiyi qədər götürdükdən sonra belə, orada bal ehtiyatı tükənməmişdir.

Hələ yaxın keçmişdə Şavrov yazırdı ki, cənubi qafqaz ölkələrində ən böyük arıçılıq təsərrüfatları Azərbaycanın Quba qəzasındadır (burada 15 min arı ailəsi olmuşdur).

Qeyd olunanlar onu göstərir ki, ölkəmizdə arıçılıq tarixən xalqımızın sevilən, region ölkələri ilə müqayisədə daha çox diqqət yetirilən və uğurlar qazanılan təsərrüfat sahəsi olmuşdur.

Təəssüf ki, tarixi uğurlar davam etdirilməmiş, region üzrə qazanılmış liderlik əldən verilmiş və ölkə arıçılığının hazırkı inkişaf səviyyəsi həm region ölkələri və həm də müasir dünya arıçılığı səviyyəsindən xeyli geri qalmışdır.

Hazırkı qəbul edilməz vəziyyətin yaranma səbəblərinin aydınlaşdırılması üçün ölkə arıçılığı ilə müasir dünya arıçılığı arasında arıçılıq məhsullarının istehsalı və istehlakı mədəniyyəti üzrə müqayisə xarakterli bir sıra paralellər aparılır.

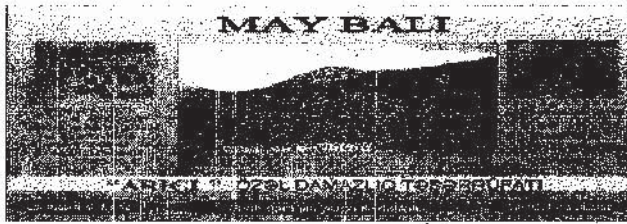
Arıçılığın inkişaf etmiş bütün ölkələrdə, arıçılıq kənd təsərrüfatının ən perspektivli və strateji əhəmiyyətli sahəsi kimi qəbul olunur; daim sahə üzrə ölkənin potensial imkanlarının düzgün qiymətləndirilməsi aparılır və onun artırılması yolları aranır; arıçılığın inkişafı üçün gərəkli maliyyə dəstəyi müntəzəm olaraq təmin edilir; elmi-texniki nəaliyyətlərin və müasir texnologiyaların tətbiqi, planlı tənzimlənmə, kadr siyasəti, koordinasiya və idarəçilik məsələləri vaxtında və əsaslı şəkildə həll olunur.



Ölkəmizdə yuxarıda qeyd olunan məsələlərin həlli üzrə hansı isə bir elementar uğurdan belə danışmaq mümkün deyil.

Müasir arıçılıqda ərzaq və müalicə əhəmiyyətli arı məhsullarının bütün çeşidləri üzrə eyni dərəcədə, yüksək tələbatlı standartlara uyğun, sənaye istehsalı təsərrüfatçılıq sistemi təmin olunur. Xarici təcrübə göstərir ki, balla bərabər digər arıçılıq məhsullarının (çiçək tozu, bəremum, arı südü, arı zəhəri və s.) istehsalından da yüksək gəlir alınması mümkündür və hətta bəzi ixtisaslaşmış təsərrüfatlarda digər arı məhsullarından alınan gəlir bal istehsalı üzrə alınan gəlirdən dəfələrlə çox ola bilər.

Bu təcrübənin də ölkəmizdə tətbiqi səviyyəsi çox aşağıdır. Bizdə arıçılıq dedikdə demək olar ki, təkə bal düşünülür, arıçılığın digər məhsulları üzrə böyük potensialı və arının entomofil bitkiləri tozlandırması ilə kənd təsərrüfatına və ətraf mühitə verdiyi əvəzolunmaz xeyri barədə məlumatsızlıq nəticəsində ölkəmizdə



arıçılığın faydası yetərincə qiymətləndirilmir.

Geriliyi aradan qaldırmaq üçün arı südü, çiçək tozu, bəremum (propolis), arı zəhərinin yüksək səviyyədə istehsal və istehlakını

şərtləndirən və stimullaşdıran tədbirlərin həyata keçirilməsi vacibdir.

Müasir arıçılıqda pətəyin içərisindən başlayaraq tükətiçiyə qədər arıçılıq məhsullarının istehsalı prosesinin bütün mərhələlərində (məsələn: balın pətəkdə yetişməsi, pətəkdən alınması, tədarükü, daşınması, saxlanması, emalı, qablaşdırılması və marketlərdə satışı) kəmiyyət, keyfiyyət, ekoloji təmizlik, müalicəvi yararlılıq, əmtəlik görüntü, təklifdə məzmun və forma çoxçeşidliliyini təmin edən tələblər əsas götürülür.

