

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Nəzərova Şəhla Faiq qızının
(Magistranın A.S.A)

**“Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun
təkmilləşdirilməsi yolları”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060401 Dünya İqtisadiyyatı

İxtisaslaşma: Beynəlxalq İqtisadi Münasibətlər

Elmi rəhbər:

i.e.n.,dos. F.Ə.Rəhimli

Magistr proqramının rəhbəri:

i.e.n.,dos.M.Q.Məmmədov

Kafedra müdiri:

i.e.d.,prof. Ş.H.Hacıyev

BAKİ – 2018

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	3
I FƏSİL. İXRAC POTENSİALININ TƏDQİQİNİN NƏZƏRİ-KONSEPTUAL ƏSASLARI.....	7
1.1.Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələrinin mahiyyəti və ixrac potensialının formalaşmasına təsirlərinin öyrənilməsi zərurəti.....	7
1.2.İxrac potensialının mahiyyəti, strukturu və ona təsir edən amillər.....	40
1.3.İxrac potensialının qiymətləndirilməsinin (ölçülməsinin) nəzəri əsasları.....	55
II FƏSİL. AZƏRBAYCANIN MÖVCUD İXRAC POTENSİALININ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ.....	70
2.1.Azərbaycanın ixrac potensialında enerji daşıyıcılarının rolu.....	70
2.2.Qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının mövcud vəziyyətinin təhlili.....	92
2.3.Azərbaycanın ixrac potensialının rəqabətqabiliyyətliliyinin tədqiqi və qiymətləndirilməsi.....	111
III FƏSİL. AZƏRBAYCANIN İXRAC POTENSİALININ STRUKTURUNUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI.....	128
3.1.Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsində sənaye klasterlərinin rolu.....	128
3.2.Azərbaycanın ixrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsinə transmilliləşmənin təsirləri.....	149
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	163
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT.....	167
PE3IOME.....	176
SUMMARY.....	177

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Azərbaycan iqtisadiyyatının dirçəlməsində xarici ticarət əlaqələrinin inkişafı mühüm rol oynamışdır. 90-cı illərin əvvəllərində hökm sürən durğunluq, xüsusilə, ticarətin inkişafı sayəsində iqtisadi artımla əvəz olunmuşdur. Həyata keçirilən ticarət siyasəti nəticəsində, ilk növbədə, Azərbaycanın ixrac potensialının artırılması ilə dünyaya integrasiya prosesi sürətlənmiş və xaricə məhsul ixracının artması ilə ölkəyə gələn gəlirlərin həcmində böyük artım olmuşdur.

Müstəqillik əldə edildikdən sonra 1994-cü ildə “Əsrin Müqaviləsi”nin imzalanması dünyanın müxtəlif ölkələri ilə ticarət əlaqələrinin genişlənməsinə səbəb olmuş, Azərbaycana xarici investorların cəlb olunması və neft-qaz ehtiyatlarından səmərəli şəkildə istifadə edilməsi nəticəsində iqtisadi artım təmin olunmuş, həmçinin, həyata keçirilən neft strategiyası Azərbaycanın ixrac potensialının artmasına təkan vermişdir. Azərbaycanın ixrac strukturunda neft məhsullarının payının yüksək olması xarici ticarət əlaqələrinin də bu məhsulların ixracı üzərində qurulmasına səbəb olmuşdur.

Ancaq 2008-ci ildə dünyada Qlobal Maliyyə Böhranının təsiri ilə neftin qiymətində kəskin azalmanın baş verməsi ÜDM-nin artım tempinin aşağı düşməsinə səbəb olmuş, bu isə, xüsusilə, 2012-2013-cü illərdə Azərbaycanda ixracın artımına mənfi təsir göstərmişdir. ÜDM-nin artım tempinin aşağı düşməsi qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının yüksəldilməsi barədə tədbirlərin genişləndirilməsinə təkan verən əsas amillərdən olmuşdur. İqtisadi diversifikasiyanı hədəfləyən bir sıra proqram və strategiyaların qəbulu ilə ixrac potensialının genişləndirilməsi istiqamətində görülmüş işlərin nəticəsində qeyri-neft sektorunda inkişaf meylləri müşahidə olunmağa başlamış və ixracın strukturunda qeyri-neft məhsullarının payı yüksəlmişdir.

Eyni zamanda son illərdə Azərbaycanda ölkənin sənaye potensialının artırılması çərçivəsində də iqtisadi siyasət həyata keçirilməkdədir. Azərbaycanda, xüsusilə, 2003-cü ildən bəri dövlətin iqtisadi siyasətində regionlarda sənaye strukturunun

təkmilləşdirilməsi, sənayenin ümumi strukturunda emal sənayesinin rolunun yüksəldilməsi, ölkədə qeyri-neft sənayesinin inkişafının təmin edilməsi və s. prioritet kimi müəyyən edilmişdir. Azərbaycanın sənaye potensialı gündən-günə inkişaf edir və sənayeləşmə siyasəti uğurla davam etdirilir. Bu baxımdan son illərdə Azərbaycanda sənaye sahələrində yüksək inkişaf səviyyəsinə nail olmaq məqsədilə klasterləşmə prosesinin prioritet istiqamət kimi müəyyən edilməsi heç də təsadüf olmamışdır.

Bundan başqa ölkəyə cəlb olunan investisiyanın həcmində də artım müşahidə olunmaqdadır. Uzun illər neft strategiyasını uğurla həyata keçirən Azərbaycan üçün bu gün ölkəyə cəlb olunan xarici investisiyaların neft sektoru ilə yanaşı, iqtisadiyyatın digər sahələrinə - mikroelektronika, maşınqayırma, kənd təsərrüfatı, yüngül sənaye, yeyinti, toxuculuq və s. kimi sektorlara yönəldilməsi də prioritet təşkil edir. Qeyri-neft sektorunda TMK-ların fəaliyyətinin dəstəklənməsi ölkədə həm məşğulluq səviyyəsinin artımına, həm də ölkənin sənayeləşməsinin sürətlənərək, rəqabətə davamlı məhsul istehsalının genişlənməsinə nail ola bilər.

Bu gün Azərbaycanın xarici ticarət strategiyasının əsasını ixrac yönümlü istehsalı genişləndirməklə ixrac imkanlarının artırılması, ixrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsi və dünya bazarına yüksək keyfiyyətli, rəqabətə davamlı və dünya standartlarına cavab verən məhsulların çıxarılması təşkil edir. Bu səbəbdən Azərbaycanın xarici ticarətinin xüsusiyyətlərinin, ixrac potensialına təsir edən amillərin və onun strukturunun, ixrac tempinin yüksəlməsinin ölkəyə təsirlərinin, ixrac potensialının artırılması yollarının yaxından öyrənilməsi zərurət kəsb edir. Bu aspektdən yanaşdıqda tədqiqat işinin mövzusu çox aktual hesab olunur.

Tədqiqatın obyekti və predmeti. Tədqiqatın obyektini Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsini təmin edən sahələrin müəyyən edilməsi təşkil edir. Tədqiqatın predmeti isə Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin rolunun müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri. Tədqiqatın əsas məqsədi ixrac potensialını nəzəri cəhətdən tədqiq edərək, onun strukturunu və ona təsir edən amilləri müəyyənləşdirmək, ixrac potensialının qiymətləndirilməsinin(ölçülməsinin) əsas xüsusiyyətlərini öyrənmək, ixrac potensialının inkişafında enerji daşıyıcılarının rolunu və qeyri-neft sektorunun əhəmiyyətini müəyyən etmək, həmçinin, ölkənin ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsində klasterləşmənin və transmilliləşmənin təsirlərini aydınlaşdırmaqdan ibarətdir. Bu məqsədlərə nail olmaq üçün tədqiqatın vəzifələri aşağıdakı kimi müəyyən edilmişdir:

- İxrac potensialının nəzəri-konseptual əsaslarının öyrənilməsi;
- Azərbaycanın enerji daşıyıcılarının əsas göstəricilərinin təhlil edilməsi;
- Milli iqtisadiyyatın diversifikasiyaləşmə imkanlarının öyrənilməsi;
- Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun əsas göstəricilərinin tədqiq olunması;
- Azərbaycanın rəqabətqabiliyyətli məhsullarının xarici bazara çıxarılması imkanlarının təhlil edilməsi;
- Azərbaycanın sənaye sahələrində klasterləşmə imkanlarının tədqiq olunması;
- Azərbaycanın ixrac potensialının təkmilləşdirilməsində transmilliləşmə prosesinin təsir xüsusiyyətlərinin təhlil edilməsi.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları. Tədqiqatın informasiya bazasını Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərman və sərəncamları, dövlət idarəetmə orqanlarının, həmçinin, Dövlət Statistika Komitəsi və Dövlət Gömrük Komitəsinin işçi materialları və statistik məlumatları, elmi-tədqiqat əsərləri, yerli və xarici ədəbiyyatlar, qəzet, jurnal, hesabat sənədləri, eləcə də, internet resursları təşkil edir. Tədqiqat işində struktur, təhlil, statistik, səbəb-nəticə və s. tədqiqat metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi yollarının müəyyən edilməsinə sistemli və kompleks yanaşma tətbiq edilməklə tədqiqatın elmi yeniliyi təyin edilmişdir. Tədqiqat işində

qoyulan məsələlərin təhlili nəticəsində əldə edilmiş nəticələrə uyğun olaraq tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakılar ilə səciyyələnir:

- “İxrac potensialı” anlayışının mahiyyəti geniş izah olunmuş və nəzəri-konseptual əsasları müəyyən edilmişdir;
- Enerji daşıyıcılarının ixrac imkanları tədqiq olunmaqla ölkənin iqtisadi inkişafına təsirləri sübut olunmuşdur;
- Qeyri-neft sektorunun mövcud vəziyyəti təhlil edilərək sektorun ixrac potensialının istiqamətləri təyin edilmişdir;
- Ölkə iqtisadiyyatının rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasında ixrac potensialının genişləndirilməsinin təsirləri müəyyənləşdirilmişdir;
- Azərbaycanın ixrac əməliyyatlarının kompleks təhlili əsasında və ixrac potensialının mövcud vəziyyəti qiymətləndirilməklə strukturunun təkmilləşdirilməsi istiqamətləri müəyyən olunmuşdur.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti. Tədqiqat işində Azərbaycanın ixrac potensialının artırılmasının ölkənin iqtisadi inkişafına, həmçinin, enerji daşıyıcılarının, eləcə də, qeyri-neft sektoru məhsullarının ixracının ölkənin xarici ticarət fəaliyyətinə təsirləri əsaslandırılmış, ixrac strukturunun təkmilləşdirilməsinin perspektiv imkanları təhlil olunmuşdur. Tədqiqat işində Azərbaycanın mövcud ixrac imkanlarının təhlili və ölkə iqtisadiyyatının inkişaf xüsusiyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi istiqamətində aparılan tədqiqatlardan nümunələr verilmiş, ixrac fəaliyyətinin inkişafının statistik dəyərləndirilməsi aparılmış, ixrac imkanlarının artırılması üçün prioritet qəbul edilən sahələrin inkişaf xüsusiyyətləri geniş təhlil olunmuşdur. Tədqiqat işindəki araşdırma, təhlil və təkliflər bu mövzuda aparılacaq növbəti araşdırmalar üçün maraq kəsb edə bilər.

Dissertasiyanın işinin strukturu. Magistr dissertasiyası giriş, 3 fəsil, 8 paragraf, nəticə və təkliflər, istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarət olmaqla 177 səhifə təşkil edir. Dissertasiyada 7 sxem, 24 cədvəl, 2 qrafik, 7 diaqramdan istifadə edilmişdir.

I FƏSİL. İXRAC POTENSİALININ TƏDQİQİNİN NƏZƏRİ - KONSEPTUAL ƏSASLARI.

1.1. Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələrinin mahiyyəti və ixrac potensialının formalaşmasına təsirlərinin öyrənilmə zərurəti.

