

DOI: <https://doi.org/10.36719/2663-4619/124/92-96>

Rahib Nəsirov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant

<https://orcid.org/0009-0000-9336-0627>
rahibnasirr@gmail.com

Xalq təbabəti məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasında innovasiya alətlərinin rolu

Xülasə

Müasir dövrün dəyişən tələbat və istəklərinə, tibb sahəsində əldə olunan nailiyyətlərinə baxmayaraq, əhəlinin əksəriyyəti hələ də ənənəvi tibb və onun məhsullarına üstünlük verir. Xalq təbabəti ildən-ilə daha geniş maraqları özünə cəlb edir və insanların güvənini qazanır. Ölkəmizdə son illərdə xalq təbabətindən əldə edilən gəlirlər artır. Xalq təbabətinin iqtisadi potensialı sahə olmasından istifadə edərək bu sektorun biznesə çevrilməsi ölkəmizin sosial-iqtisadi cəhətdən inkişafına səbəb ola bilər. Məqalədə xalq təbabəti məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üçün innovasiya alətləri və onların tətbiqinin nəticələri ətrafı şəkildə araşdırılmış, bu sahədə uğurlu model olan Herba Flora şirkəti nümunə olaraq göstərilmişdir.

Açar sözlər: *xalq təbabəti biznesi, biznes, alternativ tibb, rəqabətqabiliyyətlilik, innovasiya*

Rahib Nasirov
Baku Business University
Master's student

<https://orcid.org/0009-0000-9336-0627>
rahibnasirr@gmail.com

The Role of Innovation Tools in Increasing the Competitiveness of Folk Medicine Products

Abstract

Despite the changing needs and desires of the modern era and the achievements obtained in the field of medicine, the majority of the population still prefers traditional medicine and its products. Folk medicine is attracting wider interest year by year and is gaining people's trust. In recent years, the income obtained from folk medicine has increased in our country. Using the fact that folk medicine is a sector with economic potential, turning this field into a business can contribute to the socio-economic development of our country. The article thoroughly investigates innovation tools and the results of their application for increasing the competitiveness of folk medicine products, and the Herba Flora company, which is a successful model in this field, is presented as an example.

Keywords: *folk medicine business, business, alternative medicine, competitiveness, innovation*

Giriş

Müasir dövrdə elmin bütün sahələrində olduğu kimi, tibb sektorunda da yüksəliş müşahidə olunmuşdur. Lakin əhəlinin əksəriyyəti, xüsusilə də türk dünyası ölkələrinin xalqları hələ də alternativ tibb məhsullarına üstünlük verməyə davam edirlər. Buna əsas səbəb səhiyyənin bəzi xəstəliklərin müalicəsində aciz qalmasıdır. Nəticədə, əhəli artıq xalq təbabəti sahəsinə yönəlir, təbii bitki və heyvan mənşəli, kimyəvi qatqısı olmayan məhsullardan istifadəyə daha çox diqqət ayırır. Son illərdə istər Qərb, istər Şərq ölkələrində xalq təbabəti sürətlə inkişaf edir (Şəfəlikov, Şəfəlikov, Qurbanov, & Tayıyev, 2016, s. 241).

Tədqiqat

Qlobal üzvi bitki mənşəli (herbal) dərman bazarı 9.8% illik artım tempi ilə sürətlə böyüyür və 2023-cü ildəki 14.8 milyard dollardan 2030-cu ildə 24.5 milyard dollara yüksələcək. Bu artım təbii, kimyəvi əlavə olunmamış və holistik (bütöv yanaşmaya əsaslanan) sağlamlıq həllərinə istehlakçı tələbinin artması ilə dəstəklənir (For Insights Consultancy, n.d.).

Əhalinin bu sahəyə xüsusi maraq göstərməsində bir neçə faktor əsas rol oynayır:

- İnsanların zaman keçdikcə təbii mənşəli məhsullara keçid etməsi
- Ənənəvi müalicə üsullarına olan etimadın güclənməsi
- Kimyəvi dərman preparatlarının əks təsirlərinə qarşı hiss edilən narahatlıq və qorxu
- Müasir dövrdə “yaşıl həyat tərz” fikrinin qloballaşması (Səlikov, 2008, s. 128).