Bu sahədə də ölkəmizdə uğurdan danışmaq hələ çətinidir.

Arıçılığı inkişaf etmiş bütün ölkələrdə arının bir nömrəli problemi-istehsal olunan arıçılıq məhsullarının satışı, əvvəlcədən bağlanmış müqavilə şərtləri əsasında tədarükçüyə bir yerdən sata bilməsi şəkilində həll olunub.

Tədarük mexanizminin qurulması arıçını qablaşdırma və marketinq işinə sərf ediləsi vaxtdan və vəsait xərcindən azad edir, əldə olunan qənaət hesabına daha miqyaslı və çeşidli məhsul istehsalı planlaşmasını qura bilər və tədarükün tələblərinə uyğun keyfiyyətli məhsul istehsalına nail olur.

Ölkəmizdə isə arıçı uzun illərdir ki, istehsal etdiyi arıçılıq məhsullarını satmaq üçün bazar iqtisadiyyatı tələblərinə uyğun qablaşdırma və marketinq işləri kimi problemlərin həlli ilə təkbəşinə qalıb.

Xüsusi olaraq vurğulamağı lazım bilirəm ki, arıçı miqyaslı vəsait qoyuluşunu və mürəkkəb texnoloji proseslərin tətbiqini tələb edən arıçılıq



məhsullarının emalı, qablaşdırılması və marketinqi işini heç vaxt tələb olunan standartlar çərçivəsində təkbaşına həll etmək iqtidarında ola bilməz.

Azərbaycan arıçısının bu imkansızlığının nəticəsidir ki, minbir əziyyətlə, gözəl təbiətimizdən yığılan, çeşidlilik zənginliyi ilə seçilən, bir-birindən gözəl və minbir dərindən dərmanı olan balımızın üzünə ölkədəki iri ərzaq ticarəti mərkəzlərinin qapısı bağlı qalır. Beləliklə arıçılarımız istehsal etdikləri məhsullarını öz ölkələrində normal realizə etmək kimi özəl haqqlarından məhrum olurlar.

Nəticə isə daha acınacaqlıdır. Keyfiyyətcə bizim baldan hər bir cəhətdən aşağı səviyyədə olan, adətən həqiqi tərkibi ilə etiketi üzərindəki göstəriciləri uyğun gəlməyən, itehlakçılarımızın sağlamlığı üçün təhlükə mənbəyi olan, amma yüksək səviyyədə qablaşdırılan xarici ballar bu ticarət mərkəzlərindəki boşluğu asanlıqla doldurur.

Sual olunur nə üçün belə olur, səbəb nədədir, günahkar kimdir və nə etməli?

Yaranmış vəziyyətə daha bir aydınlıq gətirmək üçün 2008-ci ildə ölkəmizdə yaşanmış bir olaya diqqətinizi cəkmək istəyirəm. Həmişə məlumdur ki, 2008-ci ildə televiziya kanallarında və mətbuatda belə bir informasiya yayıldı ki, Azərbaycandan Malaziyaya 300 ton bal satılacaq. Həmin vaxt məsələyə münasibətimizi bilmək istəyəndə biz qəti şəkildə bildirdik ki, ölkəmizdə bal istehsalı, emalı və qablaşdırılması səviyyəsi beynəlxalq standartlara və bal ticarəti tələblərinə heç cür uyğun olmadığından bu ticarətin baş tutması mümkün deyil. Nəticə isə göz qabağındadır, 300 ton bal hələ də satılmayıb.

Azərbaycan Arıçılar İttifaqı arıçılarımızın bu əsas probleminin köklü şəkildə həlli üçün dəyəri 1,1 mln. manat, illik istehsal məhsuldarlığı: 1000 ton bal, o cümlədən 400 t ixrac təyinatlı, 4 t çiçək tozu, 0,5 t bəremum (propolis) və 250 kq arı südü olan "Arıçılıq məhsullarının Avropa standartlarına uyğun emalı, qablaşdırılması və marketinqi" adlı layihəni hazırlamışdır.

Layihənin həyata keçirilməsi ölkəmizdə arıçılıq məhsullarının istehsal mədəniyyətinin yüksəlməsinə, hazırda böyük vüsət almış və hərtərəfli ziyanlı olan bal adı altında saxta məhsulların satışının qarşısının alınmasına və ümumən arıçılığın inkişafına ciddi təkan verəcək.