Müasir dövrdə heç bir ölkə dünya iqtisadiyyatından tam təcrid olunmuş şəkildə iqtisadi inkişafa nail ola bilməz. Bu gün dünyada hər bir ölkə üçün istər sənaye, kənd təsərrüfatı, ayrı-ayrı xidmət sahələri və s. olsun, istərsə də əhalinin sosial-iqtisadi rifahının yüksəldilməsi baxımından xarici ticarət əlaqələrinin inkişafı mühüm əhəmiyyət daşıyır. Dünyada əksər ölkələr istehsalı ucuz başa gələn, ancaq keyfiyyət baxımından standartlara cavab verən əmtələri istehsal edib, istehsalı daha çox xərc tələb edən əmtələrin idxalını həyata keçirirlər. Bu proses dünya ölkələri arasında əlaqələri genişləndirərək beynəlxalq ticarətin formalaşmasına gətirib çıxarır.

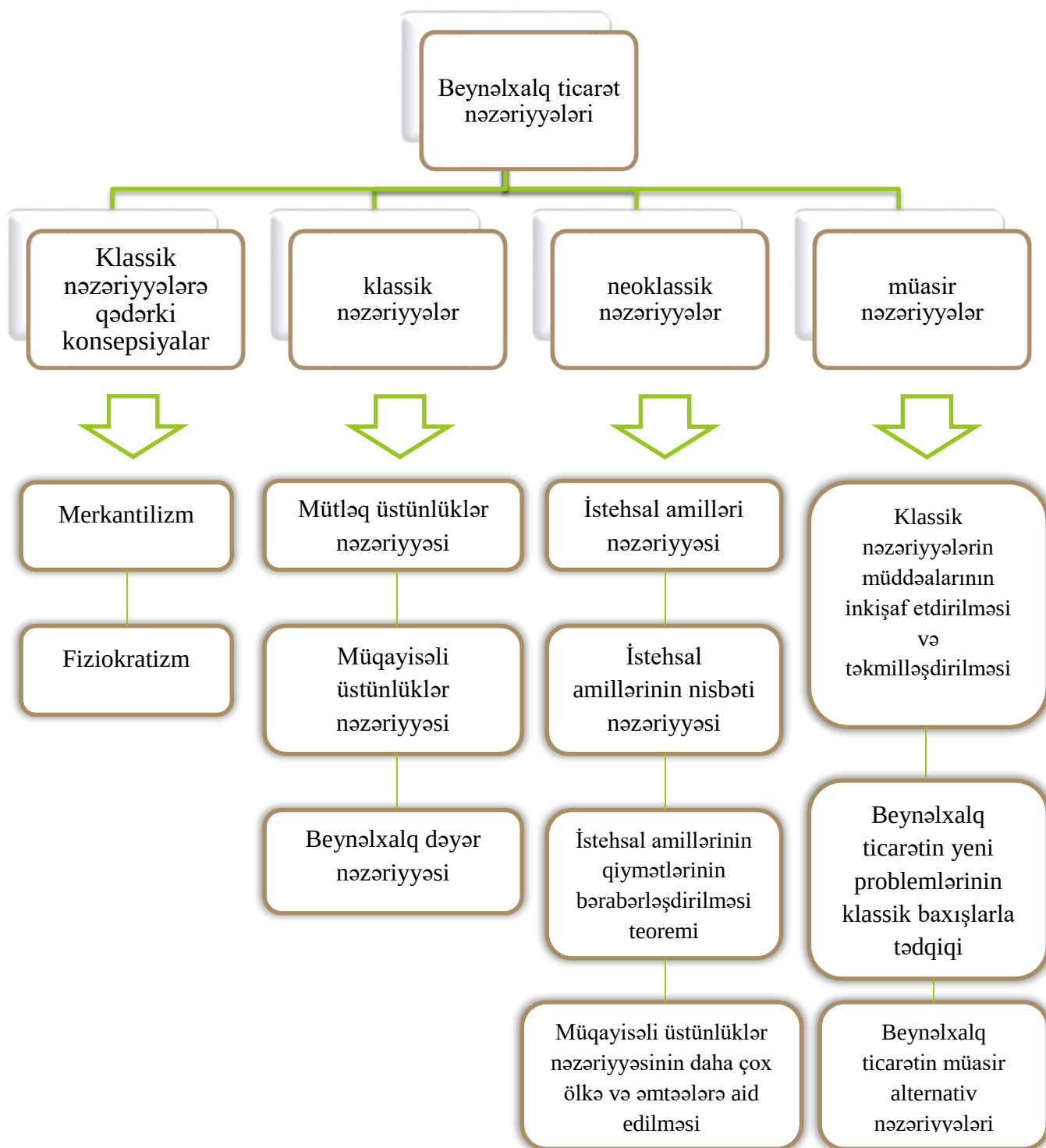
Beynəlxalq ticarət dedikdə, beynəlxalq əmək bölgüsünün əsasında meydana çıxan və müxtəlif ölkələrin məhsul istehsalçıları arasında qarşılıqlı asılılığı əks etdirən əlaqə forması başa düşülür. Beynəlxalq ticarət – alıcıların və müxtəlif satıcıların arasında həyata keçirilən malların və xidmətlərin alqı-satqısı prosesidir.¹

Beynəlxalq ticarət dünya ölkələri arasında iqtisadi əlaqələrin qurulmasında illər boyu əsas mexanizm rolunu oynamışdır.

Hələ bir neçə əsr bundan əvvəl iqtisadi məktəblər beynəlxalq ticarətin önəmini dərk etmiş və araşdırmalar aparmışlar. Beynəlxalq ticarət ilk dəfə elmi cəhətdən klassik iqtisadi məktəb tərəfindən, daha dəqiq desək, Adam Smitin “Xalqların sərvətinin təbiəti və səbəbləri haqqında traktat” (1776) adlı əsərində araşdırılmışdır. Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələrinin təkamülü isə həmin dövrdən sonra keçən iki əsrdən çox müddətdə aşağıdakı kimi formalaşmışdır (Sxem 1.1).

¹ Л. М. Борисова, Т. А. Грошева, Ж. А. Ермушко. Мировая Экономика. Внешнеэкономическая Деятельность. Издательство ТПУ Томск 2007, с.10

Sxem 1.1

Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələri.

Mənbə: Ş.H.Hacıyev. "Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələri: metodoloji təkamül" "İqtisad elmləri: nəzəriyyə və praktika" jurnalı, 1998 əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Sxem 1.1 - dən göründüyü kimi beynəlxalq ticarətə dair ilk nəzəri baxışlar merkantilizmdə öz əksini tapmışdır. Merkantilizm nəzəriyyəsi beynəlxalq ticarətin və bu sahədə tövsiyələrin hazırlanmasının (təkmilləşdirməsinin) nəzəri dərk etməsinin ilk cəhdi kimi ortaya çıxdı. Merkantilizm feodalizm quruluşunun dağılması və milli dövlətlərin möhkəmlənməsi dövründə meydana gəlmişdir. Bu cür tarixi şəraitdə baş verən hadisələri nəzəri cəhətdən izah edəcək bir konsepsiyaya ehtiyac duyulurdu. Bu konsepsiya merkantilizm oldu.

Merkantilizm XV-XVIII əsrlərdə Qərbi Avropa ölkələrində iqtisadi fikrin əsas cərəyanı olmuşdur. Bu dövrlərdə Qərbi Avropa ölkələrində baş verən sosial-iqtisadi dəyişikliklər-böyük coğrafi kəşflər,əmtəə-pul münasibətlərinin inkişafı,dünya bazarının formalaşması,beynəlxalq ticarətin genişlənməsi və s.proseslər bu məktəbə öz təsirini göstərmişdir.Bu məktəb tərəfindən işlənilib hazırlanan mübadilə konsepsiyası,proteksionist tədbirlər,aktiv ticarət balansı və s.tədbirlər indi də müasir bazar təsərrüfatlı sistemlərdə istifadə olunur.

Merkantilizmin əsas ideya və prinsiplərinə aid edilir:

- ✓ Sərvətin mahiyyətinin qiymətli metallar və onların yığımından ibarət olması;
- ✓ Dövlətin sərvətinin qızıl və gümüş yığımı ilə artırılması;
- ✓ Ucuz xammal idxal etməklə sənayenin inkişafına yardım edilməsi;
- ✓ İdxal edilən sənaye məhsullarına qarşı proteksionist tədbirlərin görülməsi;
- ✓ Hazır məhsul ixracının həvəsləndirilməsi;
- ✓ Əmək haqqının aşağı səviyyəsini saxlamaq məqsədilə əhali artımının təmin edilməsi və s.

Merkantilistlər əsas diqqəti tədavül sferasına yönəltmişlər.İstehsal sadəcə sərvəti artırmaq üçün bir vasitədir.Bu nəzəriyyənin tərəfdarları sərvəti pulla eyniləşdirmiş,sərvətin qızıl və gümüş yığımından ibarət olduğunu və çox pulu olan dövlətin daha varlı olduğunu qeyd etmişlər.Merkantilistlərə görə, sərvətin mənbəyi tədavül sferasıdır.

Merkantilizm öz inkişafında iki mərhələyə ayrılır:

1. İlk(erkən) merkantilizm

2. İnkişaf etmiş(gec) merkantilizm

İlk merkantilizm (XV-XVI əsrlər) U.Stafford və Q.Skaruffi tərəfindən yaradılmışdır. İlk merkantilistlərə görə sərvət pula sahib olmaqdır. Dövlət əgər sərvətini artırmaq istəyirsə, əldə etdiyindən daha az xərcləməlidir. "Pul balansı" nəzəriyyəsini irəli sürən merkantilistlər burada pula dəfinə kimi yanaşmış, xaricdən idxalın azaldılmasını və ya tam imtina olunmasını irəli sürmüşlər. Ölkədə qızıl və gümüşü daha çox toplamaq məqsədilə xaricə ixracının qadağan edilməsi də bu nəzəriyyədə öz əksini tapmışdır.

İlk merkantilistlərə görə xaricilər ölkədən gedərkən ancaq yerli məhsul aparmalı idilər. Bunu iqtisadi vasitələrdən çox, inzibati vasitələrə əl ataraq həyata keçirirdilər. İngilis tacirləri xarici ölkələrə getdikdə yalnız müəyyən sahələrlə alver etməli və bu ingilis hökumətinin nəzarəti ilə həyata keçirilməli idi. Bunun səbəbi isə hər satılan ingilis məhsulundan əldə olunmuş pulun bir hissəsinin İngiltərəyə çatdırılması idi.

İngiltərəyə gələn xarici tacirlər üzərində də nəzarət həyata keçirilirdi. Bu tacirlər öz pullarını ingilis pulu ilə dəyişməli və ingilis məhsulu almalı idilər. Bu isə xarici ticarətin inkişafına maneə törədirdi.

Buna görə də inkişaf etmiş merkantilizmdə ağırlıq mərkəzi pul tədavül sferasından əmtəə mübadiləsi sferasına keçmişdir. Gec merkantilizmin (XVII-XVIII əsrlər) nümayəndələri T.Man, A.Serra, A.Monkreyen olmuşdur. Bu nəzəriyyədə xaricə pul ixracı qadağan olunmuş, xarici malların idxalının məhdudlaşdırılması yerini sənaye məhsullarının ixracının sürətlənməsinə buraxmışdır. İnkişaf etmiş merkantilizm "aktiv ticarət balansı" sisteminə əsaslanır. Onlar pula həqiqi kapitalist kimi yanaşaraq, pulun yeni pul yaratması üçün onun mütləq hərəkətə gətirilməli olduğunu müdafiə edirlər. Burada xarici ticarətin inkişafına mühüm əhəmiyyət verilmişdir.

İnkişaf etmiş merkantilizmdə ixracı artırmaqla ölkəyə pul axınının təmin edilməsi və aktiv ticarət balansına nail olunması əsas sayılırdı. Aktiv ticarət balansının

təmin olunması üçün isə himayəçilik siyasəti, dövlətin təsərrüfat həyatına bilavasitə qarışması merkantilizmin əsas tələbi olmuşdur. Aktiv ticarət balansının təmin olunması məqsədilə dövlət xarici mallara rüsumlar qoyaraq idxalı məhdudlaşdırmalı və ixracı həvəsləndirmək üçün xarici bazarda böyük tələbata malik olan malların istehsalının təşkili üçün mükafatlar verməli idi.