Bitki təbabətinin ənənəvi səhiyyə sistemində artan qəbul edilməsi

Qlobal Bitki Təbabəti Bazarı sənayesi bitki mənşəli təbabətin ənənəvi səhiyyə sistemlərində tədricən qəbul edilməsini müşahidə edir. Səhiyyə mütəxəssisləri getdikcə daha çox bitki mənşəli vasitələrin ənənəvi müalicə protokollarına inteqrasiya edilməsinin potensial faydalarını tanıyırlar. Bu tendensiya bitki müalicəçiləri (herbalistlər) və tibb praktiki həkimləri arasında yaradılan əməkdaşlıq praktikasında özünü göstərir ki, bu da xəstə nəticələrinin yaxşılaşmasına səbəb ola bilər (Adamkiewicz & Kot, 2015).

Nəticə olaraq, bazarın əhəmiyyətli dərəcədə böyüyəcəyi gözlənilir və proqnozlara görə 2035-ci ilədək 396.2 milyard ABŞ dollarına yüksələcəyi bildirilir. Bu qəbul prosesinin müxtəlif bitki müalicələrinin effektivliyini təsdiqləyən davamlı tədqiqatlarla daha da güclənəcəyi ehtimal olunur və bu da həm mütəxəssislər, həm də xəstələr arasında inamın artmasına şərait yaradacaq (Market Research Future, n.d.).

Azərbaycanda xalq təbabəti sahəsi qədim tarixə, zəngin nəzəri və praktiki bilik bazasına malik olmaqla yanaşı, son dövrlərdə iqtisadi potensialına görə də fərqlənərək öz aktuallığını qoruyub saxlamışdır. Bu nöqtəyi-nəzərdən xalq təbabətinin biznes sahəsinə çevrilməsi, bu sahədə yerli şirkət və firmaların yaradılması, müalicəvi məhsulların istehsal edilməsi ölkənin iqtisadi sahəsinin diversifikasiyasına və qeyri-neft sektorunun inkişaf etməsinə səbəb ola bilər.

Xalq təbabətinin biznes sahəsinə çevrilməsi prosesi özündə bir neçə mərhələni birləşdirir (The Chamber of Accounts of Azerbaijan, 2019):

Sxem 1. Xalq təbabətinin biznes modelinə çevrilmə mərhələləri

Resurs bazasının identifikasiyası	Müalicəvi təsirə malik olan bitki növlərinin ərazi üzrə xəritələşdirilməsi
Elmi əsaslandırma və sertifikatlaşdırma	Xalq təbabəti reseptlərinin kliniki şəraitdə test edilməsi
İstehsal və qablaşdırma	Standartlara cavab verən məhsulların istehsalı
İnnovasiya alətləri	İnnovasyon yeniliklərin tətbiqi nəticəsində beynəlxalq səviyyədə tanınan məhsul və xidmətlərin göstərilməsi
Satış və ixrac strategiyası	Həm yerli, həm də xarici bazar üçün satış strategiyalarının hazırlanması