Azərbaycan Arıçılar İttifaqı Layihənin həyata keçirilməsinə yardımçı ola biləcək əlaqədar qurumları, təşkilatları və iş adamlarını iş birliyinə və qarşılıqlı faydalı əməkdaşlığa çağırır.

Tarixən xalqımız arıçılıq məhsulları üzrə yüksək istehlak mədəniyyətinə malik olmuşdur. Xalqımızın qida rasionunda bal xüsusi yeri olan, əhəmiyyətli dərəcədə tükətilən və digər yeyinti məhsullarının hazırlanmasında geniş istifadə edilən ərzaq məhsulu olmuşdur.

Xalq təbabətimizdə bal və digər arı məhsulları bir çox xəstəliklərin müalicəsində əsas müalicə vasitəsi qismində istifadə edilmişdir.

Tarixin bütün dövrlərində müdrük insanlar arı məhsullarını insanlıq üçün zəngin şəfa mənbəyi kimi qiymətləndirmişlər.

Peyğəmbərimiz həzrət Məhəmməd ə.s. bal haqqında hər kəsi düşündürən və heyretə gətirən bir neçə hədisi var:

- “Siz (ey hümmətim) iki şeyə üstünlük verin, biri Quran, digəri bal”;
- “Bal və sənəməkkidən istifadəyə davam ediniz, onlar ölümdən başqa bütün dərdlərə şəfadırlar”;
- “Bədəndə bal olan öldükdə o cəsədi cəhənnəm odu yandırılmaz”;
- “Bütün dərmanların şahı baldır”.

Hazırda isə ölkəmizdə adam başına bal istehsalı və tükətimini 150 qramdır ki, bu da orta dünya göstəricisindən iki dəfə, inkişaf etmiş digər ölkələrin göstəricilərindən isə daha azdır. Məsələn adam başına bal istehlakı göstəriciləri ABŞ-da 1,2 kq Almaniya 2 kq, Yaponiyada 3 kq-dır. Digər arı məhsullarının istehlakı üzrə göstəricilərimiz isə başqa ölkə göstəriciləri ilə müqayisədə yox dərəcəsindədir.

Dünyada söz sahibi olan bu dövlətlər millətinin sağlamlığı və gələcəyi naminə arı məhsullarından qiymətli ərzaq və müalicəvi qida məhsulu qismində geniş istifadə edirlər. Yaponiyada hər bir məktəblinin gündəlik qida rasionunda baldan istifadə təmin olunur. Bu ölkədə bütün əhəlinin müntəzəm olaraq dövlət tərəfindən qəbul olunmuş normada arı südü təminatı həyata keçirilir. Nəticə isə göz qabağındadır, əmək şəraiti və yaşam tərzində olduqca gərgin keçən və yüksək dərəcədə sənayeləşmənin mənfi təsirlərinə məruz qalmasına baxmayaraq, yaponlar dünyanın ən uzun ömürlü xalqına çevrilmişlər.

Arıçılıq məhsullarının istehlak tələbinin və mədəniyyətinin artırılmasında arıçılığın informasiya vasitələrində təbliği də əsas rol oynayır. İnkişaf etmiş ölkələrdə müntəzəm və sistemli şəkildə arıçılığın və arı məhsullarının insan sağlamlığı, iş qabiliyyətinin artırılması, qiymətli qida məhsulu, xəstəliklərlə mübarizə, bitkilərin məhsuldarlığının və meyvələrinin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və ətraf mühitin qorunmasında alternativsiz rolu barədə geniş maarifləndirmə işləri aparılır.

Kütləvi informasiya vasitələrində və dövrü mətbuatda sahə üzrə mütəxəssislər tərəfindən arıçılığa aid xüsusi proqramlar, kampaniyalar və nəşrlər çərçivəsində aparılan təbliğat səmərəli nəticələr verir.

Təəssüf ki, bu sahədə də bizdə aparılan işlər yarıtmaz vəziyyətdədir. İnformasiya vasitələrində arıçılığa aid verilən məlumatların əksəriyyəti peşəkarlıq, dəqiqlik, aktuallıq, dürüstlük, yararlılıq və faydalılıq baxımından olduqca aşağı səviyyəlidir. İnternet səhifələrindən arıçılığa dair kütləvi informasiya vasitələrində verilmiş məlumatlara diqqət yetirdikdə aşağıdakı gülünc və üzüntü doğuran vəziyyətlə qarşılaşırıq:

- Mötəbər mənbələrə istinadən xəbər verilir ki, Azərbaycanda 2006-cı ildə bal istehsalı 10 min tonu keçib, yaxın illərdə bal istehsalı həcmi 40 min ton olacaq və digər bir mənbə isə bu göstəricinin 50 min ton olacağı qənaətinə gəlir.