Merkantilizmin müddəalarının tənqid edən ilk iqtisadçılardan biri Devid Xyum olmuşdur. O, "qiymət-qızıl-axın" fəaliyyət mexanizmini işləyib hazırlamış və merkantilistlərin "ölkə sonsuzluğa qədər qızıl ehtiyatlarını artırsa belə, beynəlxalq rəqabət qabiliyyətliliyinə təsir edə bilməz" fikrinə qarşı çıxmışdır. Devid Xyuma görə, ölkəyə qızıl axını təmin olunmaqla ticarət balansında müsbət saldo dəstəklənir və bu ölkədə pul təklifinin artmasına səbəb olur. Eyni zamanda əmək haqqı və qiymətlərdə də artım olur. Qiymət artımı isə rəqabət qabiliyyətinə təsir edərək aşağı düşməsinə səbəb olur. Ölkədən qızıl axını isə qiymətlərə və əmək haqqına azaldıcı təsir göstərir ki, bunun nəticəsində də rəqabət qabiliyyətinin artacağını söyləmək mümkündür. Bu da onu söyləməyə əsas verir ki, ölkə daim ticarət balansının müsbət saldოსunu saxlaya bilməz.

Təqribən 150 il hökmran mövqedə çıxış edən merkantilizm bu müddətdə beynəlxalq ticarətdə bir sıra məhdudiyyətlərin olması ilə əlaqədar olaraq beynəlxalq ticarətin inkişafını çətinləşdirmiş, kapital münasibətlərinin inkişafına maneə törətmişdir. Bunun nəticəsində merkantilist yanaşma öz yerini azad ticarət tərəfdarlarına buraxmağa başlamışdır.

Merkantilizm ideyaları ilə mübarizədə yeni bir cərəyan fiziokratlar məktəbi yarandı. Xarici ticarətə dair elə də böyük nailiyyətləri olmasa da, bu məktəbin də iqtisadi fikir tarixində mühüm rolu olmuşdur. Fiziokratizm nəzəriyyəsinin nümayəndələri sırasına F. Kene, J. Tyürqo, V. Mirabon aid edilir. Bu nəzəriyyəyə görə, sərvətin əsasını ticarət deyil, istehsal, daha dəqiq desək, kənd təsərrüfatı istehsalı təşkil edir. Dövlət iqtisadi həyatın təbii axarına qarışmamalıdır.

F.Kenenin bu nəzəriyyənin formalaşmasında rolu böyükdür. “Təkrar istehsal” kateqoriyasını elmə ilk dəfə F.Kene gətirmişdir. Onun hazırladığı “İqtisadi cədvəl”də sadə təkrar istehsal prosesi, kapital və gəlirlər arasındakı mübadilə, istehsal və istehlakçı arasındakı əlaqələrin təhlili aparılmışdır.

“İqtisadi cədvəl”ində F.Kene cəmiyyəti üç sinifə ayırır.

1. *Məhsuldar sinif* - torpaqdan istifadə edənlər, yəni kəndlilər, fermerlər, kənd təsərrüfatında olan mizdlü fəhlələr
2. *Mülkiyyətçi sinif* - “xalis məhsul” əldə edənlər, yəni torpaqdan gəlir alanlar (kral, torpaq sahibləri, kilsə işçiləri)
3. *Qeyri - məhsuldar sinif* - sənayedə məşğul olan mizdlü işçilər, sənətkarlar, kapitalistlər, tacirlər və kiçik alverçilər.

O, “iqtisadi cədvəl”ində rəqəm və qrafiklərdən istifadə etməklə məcmu və xalis məhsulun bu üç sinif arasında natural və pul formasında bölüşdürülməsi və dövrənini təsvir etmişdir. F.Keneyə görə, “xalis məhsul” hər il yaradılan sərvət və yalnız əkinçilikdən yaradılan məhsuldan bütün xərclər çıxıldıqdan sonra qalan gəlir idi. Burada bəhs edilən xalis məhsul dövlət və xüsusi mülkiyyətçilərin gəlirini təşkil edir.

F.Kene ictimai qanunları “təbii qaydalar” qanunları hesab edirdi. Bu qanunların Allah tərəfindən göndərildiyini və cəmiyyətin təkrar istehsal və bölgü münasibətlərində bu qanunlardan istifadə etməli olduğunu qeyd edirdi. Keneyə görə, mülkiyyət hüququ təbii hüququn əsasını təşkil edirdi.

F.Kenenin ekvivalent mübadilə ideyasına görə, tədavülə daxil olan əmtəələr əvvəlcədən verilən qiymətlər əsasında çıxış edir. Yəni dəyər istehsalda yaradılır. Əmtəənin satışı hər iki tərəfə də uyğun qiymət əsasında həyata keçirilir və mübadilə üstünlük yaratmır.

F.Kenenin fikrincə, pul qeyri-faydalı sərvətdir. O, vasitəçi rolunu oynayır və ölkə sərvətinin təkrar istehsalına kömək etmir. Pul pul yaratmır, istehlak olunmur,

təkrar istehsal edilmir. Əmək haqqı sadəcə adi tələbatı ödəməyə xidmət etməlidir və dəyişməməlidir.

F.Keneyə görə, tacirlərin qazancı ölkəyə mənfəət gətirmir. Ticarət mənfəəti haqq-hesabda aldatma yolu ilə əldə edilir.

Fiziokratlar əmtəə və dəyərin təbiətinin təhlilini verməmişdilər. Onlar maddi nemətlərin artma səbəbi kimi təbiəti görürdülər.

Klassik siyasi iqtisad adlandırılan iqtisadi fikir sisteminin qurucusu olan *Adam Smit* millətin rifahının onun yığdığı qızılın miqdarından daha çox, onların əmtəə və xidmətlər istehsal etmək qabiliyyətlərindən asılı olduğunu qeyd edirdi. Adam Smit qızıl yığımının əsas vəzifə olmadığını, əmək bölgüsü əsasında istehsalın inkişaf etdirilməsinin vacibliyini vurğulayırdı. Buna görə də subyektlər iqtisadi cəhətdən tam azad olmalıdır, yəni azad rəqabətin təmin olunduğu şəraitdə inkişafa nail olmaq mümkündür.

A.Smitə görə, məcmu dünya sərvəti sabit deyil və xarici ticarət beynəlxalq əmək bölgüsünün təsiri ilə resursların məhsuldarlığının yüksəlməsinə və beləliklə, istehsalın artımına gətirib çıxarır. Öz aralarında ticarət edən iki ölkə beynəlxalq əmək bölgüsü nəticəsində daha yüksək istehsal və istehlak səviyyələri əldə edir və bu həyat standartlarının yüksəlməsinə səbəb olur. A.Smit xarici ticarətdən hər iki tərəfin də mənfəət əldə etdiyini qeyd edir və bu merkantilistlərin “xarici ticarətdə bir tərəf qazandığı halda digər tərəf udur” fikri ilə üst-üstə düşür.

Klassik iqtisadçılar dəyər barəsindəki fikirlərini əmək-dəyər nəzəriyyəsində birləşdirmişlər. Bu nəzəriyyəyə görə, bir əmtəənin dəyəri onun istehsalı üçün sərf edilən əməyin kəmiyyəti ilə ölçülür. Buna səbəbdən də, istehsalına daha çox əmək sərf edilən malın dəyəri yüksək, az əmək sərf edilənin dəyəri isə aşağı olur. Ancaq bu klassik iqtisadçıların dəyəri formalaşdıran digər amillərdən xəbərdar olmadıqlarını söyləməyə əsas vermir. Əslində, klassiklərə görə, təbii amillər Allah tərəfindən insanlara bəxş olunmuşdur, yəni cəmiyyət onların əldə olunması üçün heç bir əmək

sərf etməmişdir. Buna görə də təbii amilləri dəyəri formalaşdıran amil kimi qəbul etmək düzgün olmaz.

Ümumiyyətlə, klassik xarici ticarət nəzəriyyələrinin əsasını aşağıdakılar təşkil edir:

- ✓ İki ölkə və iki əmtəyə əsaslanan analiz modeli: Yəni, beynəlxalq ticarətdə sadəcə iki ölkə iştirak edir və onlar da bir-biriləri ilə yalnız iki əmtəə ilə ticarət edirlər;
- ✓ Əmək istehsalın yeganə amilidir;
- ✓ Tam məşğulluq mövcuddur, yəni mövcud olan əmək resurslarından istehsalda tam istifadə olunur;
- ✓ Əmtəənin qiyməti digər bir əmtəənin istehsalına sərf edilən əməyin kəmiyyəti ilə ölçülür;
- ✓ Tam və azad rəqabət şəraiti mövcuddur;
- ✓ Əmtəələrin daşınması zamanı çəkilən nəqliyyat xərcləri sifirə bərabərdir;
- ✓ Dövlət müdaxiləsi olmadığından xarici ticarətdə gömrük tarifləri, kvotalar və s. məhdudiyyətlər mövcud deyildir.

A. Smit azad ticarət barədə mülahizələrini *mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsinə* açıqlamışdır. Bu konsepsiyada göstərilir ki, ölkələr daha az xərclərlə istehsal etdikləri (yəni istehsalında mütləq üstünlüyə malik olduqları) əmtəələri ixrac edir və digər ölkələr tərəfindən daha az xərclərlə istehsal olunan (yəni istehsalında mütləq üstünlüyün digər ölkələrə məxsus olduğu) əmtəələri idxal edir. Mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsi bir baxımdan ölkənin ixtisaslaşma səviyyəsinin müəyyən edilməsi üçün kömək edir. Burada istehsalın yeganə amili kimi əmək qeyd olunur.

Yuxarıda qeyd olunan fikirlərə uyğun olaraq aşağıdakı nümunəyə baxaq:

Tutaq ki, Azərbaycan və Türkiyədə bir işçi bir iş günündə şərti olaraq aşağıdakı kəmiyyətlərdə A və B əmtəələrini istehsal edir:

Cədvəl 1.1

<i>Bir işçinin bir gündə istehsal edə bildiyi əmtəə</i>		
	<i>A əmtəəsi</i>	<i>B əmtəəsi</i>
<i>Azərbaycan</i>	<i>50 vahid</i>	<i>30 vahid</i>
<i>Türkiyə</i>	<i>20 vahid</i>	<i>80 vahid</i>

Mənbə: Halil Seyidoğlu. Uluslararası iktisat: Teori, politika və uygulama. İstanbul – 2003, s.17 əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Nümunədən aydın olur ki, Azərbaycan A əmtəəsini, Türkiyə isə B əmtəəsini daha az xərclə istehsal etdikləri üçün bu əmtəələrin istehsalında ixtisaslaşmalıdırlar. Azərbaycan Türkiyəyə A əmtəəsini ixrac etməli, Türkiyədən isə B əmtəəsini idxal etməlidir.

A.Smit öz mülahizələrində qeyd edirdi ki, hökumətlər xarici ticarətə qarışmamalıdır və azad ticarət rejimi dəstəklənməlidir. Millətlər mütləq üstünlüyə malik olduqları əmtəə istehsalında ixtisaslaşmalı və bu əmtəələri ixrac etməli, istehsalında digər ölkələrin üstünlüyə malik olduqları əmtəələr isə idxal olunmalıdır.

Onun fikrincə, xarici ticarət əmək məhsuldarlığının inkişafını stimullaşdırır. Xarici ticarət satış bazarını milli sərhədlər çərçivəsindən kənara genişləndirərək inkişaf təmin olunur.

Adam Smitə görə, ixrac ölkə iqtisadiyyatı üçün müsbət faktordur, çünki, ixracın sayəsində daxili bazarda satıla bilməyən məhsulun satışı təmin edilir. İxrac subsidiyaları isə mahiyyətinə görə, əhalinin üzərinə qoyulan vergi olduğu üçün daxili qiymətlərin artımına gətirib çıxarır və buna görə də, ixrac subsidiyaları ləğv olunmalıdır.

Mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsi əmək-dəyər nəzəriyyəsinə əsaslanırdı. O, əmək bölgüsünün üstünlüklərini həm milli, həm də beynəlxalq səviyyədə əks etdirirdi. Bunları nəzəriyyənin güclü tərəfi kimi qeyd etmək olar. Ancaq bu nəzəriyyənin

çatışmazlığı da mövcuddur. Odur ki, nəzəriyyə “heç bir istehsal sahəsində mütləq üstünlüyə malik olmayan ölkə digər ölkələrlə qarşılıqlı ticarəti həyata keçirə bilirmi?” sualına cavab vermir. Beynəlxalq ticarətdən iqtisadi səmərə əldə edə bilmək üçün mütləq üstünlüyə malik olmaq vacibdirmi? Bu suallara A.Smitin davamçıları cavab verməyə çalışmışlar.

Mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsində çatışmamazlıqlar klassik iqtisadçılar tərəfindən bu nəzəriyyənin müddəalarına yenidən baxılmasına zəruri etdi. Bunun nəticəsində klassik məktəbin görkəmli nümayəndəsi *David Rikardo* mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsinin müddəalarını inkişaf etdirərək *müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsini* işləyib hazırladı. Bu nəzəriyyənin bugün beynəlxalq ticarətin əsasını formalaşdırdığını söyləmək səhv olmaz.

D.Rikardo bu nəzəriyyələrin müddəalarını “Siyasi iqtisadın prinsipləri və vergiqoyma” (1817) əsərində əks etdirmişdir. Onun fikrincə, beynəlxalq ticarətin sadəcə mütləq üstünlüklərə əsaslanaraq izah edilməsi düzgün deyil. D.Rikardonun fikrincə, beynəlxalq ticarətdə diqqət yetirilməli əsas məsələ bir ölkənin bəzi əmtəələri digər ölkəyə nisbətən daha ucuz istehsal etməsi deyil, yəni mütləq üstünlüyə malik olması deyil. Bir ölkə digəri ilə müqayisədə hansı əmtəənin istehsalında daha böyük üstünlüyə malikdirsə, o əmtəə istehsalı üzrə ixtisaslaşmalıdır.

Əgər bir ölkə bəzi əmtəələrin istehsalına digər əmtəələrə nisbətə daha az xərc sərf edirsə, nə üçün daha az üstünlüyə malik sahələrdə istehsalı həyata keçirərək resurslarını israf etməlidir? Bu halda həmin ölkə müqayisəli üstünlüyə malik sahədə istehsal həyata keçirərək, bu sahədə ixtisaslaşmalıdır və bəzi istehsal edə biləcəyi əmtəələri isə idxal etməlidir. D.Rikardoya görə, ölkələr ticarətdə müqayisəli üstünlük nəzəriyyəsinin müddəalarını tətbiq edərək məhdud resurslarını ən effektiv şəkildə istifadə edib, iqtisadi rifaha qovuşa bilərlər.

Bunu bir misalla izah edək: Əgər bir vəkil həm katibədən daha sürətli kompyuterdə yazı yazsa, həm də vəkillik xidmətini yerinə yetirirsə, iki işi eyni zamanda etdiyi üçün zərər əldə edəcəkdir. Vəkil öz hüquqi xidmətini yerinə yetirib,

digər işləri həll etməyi katibəyə tapşırırsa, yazı yazmaya ayırdığı vaxtın yerinə vəkili kimi işləyərək daha çox qazanc əldə edə bilər. Çünki bir saat vəkillikdən əldə edəcəyi gəlir, bir saat katibənin işlərini görərək əldə edəcəyi gəlirdən çox olacaqdır.

D.Rikardo tərəfindən verilmiş nümunədə müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsinin müddələri əyani şəkildə izah edilmişdir. Nümunədə İngiltərə və Portuqaliyanın parça və şərab istehsal etdikləri və bu ölkələrdə həmin məhsulların istehsal şərtlərinin aşağıdakı kimi olduğu göstərilmişdir:

Cədvəl 1.2

<i>Bir iş günündə istehsal edilə bilən əmtəə həcmi</i>		
	<i>Parça (metr)</i>	<i>Şərab (litr)</i>
<i>İngiltərə</i>	80	40
<i>Portuqaliya</i>	10	20

Mənbə: Halil Seyidoğlu. Uluslararası iktisat: Teori, politika ve uygulama. İstanbul – 2003, s.19 əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Nümunədən görürük ki, İngiltərə hər iki əmtəə üzrə mütləq üstünlüyə malikdir. Çünki həm parçanı, həm də şərabı Portuqaliyadan daha ucuz istehsal edir. Mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsinə əsasən, belə vəziyyətdə xarici ticarət həyata keçirilməməlidir. İngiltərə daha ucuz istehsal etdiyi üçün hər iki əmtəənin istehsalını özü təşkil etməlidir. Lakin müqayisəli üstünlük nəzəriyyəsinə görə bu zaman xarici ticarət həyata keçirilə bilər. Çünki ticarətdən hər iki ölkə mənfəət əldə edə biləcəkdir.

Verilən rəqəmlərə əsasən İngiltərənin hər iki əmtəənin istehsalında mütləq üstünlüyə malik olduğu aydındır. Ancaq bu üstünlüklərin dərəcəsi eyni deyildir. Rəqəmləri şaquli istiqamətdə müqayisə etdikdə görürük ki, İngiltərə Portuqaliya qarşısında parça istehsalında 8 dəfə, şərab istehsalında isə 2 dəfə üstünlüyə malikdir. Bu səbəbdən, İngiltərə parça istehsal etməli, şərabı isə Portuqaliyadan idxal etməlidir. Başqa sözlə, İngiltərə parça istehsalında müqayisəli üstünlüyə malikdir.

Portuqaliya üçün isə vəziyyət fərqlidir. Bu ölkə İngiltərəyə görə parça istehsalında 8 dəfə, şərab istehsalında isə 2 dəfə daha az üstünlüyə malikdir. Bu zaman Portuqaliyanın hər iki əmtəəni istehsal etmək əvəzinə şərab istehsalını seçməsi daha düzgün addım olacaqdır.

Göründüyü kimi, bu halda İngiltərə parça istehsalında ixtisaslaşmış, ixrac etdiyi parça qarşılığında Portuqaliyadan şərab idxal etməklə ödəyərsə (və ya əksinə, Portuqaliya şərab istehsalında ixtisaslaşmış, parçanı İngiltərədən idxal edərsə), hər iki ölkə xarici ticarətdən mənfəət əldə etmiş olar.

Müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsində qeyd olunur ki, ölkələr arasında mənfəətli xarici ticarətin təmin edilməsi üçün ölkələrdə daxili qiymətlərin bir-birindən fərqli olması lazımdır. Yuxarıda verilən nümunədə parçanı əsas götürərək, ölkələrin daxili müqayisəli qiymətlərini müəyyən etməyə çalışaq. Rəqəmləri üfüqi istiqamətdə müqayisə edək:

İngiltərədə daxili qiymətlər, 1 vahid parça: $\frac{1}{2}$ vahid şərab

Portuqaliyada daxili qiymətlər, 1 vahid parça: 2 vahid şərabdır.

Dəyərləndirmələrə baxaraq, İngiltərədə parçanın, Portuqaliyada isə şərabın daha ucuz olduğunu aydınlaşdırmaq olur. Ölkələrdə qiymətlərin fərqli olması mənfəətli ticarət əlaqələrinin qurulmasına imkan verir. Nümunəyə görə, İngiltərə parça, Portuqaliya isə şərab istehsalı üzrə ixtisaslaşmalıdır.

D. Rikardonun müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsi iki ölkə - iki əmtəə modeli üzrə qurulmuşdur. Daha sonralar isə neoklassik məktəbin nümayəndəsi P. Samuelson tərəfindən müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsinin müddəalarının ikidən artıq ölkə və əmtəə üçün də keçərli olduğu sübut edilmişdir.

Müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsi beynəlxalq ticarət nəzəriyyələri içərisində mühüm əhəmiyyətə malikdir. Lakin hər nəzəriyyədə olduğu kimi onun da bir sıra məhdud cəhətləri vardır. Bu nəzəriyyə əmək-dəyər nəzəriyyəsinə əsaslanır. Konsepsiyada torpaq, kapital, sahibkarlıq qabiliyyəti kimi digər istehsal amilləri nəzərə alınmamaqla, bir istehsal amili (əmək) yeganə amil kimi vurğulanır. Eyni zamanda bu

nəzəriyyə nəqliyyat xərclərini nəzərə almır. Ancaq bu xərclərin yüksəlməsi bəzən müəyyən əmtəələrlə ticarəti, müqayisəli üstünlük şəraiti olsa belə, qeyri-səmərəli edə bilər. Nəzəriyyədə xarici ticarətin ölkə daxilində gəlirlərin bölgüsünə, qiymət tərəddüdlərinə və əmək haqqına, inflyasiyaya və beynəlxalq kapital hərəkətinə təsiri nəzərə alınmır. Bu nəzəriyyə bir ölkə digəri qarşısında müqayisəli üstünlüyə malik deyilsə, onlar arasında ticarət əlaqələrini izah etməyə imkan vermir.

D. Rikardo ixtisaslaşmanın təsiri ilə ölkələrin xarici ticarətdə necə mənfəət əldə edəcəklərini qeyd etsə də, beynəlxalq ticarətdə mübadilə zamanı qiymətlərin necə müəyyənləşdirildiyini göstərmək üçün heç bir cəhd edilməmişdir. Beynəlxalq ticarətdə mübadilənin hansı qiymətdə həyata keçirildiyi sualına D. Rikardonun davamçısı Con Stüart Mill cavab vermişdir. O, 1848-ci ildə yazdığı “Siyasi iqtisadın prinsipləri” əsərinin bir fəslini *beynəlxalq dəyər qanununa* həsr etmiş və burada göstərmişdir ki, mübadilə qiyməti hər bir ölkənin ixracının onun idxalını ödədiyi qiymətdə tələb və təklif qanununun səviyyəsinə görə müəyyənləşir. O qeyd edirdi ki, hansı ölkənin əmtəələrinə xarici tələb daha yüksəkdirsə, o ölkə xarici ticarətdən daha çox fayda əldə edir. Mübadilə şəraitinin ölkə üçün faydalı olması ölkənin əmtəələrinə xarici tələbin digər ölkələrin əmtəələrinə olan tələbdən yüksək olması ilə əlaqədardır. Bunun nəticəsində də ölkə müəyyən miqdar əmtəəsi müqabilində daha çox xarici əmtəə əldə edə bilər.

Beynəlxalq dəyər nəzəriyyəsində göstərilir ki, əmtəələrin mübadilə dəyəri onlara olan tələbin elastikliyindən asılı olaraq formalaşır. Beynəlxalq mübadilənin öz cəlbədiciliyini saxlaması üçün müəyyən qiymət dairəsi müəyyənləşdirilir. Beynəlxalq dəyər nəzəriyyəsinin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, ölkələr arasındakı əmtəə mübadiləsinə optimallaşdıran qiymət mövcuddur və bu qiymət tələb və təklifdən asılı olan bazar qiymətidir.

C. S. Mill *qarşılıqlı tələb qanununa* əsaslanaraq xarici ticarət əlaqələrinin mahiyyətini açıqlamışdır. Bu qanunda göstərilir ki, idxal olunan əmtəənin qiymətini müəyyən etmək üçün idxalı ödəmək məqsədilə ixrac edilən əmtəənin qiymətinə

ehtiyac vardır. Elə bu səbəbdən də ticarətdə qiymətlərin son nisbəti tərəfdaş ölkələrin əmtəyə olan daxili tələbinin həcmi ilə müəyyənləşir.

Müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsinə nisbətən beynəlxalq dəyər nəzəriyyəsinin qiymətin müəyyən edilməsinin əsası kimi əhəmiyyətli bir çatışmazlığı vardır. Bu nəzəriyyə yalnız hər iki ölkə ölçülərinə görə təxminən bərabər olduğu halda tətbiq olunur və bu zaman ölkələrdən birinin daxili tələbinin digərinin daxili qiymətlərinin səviyyəsinə təsir etmək imkanı mövcud olmalıdır.

C.S.Millin beynəlxalq dəyər nəzəriyyəsi daha sonralar neoklassik məktəbin nümayəndələri tərəfindən öyrənilmişdir. Odur ki, A.Marşalın ümumi tarazlıq modeli məhz bu nəzəriyyəyə əsaslanaraq hazırlanmışdır.