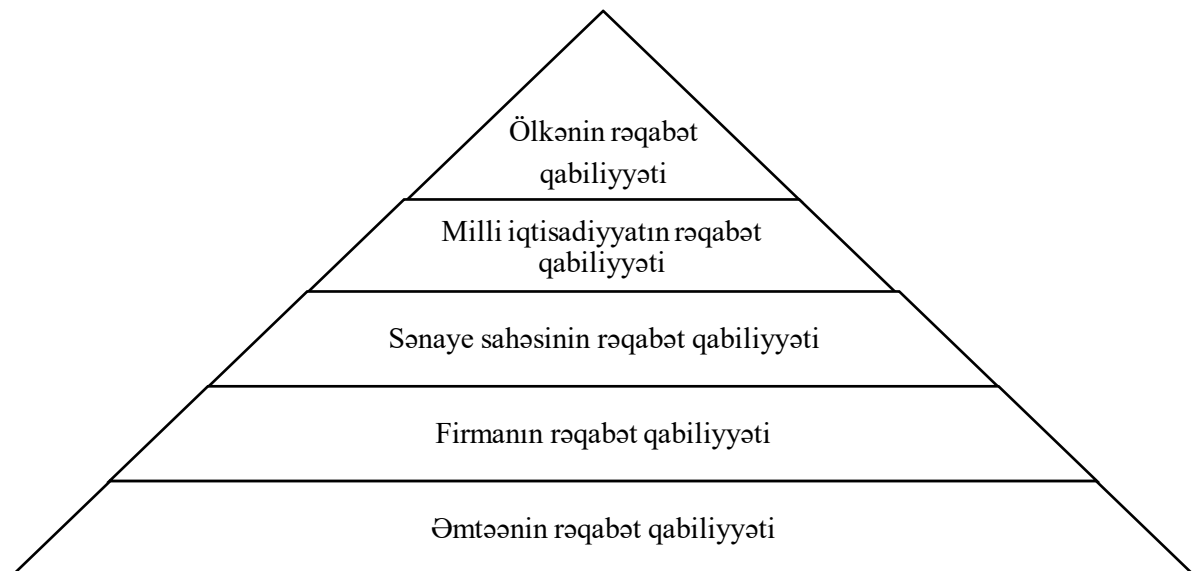
Mənbə: Sxem müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Regional genişlənmə qlobal bazarın rəqabət mühitinin formalaşmasında mühüm rol oynayır və şirkətlərə məhsul çeşidlərini artırmağa, yeni bazarlara daxil olmağa və miqyas iqtisadiyyatı əldə etməyə imkan verir. Şirkətlər yeni bazarlara nüfuz etmək və məhsulları regional üstünlüklərə və tənzimləmə tələblərinə uyğunlaşdırmaq üçün yerli firmalarla tərəfdaşlıqlar və ya distribütor razılaşmaları qururlar. Artan qloballaşma və sərhədlərarası ticarət bitki mənşəli dərman istehsalçıları üçün demoqrafik dəyişikliklər, artan gəlir səviyyəsi və təbii sağlamlıq həllərinə dair məlumatlılığın yüksəldiyi regionlara fokuslanaraq yeni ərazilərə genişlənməsini asanlaşdırır (Grand View Research, n.d.).

Həmçinin, dinin təsiri və yüksək səviyyədə ruhani şüur səbəbindən bir çox insanlar elmi əsaslarla birgə, həmçinin daha çox inanc və ya intuisiyaya əsaslanan müalicənin terapevtik dəyərini qəbul etməyə meyilli olurlar (Astin, 1998; Zeil, 1999). Buna görə də bitki mənşəli dərmanlar, bədənə uyğun şərait yaradıldıqda onun özünü bərpa etmə qabiliyyəti vurğulandıqda, xüsusilə cəlbədicidir (Parle & Bansal, 2006).

Xalq təbabəti məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasında innovasiya alətlərinin rolu çox vacibdir. Lakin burada ilk öncə rəqabət və rəqabətqabiliyyətlilik anlayışlarına diqqət yetirmək lazımdır. “Rəqabət” termininin latın dilində mənası “toqquşma” deməkdir, yəni müəyyən insan toplusunun məhdud resurslardan istifadəsi uğrunda mübarizədə rəqabət yaranır. İqtisadi baxımdan izah edilərsə, rəqabət həm mübarizə, həm də əməkdaşlıq anlayışlarını özündə birləşdirir. Bəzən isə rəqabət və rəqabətqabiliyyətlilik anlayışlarını eyniləşdirirlər. Rəqabətqabiliyyətlilik anlayışının konkret tərifini olmasa da, ümumi olaraq ifadə edildikdə rəqabət qabiliyyəti əmtəələr və xidmətlər bazarında rəqabət etmək proseslərini əhatə edən davranışları ifadə edir (Səlikov, 2008).

Sxem 2. Rəqabətqabiliyyətlilik piramidası



Mənbə. Sxem müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Müasir dövrdə xalq təbabəti biznesinin rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsində innovativ yanaşmanın əhəmiyyəti böyükdür. Bu sektorda innovasiyaların tətbiqi təbii bitki mənşəli məhsulların bazar rəqabətində davamlı mövqe qazanmasına səbəb olur.

Ölkəmizdə bu məhsullar müxtəlif bölgələrdə bitən bitkilərdən hazırlandığı üçün təbii orijinallığa malik olsa da, beynəlxalq bazarda rəqabət baxımından kifayət qədər uğurlu olmaya bilər. Buna görə də innovativ yanaşmaların biznes sahəsində tətbiqi müalicəvi məhsulların keyfiyyət və görünüşünün yaxşılaşdırılmasına səbəb ola bilər (Niftiyev, n.d.).