Bəs həqiqət nədən ibarətdir? Mütəxəssislərin hesablamalarına görə son 10 ildə ölkədə illik bal istehsalı 1300 tondan yuxarı olmamış və gələcəkdə isə bu göstəricinin 15 min tondan artıq olması mümkün görünmür. Bu qədər yalnis və şişirdilmiş rəqəmlərin kütləvi informasiya vasitələrində verilməsi yaxşı heç nə vəd

etmir, sadəcə sahə üzrə məlumatlılıqdan, məsuliyyətsizlikdən və bəlkə də jurnalist səhlənkarlığından başqa bir şey deyildir.

Son zamanlar telekanallarda arıçılığa dair verilişlərin getməsi artmışdır. Ancaq bu verilişlərin mahiyyəti, qayəsi və məzmunu olduqca aşağı və reallığı əks etdirməyən səviyyədədir.

Baxırsan ki, arıçılığa aid veriliş gedir, yüz minlərlə izləyiciyə arıxana və arıçı bəh-bəhlə təqdim olunur. Anlaşılan isə tam əksi: antisanitariya şəraitli arıxana; otuz-qırx il istifadə olunan, köhnə, çürümüş, dağılmış yerləri mal peyini ilə tutulmuş, xəstəlik mənbəyi sayılan qeyristandart pətekələr; müasir arıçılıq barədə anlayışı olmayan, danışığında isə izləyici üçün maraqlı və faydalı bir kəlmə belə tapılmayan savadsız arıçı.

Hörmətli kanal rəhbəri bilməlidir ki, belə verilişlərin efirə verilməsi arıçılığımıza, arıçımıza, arı məhsullarımıza və ümumən dövlətçiliyimizə qarşı ciddi zərər gətirən əks təbliğatdır; istehlakçıların arıçılarımıza və arı məhsullarımıza olan etibarını qırmaqdır və son nəticədə kanalımıza olan inamın və hörmətin itirilməsidir.

Azərbaycanda yüzlərlə müasir dövrün tələblərinə cavab verən və göz oxşayan arıxanalar; təcrübəli, savadlı, peşəsinin vurğunu olan və ölkədə istehsal olunan arıçılıq məhsullarının 80%-ni verən arıçılarımız vardır. Sadəcə peşəsinə hörmət etmək, işinə məsuliyyətlə yanaşmaq, bir az əziyyətə qatlaşmaqla belə arıxanaları və arıçıları çəkib efirə verməli və arıçılıq layiq olduğu kimi təbliğ edilməlidir.

Kütləvi informasiya vasitələrinin və mətbuatın əhali arasında arıçılığın və arıçılıq məhsullarının təbliğində, istehlak mədəniyyətinin artırılmasında və ümumiyyətlə maarifləndirmədə böyük imkanlara malik olması xarici ölkələrin təcrübəsində çoxdan özünü doğrultmuşdur.

Ölkəmizdə bu təcrübənin tətbiqi üçün, arıçılığın təbliğinə dair hazırlanmış arıçılıq kampaniyaları çərçivəsində telekanallarda arıçılığa aid silsilə verilişlər təşkil olunmalı, verilişlərdə sahə üzrə mütəxəssislərin iştirakı təmin edilməli, peşəkarlıqla arıçılıq məhsullarının xüsusiyyətləri, onların hər birinin qida və müalicəvi əhəmiyyəti, istifadə olunma sahələri və qaydaları barədə istehlakçıların ətraflı məlumatlandırılmasına nail olunmalıdır.

İstehlakçıların məlumatlandırılmasında qəzet və jurnalların imkanlarından da geniş istifadə edilməlidir. Arıçılığa dair jurnal və ya qəzet şəklində dövrü nəşrin olması da müsbət nəticələr verərdi.

Sonda isə onu bildirmək istəyirəm ki, millət o vaxt böyük olur ki, o özünü təmin etməklə bərabər özgəsini də təmin edərək qazancılı ola bilər. Başqasının artığı ilə razılaşmaqla böyük olmaq olmaz. Yazının əvvəlində millətimizin arıçılıq sahəsində böyüklüyünü sübut edən kifayət qədər dəlillər gətirmişəm. O böyüklüyə bir daha qayıtmaq və onu əbədi yaşatmaq naminə sahə üzrə cavabdeh olan və töhvə vermək imkanlı hər kəsi vicdanının səsinə qulaq asmağa və qeyrət göstərməyə çağırıram.