Üstünlüklər nəzəriyyələrinin istehsalın yeganə amilinin əmək olması fikri digər nəzəriyyələrin nümayəndələri tərəfindən tənqid olunmuşdur. Bir sıra nəzəriyyələrin təmsilçilərinə görə istehsalın əməkdən başqa amilləri də vardır. Bu alimlər sırasına Jan Batist Sey də daxildir. O, özünün "*istehsal amilləri nəzəriyyəsi*"ndə istehsalın üç amili olduğunu göstərmişdir. Bunlar əmək, torpaq və kapitaldır. Onun fikrincə istehsal xərclərini formalaşdıran və istehsal amillərini qiymətləndirməyə imkan verən bu amillərin bazar qiymətləri, yəni əmək haqqı, kapital faizi və torpaq rentasıdır.

Artıq XIX əsrdə klassiklərin əmək-dəyər nəzəriyyəsinə əsaslanan fikirləri öz yerini neoklassik məktəbin baxışlarına buraxmış və beynəlxalq ticarət istehsal amilləri nəzəriyyəsi ilə izah olunmağa başlamışdır. Bu nəzəriyyələrin müddəaları barədə zaman keçdikcə müxtəlif variantlar irəli sürülməyə başladı. Odur ki, XX əsrin 20-ci illərində İsveç neoklassik iqtisadçıları Eli Hekşer və Bertil Olin yeni bir konsepsiya işləyib hazırladılar. Bu konsepsiya "*istehsal amillərinin nisbəti nəzəriyyəsi*" adlanırdı. Nəzəriyyənin əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, bir ölkə hansı istehsal amili ilə zəngindir, bu amildən daha çox istifadə edərək istehsalı həyata keçirilən əmtəə üzrə müqayisəli üstünlük əldə edir, bu istehsalın o ölkə üçün ucuz başa gəlməsi deməkdir və beləliklə, ölkə o sahədə ixtisaslaşır. Əgər bir ölkədə əmək amili bol olarsa, bu ölkə əməktutumlu məhsulları daha ucuz istehsal edir. Eyni zamanda

kapital amili ilə zəngin ölkə üçün kapitaltutumlu məhsulların istehsalı daha ucuz başa gəlir.

Bu nəzəriyyənin müddəalarını əyani şəkildə izah edək:

Bunun üçün Azərbaycan və Almaniya kimi iki ölkə, parça və avadanlıq kimi isə iki əmtəə götürək. Azərbaycanda əmək amili, Almaniya isə kapital amili bol olsun. Burada parça istehsalı əməktutumlu, avadanlıq istehsalı isə kapitaltutumlu əmtəədir. Bu halda nəzəriyyənin əsas fikrinə görə, Azərbaycanda parça, Almaniya isə avadanlıq müqayisəli üstünlüyə malik olmalıdır.

Bu nəzəriyyə çox zaman Hekşer-Olin nəzəriyyəsi adlanır. Əslində bu nəzəriyyə mütləq və müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyələrinin fikirləri ilə oxşarlıq təşkil edir. Odur ki, burada da ticarətdə iki ölkə və iki əmtəə iştirak edir. Ancaq əmtəələrdən bir əməktutumlu olursa, digəri kapitaltutumlu olur. Yəni artıq yeganə istehsal amili əmək deyil, iki istehsal amili vardır və hər bir ölkə bu istehsal amilləri ilə müxtəlif dərəcələrdə təmin olunmuşdur. Əmək-dəyər nəzəriyyəsi inkar olunmur, sadəcə dəyərin yaradılmasında əməklə bərabər digər istehsal amilləri də iştirak edir. Burada göstərilir ki, hər hansı bir ölkənin bir əmtəə istehsalı üzrə tam ixtisaslaşması mümkün olmur.

İstehsal amilləri nisbəti nəzəriyyəsinə görə, ayrı-ayrı əmtəələrin istehsalında istifadə olunan amillər müxtəlif dərəcədə intensivdir. Yəni bir əmtəə əməktutumlu, digəri kapitaltutumludur və ölkələr bu amillərlə fərqli səviyyələrdə təmin olunmuşdur.

Nəzəriyyəyə görə, ölkədə artıq olan amillərlə istehsal olunan əmtəələr ixrac edilməli və ölkədə nisbətən daha az olan amillərlə istehsal olunan əmtəələr isə idxal edilməlidir.

Hekşer-Olin nəzəriyyəsi ticarətin müqayisəli üstünlüklərə əsaslandığını göstərməklə bərabər, müqayisəli üstünlüklərin səbəbini də izah edir. Onlara görə bu ölkələrin istehsal amilləri ilə təmin olunmasındakı fərqliliklərlə əlaqədardır.

Bu nəzəriyyədə əmtəənin nisbi qiymətinin istehsal amilləri ilə təmin olunma səviyyəsi və onların nisbi qiymətindən asılı olduğu fərz olunur. Bu zaman isə belə bir sual meydana gəlir. Əgər əmtəənin qiyməti tarazlaşarsa, bunun istehsal amillərinin

qiymətinə təsiri necə olar? Daha dəqiq desək, əgər bir ölkə əmək amili ilə yaxşı təmin olunubsa və əməktutumlu əmtəənin nisbi qiyməti dəyişirsə, ölkədə əməyin özünün nisbi qiyməti necə dəyişər və ya dəyişərmə?

Bu sualın cavabını amerika iqtisadçısı P.Samuelson vermişdir. O, *“istehsal amillərinin qiymətlərinin bərabərləşdirilməsi teoremi”*ni yaratmışdır. Hekşer-Olin-Samuelson teoremi də adlanan bu teoremdə qeyd olunur ki, beynəlxalq ticarət mübadilədə iştirak edən ölkələrdə istehsalın homogen amillərinin mütləq və nisbi qiymətlərini bərabərləşdirir. Yəni ticarətin nəticəsində, əgər əmtəələrin nisbi qiyməti bərabərləşərsə, həmin əmtəənin istehsalında iştirak edən amillərin də nisbi qiymətləri bərabərləşəcəkdir.

Bu fikirləri əyani şəkildə izah etmək üçün əvvəlki nümunəyə qayıdaq. Azərbaycanda əmək amili bol olduğu üçün avadanlıq istehsalından imtina edərək və ya azaldaraq resurslarını parça istehsalında istifadə etməlidir. Lakin bu iki istehsal sahəsində amillər eyni səviyyədə istifadə olunmur. Avadanlıq kapitaltutumlu, parça isə əməktutumlu əmtəədir. Əgər avadanlıq istehsalı azaldılarsa, sərbəst qalan əmək amili asanlıqla parça istehsalına yönəldilə bilər. Kapitalın isə istifadə imkanları məhduddur. Beləliklə, parça istehsalı genişlənəcəkdir və iş qüvvəsinə tələb artacaqdır, ancaq kapitalla tələb isə işgücünə nisbətdə daha aşağı tempdə artar. Bu zaman əmək haqqları artacaq, faizlər, yəni kapitalın qiyməti isə aşağı düşəcəkdir.

Almaniyada isə vəziyyət fərqli olacaqdır. Avadanlıq istehsalında ixtisaslaşan ölkə parça istehsalını azaldacağı üçün nəticədə əmək resursları ölkədə artacaqdır. Avadanlıq istehsalındakı artım digər sahədə boş qalan kapitalın buraya cəlb olunması ilə nəticələnməcəkdir. Lakin iş qüvvəsi üçün bu hal müşahidə olunmayacaq. Əmək istifadəsiz qalacağı üçün kapitalla nisbətdə əmək haqqları aşağı düşəcəkdir.

Belə bir nəticəyə gəlirik ki, azad ticarət və beynəlxalq ixtisaslaşma ölkələrin daha çox sahib olduğu amillərin qiymətini yüksəltdiyi halda, məhdud resursların dəyərini aşağı salaraq ölkələr arasında qiymətlərin bərabərləşməsi ilə nəticələnir.

Ancaq nəzəriyyədə göstərildiyi kimi istehsal amillərinin qiymətləri heç də tarazlı deyildir. Ölkələr arasında intensiv ticarət əlaqələri olsa belə, əmək haqqlarında fərqliliklər mövcuddur. Bunun səbəbi isə teoremin əsaslandığı fikirlərlə izah edilə bilər.

İstehsal amillərinin nisbəti nəzəriyyəsində çatışmazlıqlar olsa belə, beynəlxalq ticarətin inkişafında mühüm rol oynayan nəzəriyyələrdən biridir. Ancaq bu nəzəriyyənin müddəaları ilə razılaşmayan iqtisadçılar da olmuşdur. Bunlar içərisində ən məşhuru rus mənşəli amerika iqtisadçısı Vasiliy Leontyevdir. O, ABŞ iqtisadiyyatını təhlil edərək “Leontyev Paradoksu” adlanan bir fikir irəli sürmüşdür.

II dünya müharibəsindən sonra ABŞ ən varlı və kapital resursları ən bol ölkələrdən hesab olunurdu. Hekşer-Olin teoreminə görə ABŞ kapitaltutumlu əmtəə ixracına yönəlməli idi. Leontyev bunu araşdırmaq üçün bir sınaq keçirdi. İxrac üçün 1 mln \$ dəyərində əmtəənin istehsalında istifadə məqsədilə kapital və əməyin, həmçinin 1 mln \$ dəyərində idxalla rəqabət apara bilən əmtəə istehsalı üçün tələb olunan əmək və kapitalın həcmi hesabladı. O, sənaye sahələri üçün kapital və əmək xərclərini hesablamış, bunu sadəcə hazır məhsulları üzrə yox, aralıq məhsullar üzrə də hesablamışdır. 1947-ci il hesablamalarında 1 mln \$ dəyərində ixrac əmtəələrin istehsalında tələb olunan kapital və əmək xərcləri nisbətini müəyyən etdi. O, həmin il üçün ölkədə istehsalı həyata keçirilməyən əmtəələri idxalın strukturundan çıxaraq, idxalı əvəz edəcək əmtəələrin istehsalında zəruri olan kapital və əmək resursları nisbətini müəyyənləşdirdi.

V. Leontyevin fikrincə, Hekşer-Olin nəzəriyyəsinə uyğun olaraq ixrac əmtəələri idxalı əvəz edəcək əmtəələrə nisbətdə daha çox kapital tələb edirdi. Ancaq nəticə fərqli oldu. İdxalın kapitaltutumluluğu ixracın kapitaltutumluluğunu 30% üstələyirdi, bu da ABŞ-ın heç də kapitalla zəngin ölkə olmadığını, əksinə, əmək resurslarının ölkədə bol olduğunu sübut edirdi.

V. Leontyevin 1951-ci il hesablamalarında isə ABŞ-ın idxalı ixraca nisbətən daha kapital tutumlu idi. Üstünlük 6% təşkil edirdi. 1962-ci ildə Leontyevin davamçıları bu

hesablamaları yenidən təkrarladılar. Bu zaman isə ABŞ-ın idxalı ixraca nisbətən 27% daha kapitaltutumlu idi.

“Leontyev statistikas” adlanan hesablamalarda ölkənin əməktutumluluğu və kapitaltutumluluğu aşağıdakı düsturla izah edilmişdir.

Əgər,

$$\frac{(K/L)_{im}}{(K/L)_x} < 1 \quad \text{olarsa, kapitaltutumlu}$$

$$\frac{(K/L)_{im}}{(K/L)_x} > 1 \quad \text{olarsa, əməktutumludur.}$$

Burada,

$(K/L)_{im}$ - 1 vahid amerikan məhsulunun idxalı üçün lazım olan kapital və əmək resursları nisbəti,

$(K/L)_x$ - 1 vahid amerikan məhsulunun ixracı üçün lazım olan kapital və əmək resursları nisbətini ifadə edir.

Başqa ölkələr də bu hesablamaları öz ölkələri üçün tətbiq etdilər. Yaponiyada Tatemoto və İçimura 1951-ci il göstəricilərinə müvafiq olaraq ölkənin kapitaltutumlu məhsulları ixrac etdiyini, əməktutumlu məhsulları isə idxal etdiyini göstərdilər. Ancaq 1950-ci illərdə Yaponiya daha çox əmək resursları ilə zəngin ölkə kimi qəbul olunurdu.

Bütün bunların nəticəsində Leontyevin hesablamaları elmə “Leontyev Paradoxsu” kimi daxil oldu. “Leontyev paradoksu” iqtisadçılar arasında təəccüb doğurmuş və teorem haqqında ciddi mübahisələrə səbəb olmuşdur.