Aşağıdakı istiqamətlər üzrə tətbiq edilən innovasiya alətləri Azərbaycanda xalq təbabəti biznesinin və məhsullarının rəqabət qabiliyyətinə dolayı və birbaşa olaraq effektiv təsir göstərə bilər (ResearchGate, n.d.):

- Biotexnoloji yeniliklər – Bitkilərin bioaktiv maddələrinin həcmnin artırılması, kiçik dozalı uyğun tərkiblərin hazırlanması biotexnoloji yeniliklərin tətbiqinin uğurlu nəticəsidir.
 - Məhsulun qablaşdırılması/paketlənməsi – Ekoloji cəhətdən təmiz, xarici görünüş baxımından estetik şəkildə hazırlanmış qablaşdırılmalar xalq təbabəti məhsullarının xarici bazarda rəqabət üstünlüyünə şərait yarada bilər.
 - Marketing və satış strategiyalarında innovasiya yenilikləri – Sosial mediada uğurlu reklam strategiyalarının tətbiqi, onlayn satış sistemlərinin yaradılması, müxtəlif mobil tətbiqlərin istifadəyə verilməsi məhsulu yerli və xarici bazarda fərqləndirə bilər.
 - Brendləşmə və dizayn sahəsində yeniliklərin tətbiqi – Azərbaycana xas olan element və ornamentlərin dizaynda öz əksini tapması, yerli və beynəlxalq sertifikatların əldə olunması xalq təbabəti biznesinin inkişafına şərait yaradır.
 - Elmi-metodik bazanın formalaşdırılması – Xalq təbabəti biznesində təbii bitki mənşəli dərman məhsullarının tərkibinin və təsir gücünün elmi cəhətdən öyrənilməsi rəqabət qabiliyyətli məhsulun istehsalına səbəb ola bilər.
- Yuxarıda qeyd olunan innovasiya alətlərinin tətbiqi ilə xalq təbabəti məhsullarında bəzi üstünlüklər müşahidə edilir (Bhawsar & Chattopadhyay, 2015).

Sxem 3. Rəqabət üstünlüyünün formalaşdırılması



Mənbə. Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Nəticə

Xalq təbabəti biznesində uğur qazanmış Herba Flora şirkəti düzgün brendləşmə və marketing strategiyalarının tətbiqi nəticəsində rəqabət üstünlüyünə malik olmuşdur.

Ədəbiyyat

1. Adamkiewicz, H. G., & Kot, S. M. (2015). International competitiveness as the catalyst of productivity. *International Review of Business Research Papers*, 6(2), 120–131.
2. Astin, J. (1998). Why patients use alternative medicines: Results of a national study. *JAMA*, 279, 1548–1553. <https://doi.org/10.1001/jama.279.19.1548>
3. Bhawsar, P., & Chattopadhyay, U. (2015). Competitiveness: Review, reflections and directions. *Global Business Review*, 16(4), 665–679.
4. Grand View Research. (n.d.). *Herbal medicine market report*. <https://grandviewresearch.com/industry-analysis/herbal-medicine-market-report>

5. Market Research Future. (n.d.). *Herbal medicine market*.
<https://www.marketresearchfuture.com/reports/herbal-medicine-market>
6. Niftiyev, İ. (n.d.). *Azərbaycan iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyəti haqqında*.
<https://unec.edu.az/application/uploads/2016/07/Niftiyev-Ibrahim-Dissertasiya.pdf>
7. Parle, M., & Bansal, N. (2006). Herbal medicines: Are they safe? *Natural Product Radiance*, 5, 6–14.
8. ResearchGate. (n.d.). *Azərbaycan iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyəti haqqında*.
https://www.researchgate.net/publication/348306345_Azərbaycan_iqtisadiyyatının_rəqabət_qabiliyyəti_haqqında
9. Səklükov, İ. F. (2008). *Xalq təbabətindən bir damla*. ASSA MMC.
10. Şəfəlikov, F. Y., Şəfəlikov, R. İ., Qurbanov, G. B., & Tayıyev, R. M. (2016). *Bitkilər müalicə mənbəyidir*. Elm.
11. The Chamber of Accounts of Azerbaijan. (2019). *Konfrans materialı*.
https://www.audit.gov.az/Upload/Files/2019/Konfrans_2023_material1.pdf
12. For Insights Consultancy. (n.d.). *Organic herbal medicine market trend analysis – Global forecast to 2030*. <https://www.forinsightsconsultancy.com>

Daxil oldu: 06.09.2025

Qəbul edildi: 27.11.2025