Bir çox alimlər Leontyevin nəticələrinin xətalı olduğunu söyləyirdilər. Alim hesab edirdi ki, ABŞ-da işçilər digər ölkələrin işçilərinə görə daha üstün vəziyyətdədirlər. Bir amerikan işçisinin üç xarici işçiyə bərabər olduğunu qeyd edirdi.

Buna görə də ABŞ-ın real iş gücünü təyin etmək üçün iş gücü rəqəmlərini 3-ə vurmaq lazımdır. Bu halda ABŞ əmək resursları ilə zəngin ölkə olacaqdır.

“Leontyev paradoksu”nu dəstəkləyən bir sıra iqtisadçılar Hekşer-Olin teoremini tamamilə inkar edən fikirlər də irəli sürmüşlər. Bu fikirlərdən biri o idi ki, amerikalıların zövqləri ənənəvi olaraq kapital tutumlu texnoloji məhsula istiqamətlənmişdir və onların xaricdən bu əmtələri almaqlarında səbəb də məhz budur.

Bütün bu məhdudiyyətlərə və çatışmazlıqlara baxmayaraq, qeyd olunmalıdır ki, Hekşer-Olin və Hekşer-Olin-Samuelson teoremləri beynəlxalq ticarətin izah edilməsində böyük əhəmiyyətə malikdirlər.

Əvvəl qeyd etdiyimiz kimi müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsi iki ölkə-iki əmtəə modeli üzrə qurulmuşdu. Ancaq sonralar neoklassik məktəb tərəfindən bu nəzəriyyənin müddəalarının ikidən artıq ölkə və əmtəə üçün də keçərli olduğu sübut edilmişdir. Bu barədə öz əsərlərində ilk dəfə neoklassik məktəbin nümayəndəsi və amerikan iqtisadçısı Pol Samuelson əsaslı şəkildə bəhs etmişdir. O, müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsinin iki ölkə-iki əmtəə modeli üzərində işləyərək nəzəriyyənin müddəalarının iki ölkə-ikidən artıq əmtəə və iki əmtəə-ikidən artıq ölkə modelləri üçün də doğru olduğunu sübut etdi. Bu modellərə daha yaxından nəzər yetirək:

1. İki ölkə-ikidən artıq əmtəə modeli. Burada əmtəələrin hər iki ölkədə dəyərləri müqayisə olunaraq, əmtəələr dəyəri aşağı olandan ən yüksək olana doğru sıralanır. Bunun nəticəsində də ölkə hansı əmtəəni daha ucuz istehsal edirsə, o əmtəə ilk sıradadır, hansını daha baha istehsal edirsə, axırıncı sırada yer tutur. Başqa sözlə, ilk sıradakı əmtəələr ixrac üçün, son sıradakı əmtəələr idxal üçün nəzərdə tutulan əmtəələrdir. Onlar arasındakı sərhəd isə ölkələrin valyutalarının məzənnəsindəki fərqliliklərlə müəyyən olunur.

2. İki əmtəə-ikidən artıq ölkə modeli. Bu modeldə isə əmtəələri deyil, ölkələri müqayisəli üstünlüklər dərəcəsinə görə sıralamaq lazımdır. Hansı ölkə əmtəə üzrə daha yüksək müqayisəli üstünlüyə malik olarsa, o əmtəənin ixracını yerinə

yetirməlidir. Sıralamada ixracatçı və idxalatçı ölkələrin arasındakı sərhəd ticarət hədləri ilə müəyyən olunur.

Əslində mahiyyət etibarilə, istər iki ölkə-iki əmtəə, istərsə də bəhs etdiyimiz digər modellər üçün nəzəriyyənin müddəaları eynilə keçərlidir. Hər bir ölkə hansı əmtəə üzrə müqayisəli üstünlüyə malikdirsə, onun istehsalını təşkil edib ixracını həyata keçirərək, istehsalı daha baha başa gələn əmtəələri idxal edir.

Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələri işlənilib hazırlanarkən daha çox əmtəə və istehsal amillərinin təklifinə diqqət yetirilmiş, tələb nəzərə alınmamışdır. Ancaq tələb amilinin təsirlərinin öyrənilməsi təklif qədər mühümdür. Bunlar beynəlxalq ticarətin tarazlıq modellərində öz əksini tapmışdır.

İlk olaraq neoklassik müddəalara əsaslanan tələb və təklif balans, digər adı ilə beynəlxalq ticarətin standart modelinin formalaşma xüsusiyyətlərinə nəzər salaq. İrland iqtisadçı Frensis Ecuort və avstriya mənşəli amerikan iqtisadçı Qottfid Heberler məcmu tələbin də təsirlərini öyrənərək *standart modeli* formalaşdırdılar. Bu modeldə iki ölkə-iki əmtəə modeli əsas götürülürdü. Modelin əhatə dairəsinin əsasını məcmu tələb və təklif təşkil edirdi. Standart model “əvəzetmənin artan xərcləri” qanunauyğunluğuna əsaslanırdı. Bu isə o deməkdir ki, əmtəələrdən hər 1 vahid əlavə istehsal üçün digər əmtəənin daimi yox, artan kəmiyyəti “qurban” verilməlidir. Ticarət prosesi başlanana qədər ölkələr arasındakı balans transformasiyanın ən son hədd səviyyəsi, yəni təklif və əvəzetmənin ən son hədd səviyyəsi, yəni tələb arasındakı qarşılıqlı əlaqələr vasitəsilə saxlanılır.

Transformasiyanın ən son hədd səviyyəsi o deməkdir ki, hər əlavə 1 vahid əmtəə istehsalı üçün digər əmtəə istehsalı hansı kəmiyyətdə “qurban” verilməlidir.

Əvəzetmənin ən son hədd səviyyəsi dedikdə isə istehlakın mövcud səviyyəsi qorunmaqla hər əlavə əmtəə vahidini əldə etmək üçün “qurban” verilməli olan digər əmtəənin kəmiyyəti başa düşülür.

Ölkələr arasında balans ticarət prosesi yerinə yetirilmədiyi zamanlarda tələb və təklif vasitəsilə təmin olunur. Ticarət prosesi reallaşan zaman isə balans yerli bazarda

və xaricdə mövcud olan nisbi qiymətlərin qarşılaşdırılması və tarazlı qiymətin formalaşmasına doğru hərəkətlə təmin olunur.

C.S.Millin beynəlxalq dəyər nəzəriyyəsindən bəhs edərkən neoklassik məktəbin nümayəndəsi Alfred Marşalın tədqiqatlarında yaxından araşdırıldığını qeyd etmişdik. Alfred Marşal tərəfindən işlənib hazırlanan “*ümumi tarazlıq modeli*” məhz beynəlxalq dəyər nəzəriyyəsinə əsaslanır. Burada “qarşılıqlı tələb” anlayışı diqqət çəkir. Qarşılıqlı tələb göstəricisi ölkəni müxtəlif kəmiyyətlərdə əmtəə ixracı həyata keçirməsinə sövq etmək üçün nə qədər digər əmtəə idxalının lazım olduğunu göstərir.

Modelin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, yerli və xarici bazarlarda əmtəəyə tələb və təklifin eyni zamanda bərabərləşməsi ümumi tarazlığın əldə olunmasına gətirib çıxarır.

Klassik və neoklassik nəzəriyyələrin hər birinin mahiyyətini araşdırdıqdan sonra praktiki baxımdan tətbiqi üçün bəzi məhdud cəhətləri olduğu aydınlaşır. Məhz bu səbəbdən ötrü də XX əsrin II yarısında beynəlxalq ticarətin inkişafını öyrənən bir sıra iqtisadçılar yeni nəzəriyyələr axtarışında idilər.

Bu nəzəriyyələrdən biri Pol Samuelson və Ronald Con tərəfindən işlənib hazırlanan *spesifik istehsal amilləri nəzəriyyəsi* olmuşdur. Nəzəriyyə haqqında ilk mülahizələr 1941-ci ildə nəşr olundu.

Bu nəzəriyyənin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, ölkələrin spesifik istehsal amilləri ilə qeyri-bərabər təmin olunması nəticəsində əmtəələrin nisbi qiymətlərində fərqlər meydana çıxır. Beynəlxalq ticarətin də əsasında məhz bu fərqlər dayanır. Başqa sözlə, ölkələr istehsal amilləri ilə fərqli səviyyələrdə təmin olunmuşlarsa, əmtəə təklifində və nisbi qiymətlərində yaranan fərqlər ölkələrin ticarətə meyl etməsinə şərait yaradır. Bu isə ixrac üçün spesifik istehsal amillərinin sahiblərinin gəlirlərini artırırsa, idxaləvəzəddici sektorlar üçün spesifik istehsal amilləri sahiblərinin gəlirlərinin aşağı düşməsi ilə nəticələnir.

Yeni istiqamətə daxil edilən nəzəriyyələrə Stolper və Samuelson tərəfindən hazırlanan *əmtəələrin qiymətinin dəyişməsinin istehsal amillərinin qiymətinə təsiri*

nəzəriyyəsini, həmçinin Rıbcınskinin *amillərin artımının istehsal artımına təsiri* nəzəriyyəsini misal göstərmək olar.

P.Samuelson V.F.Stoplerlə birlikdə 1941-ci ildə klassiklərin azad ticarətin rifahı yüksəltdiyi və proteksionizmin isə ölkəyə zərər yetirdiyi fikrinə qarşı çıxaraq bir nəzəriyyə işləyib hazırladılar. Bu nəzəriyyə Stolper-Samuelson teoremi də adlanır. Teoremin mahiyyəti odur ki, əgər əmtəənin qiyməti artarsa, bu əmtəənin istehsalında daha çox istifadə edilən istehsal amillərinin də qiymətində artım olacaqdır və ya əksinə olaraq hansı əmtəənin qiymətində azalma müşahidə olunarsa, bu zaman o əmtəənin istehsalında daha çox istifadə olunan amilin qiyməti də azalacaqdır. Proteksionizm ölkə iqtisadiyyatına zərər yetirsə də, idxaləvəzedici sektor üçün mənfəətli olacaqdır.

Rıbcınski teoreminin mahiyyəti isə o idi ki, iki əmtəə və iki amilin olduğu bir modeldə, tam məşğulluq vəziyyətində əgər bir amilin təklifi artırılarsa, onun intensiv olaraq istifadə edildiyi əmtəənin istehsalı genişlənəcəkdir, digər əmtəə istehsalında isə azalma olacaqdır və bu zaman idxal əmtəələrinə ehtiyac duyulacaqdır. Əksinə, əgər daha məhdud olan istehsal amilindən istifadə artarsa, bu idxaləvəzedici sektorlarda istehsalın genişlənməsinə və idxala ehtiyacın azalmasına səbəb olacaqdır.

Rıbcınski teoremi “holland sindromu”nu ümumiləşmiş şəkildə izah edən bir nəzəriyyədir. Burada göstərilir ki, hər hansı bir sahədə və ya sahələrdə istehsal və ixrac intensiv artarsa, digər sahələrdə istehsal tənəzzülə uğrayar və idxal əmtəələri getdikcə çoxalmağa başlayar. Hətta böhran vəziyyəti belə müşahidə oluna bilər ki, bunun da nəticəsində desənayeləşmə meydana çıxar.

Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələri formalaşan zaman heç bir nəzəriyyədə izahına yer verilməyən bir hal 1960-cı illərin əvvəllərindən başlayaraq inkişaf etmiş ölkələrin ticarətində müşahidə olunmağa başladı. Bu differensiallaşmış əmtəələrlə ticarət idi. Daha sonralar macar iqtisadçısı Bella Balassa tərəfindən bu vəziyyət izah edildi.

Differensiallaşma mövqeyindən beynəlxalq ticarət iki hissədən ibarətdir:
Sahədaxili və sahələrarası ticarət

Sahədaxili və sahələrarası ticarətin fərqləri aşağıdakılardır:

Sahədaxili ticarət

- Ticarətin inkişafı ölkələrin istehsal amilləri ilə eyni cür və ya çox yaxın təmin edilməsi şəraitində mümkün olur.
- Əmtəələrin differensiasiyasını əks etdirir.
- Bütün istehsal amilləri üzrə gəlirlərin artımına səbəb olur.
- Ölkələr bir-birilə hissə, komponentlərlə və differensiallaşmış əmtəələrlə ticarət edirlər.
- Ticarət edən ölkələr əsasən inkişaf etmiş və eyni ölçüyə malik ölkələrdir.

Sahələrarası ticarət

- Ticarətin inkişafı ölkələrin istehsal amilləri ilə fərqli şəkildə təmin edilməsi şəraitində mümkün olur.
- Ölkələrin əmtəə istehsalı müqayisəli üstünlüklərini əks etdirir.
- Ölkədə bol olan istehsal amilləri üzrə gəlirlərin artımına səbəb olur.
- Ölkələr hazır məhsullarla və homogen əmtəələrlə ticarət edirlər.
- Ticarət edən ölkələr əsasən inkişaf etmiş, inkişaf etməkdə olan və müxtəlif ölçüyə malik ölkələrdir.

Yuxarıda sadalanan nəzəriyyələr beynəlxalq ticarətdə təklif amilinin rolunu əsas götürən nəzəriyyələr idi. Ancaq beynəlxalq ticarətdə tələb amilinin rolunu vurğulayan bir sıra nəzəriyyələr də olmuşdur. Bunlardan biri Staffan Linderin əsasını qoyduğu *kəşişən tələb nəzəriyyəsidir*. Nəzəriyyədə vurğulanır ki, idxalçı ölkədəki tələb ölkənin ixracının strukturuna təsir edir. Əmtəələrin çox az hissəsi ixrac məqsədilə, böyük hissəsi isə yerli bazarda satmaq üçün istehsal edilir. İxrac üçün əsas şərt ilk növbədə əmtəənin yerli bazarın tələbini tam təmin etməsidir. Yerli istehlakçıların tələbi tam ödəndikdən sonra əmtəə dünya bazarına çıxarıla bilər. Eyni zamanda əmtəənin satışının xaricdə uğurla həyata keçirilməsi meyarı, məhz tələbin ixrac edən ölkədəki tələbin strukturuna uyğun olmasıdır.

S.Linderin fikrincə, istehlakçıların gəlirləri nə qədər yüksək olarsa, onların tələbatı daha keyfiyyətli məhsullara yönələcəkdir. Bu səbəbdən də yüksək gəlir səviyyəsinin təsiri ilə formalaşan tələbin strukturu həm ixrac edən, həm də idxal edən ölkələrdə nə qədər üst-üstə düşərsə, onların bir-birilə ticarət əlaqələri də yüksək inkişaf edər və ölkələr arasında müəyyən fərqlər olsa da, onlar arasındakı bənzərliklər ticarətin həyata keçirilməsində həvəsləndirici rol oynayır.

Daha əvvəl qeyd etdik ki, Hekşer-Olinin istehsal amillərinin nisbəti nəzəriyyəsinin praktikada öz təsdiqini tapmaması “Leontyev paradoksu”nda şərh olunmuşdur. Odur ki, əməklə zəngin ölkələr kapitaltutumlu, kapitalla zəngin ölkələr isə əməktutumlu əmtəə ixrac edirlər. Məhz bu ziddiyyəti izah etmək üçün istehsal amillərinin reversi anlayışından istifadə edilmişdir.

Bu anlayış ilk dəfə B.Minxas tərəfindən 1960-cı illərin əvvəllərində izah olunmuşdur. Onun fikrincə, ölkədəki amillərin bolluğu ilə əlaqədar olaraq, eyni bir əmtəə bir ölkədə əmək boldursa, əməktutumlu olduğu halda, digərində kapital bol olarsa, kapitaltutumlu ola bilər.

Fransa şərab istehsalı üzrə dünyada tanınan əsas ölkələrdən biridir. Kapitalla zəngin ölkə olduğu üçün burada istehsal olunan şərab da kapitaltutumlu əmtəə olacaqdır. Lakin Cənubi Amerika ölkələrindən dünya bazarına çıxarılan şərablar isə əmək amilinin bu ölkələrdə bol olması ilə əlaqədar olaraq əməktutumlu əmtəə kimi çıxış edəcəkdir. Belə ölkələrə misal olaraq Çilini göstərmək olar.

Bir sıra iqtisadçılar klassik nəzəriyyələrin müddəalarının beynəlxalq ticarəti izah etməkdə yetərli olmadığı qənaətinə gələrək alternativ nəzəriyyələr, modellər yaratdılar. Bu zaman bazardakı monopoliya faktorları və istehsal amillərinin istifadəsindəki fərqliliklər nəzərə alınmaqla yeni nəzəriyyələr formalaşdırıldı.

Bu kateqoriyaya aid olan modellərdən biri ticarəti məştab effektindən istifadə etməklə izah etmişdir.

Məştab effekti *xarici və daxili* olmaqla iki yerə ayrılır:

Masştabın xarici effekti – sektorda istehsal masştabı artarsa, bu müəssisədə əmtəə vahidinə çəkilən xərcləri azaldar. Masştabın xarici effektinin təsiri ilə o müəssisələrin sayının artımı müşahidə olunur ki, onlar bir əmtəə istehsalı ilə məşğuldurlar. Müəssisənin ölçüsündə heç bir dəyişiklik olmur. Bazarda rəqabət də məqbul səviyyədədir. İxracatçılar qiymətlərə təsir edə bilmirlər və bu qiymətlərlə əmtəələri istədikləri qədər sata bilirlər. Kompyuter sənayesini bunu misal göstərmək olar. Sənaye inkişaf etdikcə ixtisaslaşma artır və həmin müəssisələrdə xərclərin aşağı düşməsi müşahidə edilir.

Masştabın daxili effekti – müəssisənin istehsal masştabı artarsa, müəssisə çərçivəsində əmtəə vahidinə çəkilən xərclər azalar. Masştabın daxili effektinin təsiri ilə isə əmtəə istehsalının artımı və ya azalması deyil, o əmtəənin istehsalını həyata keçirən təsərrüfat subyektlərinin sayının azalması baş verə bilər. Bu zaman qeyri-təkmil rəqabət yaranar ki, bu isə istehsalçıların istədikləri qiymətdən əmtəə satışını həyata keçirmələri və qiymət azalması vasitəsilə satışın həcmnin artırılması ilə nəticələnə bilər. Məsələn, avtomobil sənayesində bu hal müşahidə olunur. Bir il ərzində avtomobil istehsal edən kiçik firmaların xərcləri iri istehsalçı firmaların xərclərinə nisbətə daha yüksək olur.

Bir sözlə, *masştab effekti* dedikdə, istehsal amilləri ilə eyni səviyyədə təmin olunmuş ölkələrin bir-birilə ticarəti, eyni zamanda texnoloji inkişaf baxımından yaxın ölkələrin ticarəti başa düşülür.

Beynəlxalq ticarətin müasir nəzəriyyələrindən biri də texnoloji fərq teoremidir. Texnoloji fərq hipotezini M. Pozner 1961-ci ildə irəli sürmüşdür. Hipotezin mahiyyətinə görə, sənaye ölkələri arasında həyata keçirilən ticarətin böyük qismi yeni əmtəə istehsalına əsaslanırdı. Bu əmtəələr isə sənaye ölkələrindəki novator firmalar tərəfindən istehsal olunur. Kəşf olunan hər yeniliyin qorunması patent və əqli mülkiyyət hüquqları ilə həyata keçirilir. Başqa sözlə, yeniliyi kəşf edən firma inhisarçılıq fəaliyyəti ilə məşğul olur. Digər firmaların bu yeniliklərdən istifadəsi qanunla qadağan edilir.

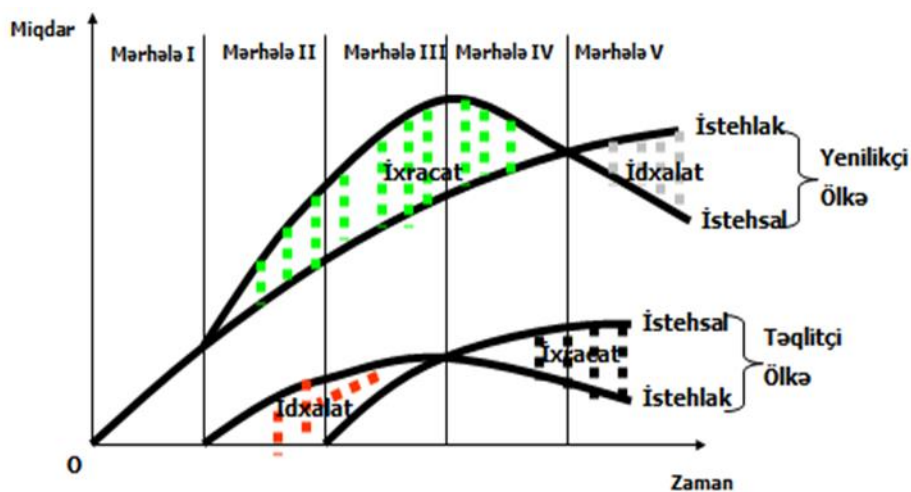
Bu teoremə görə, hər yeni əmtəə kəşf edən ölkə bu əmtəənin ixracını da ilk dəfə həyata keçirmə hüququna malik olur. Zaman keçdikcə isə bu əmtəənin ixracını digər ölkələr də həyata keçirə bilər. Bu ya əmtəənin təqlidinin yaradılması, ya da digər ölkələr üçün sərbəst əmtəə vəziyyətinə gəlməsi ilə reallaşır. Çox zaman ilk ixracatçı ölkə ilə müqayisədə digər ölkələrdə təbii resursların bolluğu və ya əməyin ucuzluğu səbəbindən istehsal daha ucuz başa gəlir. Beləliklə, inkişaf səviyyəsinə görə daha zəif ölkələr də bu əmtəənin ixracını həyata keçirə bilər. Sonda isə ilk ixracatçı ölkə digər ölkələrlə rəqabətdə uduzduğu üçün bu əmtəənin idxalçısına çevrilir.

Texnoloji fərq teoreminin daha inkişaf etmiş forması Raymond Vernon tərəfindən 1966-cı ildə irəli sürüldü. Bu nəzəriyyənin adı *əmtəənin həyat dövrü* idi.

Nəzəriyyənin mahiyyəti odur ki, bəzi ölkələr mövcud əmtəələr üzrə ixtisaslaşsın, bəziləri yeni əmtəələr üzrə ixtisaslaşmağı seçirlər. Hər yeni əmtəə öz həyat dövrünü tamamladıqda, yəni köhnəldikdə istehsalın coğrafi məkanı da dəyişir. Bu nəzəriyyəyə görə, yeni əmtəə istehsalı əvvəlcə kiçik həcmdə həyata keçirilir. İstehsaldakı problemlər aradan qaldırıldıqca istehsalda genişlənmə başlayır.

Qrafik 1.1.

Əmtəənin həyat dövrü mərhələləri



Mənbə: Elşən Bağırzadə. Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər fənnindən "Müasir beynəlxalq ticarət nəzəriyyələri" təqdimatından götürülmüşdür.

İlk mərhələdə həyata keçirilən istehsal yerli tələbi ödəmək məqsədi daşıyır. Bu zaman istehsal istehlakçıya yaxın ərazilərdə qurulur və yeni texnologiyalar yerli firmalarda cəmlənmişdir.

İkinci mərhələdə istehsal sürətlənir, əmtəənin satışı ilk növbədə yerli tələbi ödəməyə yönəlir, sonra isə ixracı həyata keçirilir. Əmtəənin daxildə istehsal və istehlakının artması ilə, eyni zamanda xaricdən tələbin də olması nəticəsində artım tempi yuxarıya doğru istiqamətlənir. Yeni texnologiyalar bu mərhələdə də istehsalçı firmanın əlində cəmlənmişdir.

Üçüncü mərhələyə keçilməsi isə artıq istehsal texnologiyasının standartlaşması ilə baş verir. Bu zaman firma həm daxildə, həm də xaricdə texnoloji lisenziya verməyi mənfəətli hesab etməyə başlayır. İstehsal əmək haqqlarının səviyyəsinin daha aşağı olduğu ölkələrə yönəldilir. Bunun səbəbi standart istehsalın dəyərini aşağı salmaqdır. Əmtəəni ixtira edən ölkədə əməyin əsasını ixtisaslı işçi qüvvəsi təşkil etdiyi üçün istehsal dəyəri də yüksək olur. Ancaq yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsinə ehtiyac duyulmayan bu mərhələdə istehsalın digər ölkələrə yönəldilməsi daha düzgün hesab olunur. Novator ölkə hələ bir qədər əmtəə istehsal edir. Lakin əmtəənin lisenziyasını alan yeni istehsalçılar ixrac bazarlarını ələ keçirirlər. Buna kömək edən faktor yeni istehsalçıların daha aşağı xərclərə malik olmalarıdır. Bunun nəticəsində novator ölkənin ixrac tempində azalma müşahidə olunur.

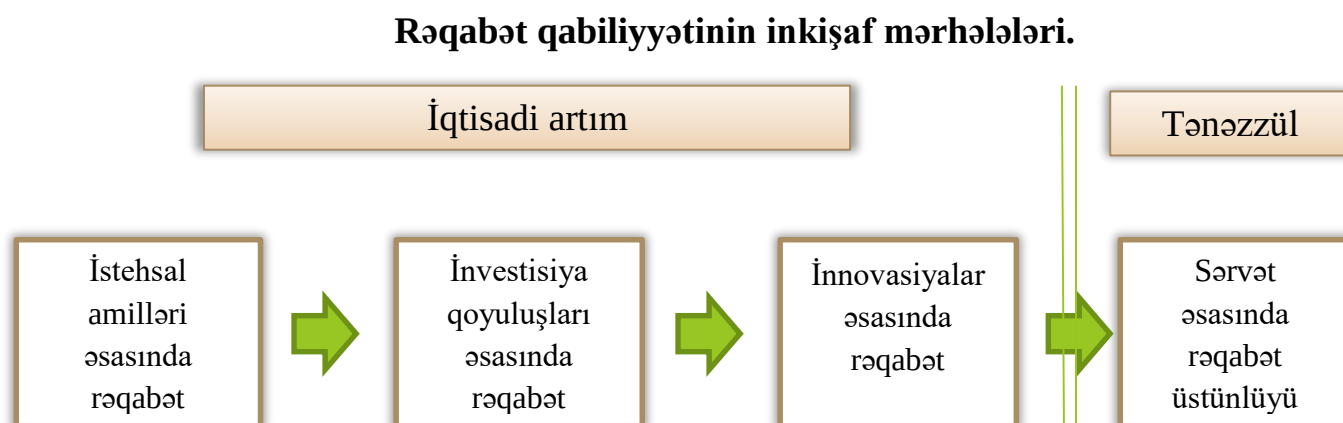
Novator ölkədə yerli bazarın tələbatının ödənilməsi idxal hesabına yerinə yetirilirsə, artıq dördüncü mərhələ başlayır. Bu mərhələdə texnologiya sərbəst əmtəə kimi bütün dünya dövlətlərinə yayılır və istehsalın məhdudlaşmasına səbəb olan lisenziyaların müddəti də qurtarır. Dördüncü mərhələdə artıq daxili bazarın itirilməsi və istehsalın aşağı düşməsi müşahidə edilir.

Və əmtəənin həyat dövrü novator ölkə öz daxili bazarını tamamilə itirdiyi zaman tamamlanır. Bu zaman ölkədə daxili istehlak olur. Ancaq istehlakın ödənilməsi tamamilə idxal məhsulları ilə həyata keçirilir. Yeni texnologiya axtarırlar başlayır. Bu proseslər kəsilməz olaraq davam edir.

XX əsrin 80-ci illərində Amerikan iqtisadçı Maykl Porter *ölkələrin rəqabət üstünlükləri nəzəriyyəsi*ni işləyib hazırladı. Bu nəzəriyyə beynəlxalq ticarət nəzəriyyələrinin inkişafında xüsusi rola malikdir. Nəzəriyyədə həm klassik, həm neoklassik, həm də texnologiya məktəbin fikirlərindən istifadə olunaraq bir konsepsiya formalaşdırılmışdır.

M.Porter hesab edirdi ki, dünyada bütün ölkələr iqtisadi inkişafa nail olana qədər bir sıra mərhələlərdən keçirlər və bu ölkələrin dünya bazarında rəqabət apara bilmə qabiliyyəti iqtisadi inkişafdan asılı olaraq müəyyən olunur. M.Porter ölkələrin rəqabət qabiliyyətinin inkişaf mərhələlərini belə göstərirdi:

Sxem 1.2



Mənbə: M.Porter. "The competitive advantage of nations", New York, 1990 materialı əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Birinci mərhələdə ölkələrin rəqabət üstünlüyü istehsal amilləri əsasında müəyyən olunur. Rəqabət əmtəələrin qiymətlərini ucuzlaşdırmaqla reallaşır. Müəssisələr daha çox ucuz təbii resurslardan və işçi qüvvəsindən istifadə edərək istehsalı həyata keçirirlər. Texnolojik və innovativ irəliləyişlər müşahidə olunmur. Texnologiya ilə təmin olunma xarici şirkətlər tərəfindən investisiya formasında həyata keçirilir. Dünya bazarına daha çox hasilat sənayesi məhsulları çıxarılır və ən kiçik qiymət dəyişikliyinə belə ölkəyə təsirləri çox güclü olur. Əmtəə istehsalı zamanı istifadə

edilən resursların azalması və ya tükənməsi, eləcə də qiymət dəyişiklikləri ölkənin iqtisadi gücünə zərər yetirərək bir sıra təhlükələrlə üzləşməsinə səbəb ola bilər.

İkinci mərhələ isə rəqabət üstünlüyü investisiya qoyuluşları nəticəsində əldə edildiyi üçün yerli şirkətlərin qoyuluş etməyə hazır olduğu andan etibarən başlanır. Bu zaman rəqabət üstünlüyü qazanmaqdan ötrü ölkə texnologiyaları təkmilləşdirməklə istehsalı həyata keçirir. Birinci mərhələdə xarici şirkətlərin texnologiya ilə təmin olunmanı öz öhdəsinə götürməsi bu mərhələdə artıq yerli şirkətlərin texnologiyaları təkmilləşdirmək məqsədilə etdikləri investisiyaların təsiri ilə aradan qaldırılır. Ölkədə investisiya qoyuluşları artdığı üçün istehsal amillərindən də istifadə daha səmərəli şəkildə həyata keçirilir. Şirkətlər xaricdən lisenziya alırlar və xarici bazarlara çıxaraq alıcılar ilə birbaşa əlaqələr yaradırlar.

Üçüncü mərhələ texnologiyanın inkişafının daha da artması ilə müşayiət olunur. Artıq şirkətlər öz texnologiyalarını yaradırlar. Şirkətlər xarici bazarlarda daha effektiv fəaliyyət həyata keçirməkdən ötrü bir sıra strategiyalar hazırlayaraq, qlobal bazarda öz satış şəbəkəsini qurur, beynəlxalq arenada iqtisadi rolunu daha da artırmaq üçün çalışırlar.

Dördüncü mərhələyə qədəm qoyan ölkə iqtisadiyyatının yavaş-yavaş tənəzzül dövrünə keçidi müşahidə olunur. Bu mərhələdə artıq iqtisadi artım nəticəsində əldə olunan sərvət itməyə başlayır və varlı təbəqənin tələbləri sayəsində yeni sahələr yaranır. Rəqabət üstünlüyünə malik olan ənənəvi sahələr öz yerini yeni sahələrə buraxır. Şirkətlər artıq rəqabət strategiyalarına yox, korporativ əlaqələrin qurulmasına üstünlük verirlər.

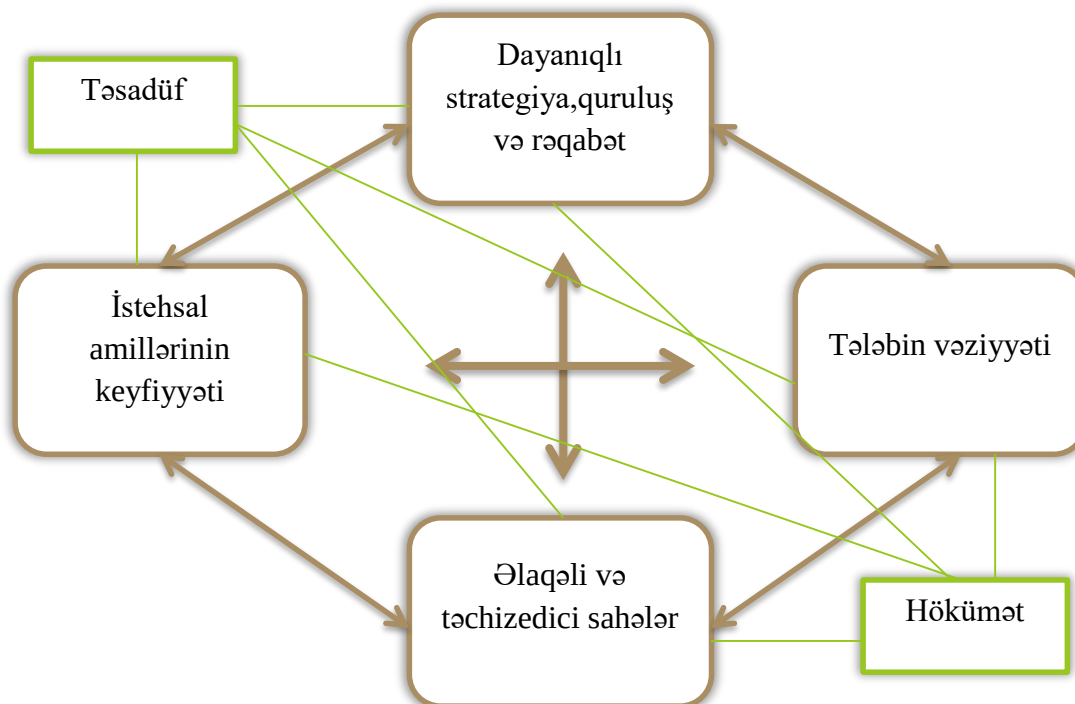
Beləliklə, Porterin göstərdiyi rəqabət qabiliyyətinin inkişaf mərhələlərindən aydın olur ki, ilk üç mərhələdə iqtisadi artım, dördüncü mərhələdə zəifləmə dövrü müşahidə olunur.

M. Porter şirkətlərin qlobal bazarda uğurlarına təsir göstərə biləcək determinantları dörd qrupda birləşdirmişdir. Bu determinantlar ölkənin rəqabət

üstünlüklərini əks etdirir. İqtisadi ədəbiyyatlarda “*Almaz romb*” və ya “*Porter rombu*” adlandırılır. Bu determinantların sxem şəklində təsviri belədir:

Sxem 1.3

M.Porterin “almaz romb”



Mənbə: M.Porter. "The competitive advantage of nations", New York, 1990 materialı əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

1. Amillərin şəraiti və ya istehsal amillərinin keyfiyyəti. Klassiklərin baxışlarında əks olunurdu ki, ölkələr o məhsulların ixracını həyata keçirir ki, istehsal zamanı istifadə olunan amillər ölkədə boldur. Ancaq zaman keçdikcə bu mülahizələr öz qüvvəsini itirmişdir. Belə ki, hazırda inkişaf etmiş dünya ölkələrinin əksəriyyətində istehsal yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsi, texnologiyalar, innovasiyaların təsiri ilə reallaşdırılır. Ölkələrin resurslarla hansı səviyyədə təmin olunmasından çox onun səmərəliliyi, istehsalda tətbiqi daha mühüm əhəmiyyətə malikdir. İstehsal amillərinin keyfiyyəti ölkənin təbii resurslarının, eyni zamanda kapital və infrastruktur

amillərinin keyfiyyətindən, ölkədə yayılma dərəcəsiindən və effektivliyindən asılı olmaqla, həmçinin coğrafi mövqeyinin də təsiri ilə formalaşır.

2. Tələbin vəziyyəti. Beynəlxalq rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsində tələbin rolunun əhəmiyyəti ilk baxışdan görülməyə bilər. Lakin xüsusilə, yerli tələbin strukturu şirkətlərin beynəlxalq bazarlarda uğuru üçün mühüm rola malikdir. Şirkət ilk növbədə yerli istehlakçıların tələbatlarını qarşılamağa çalışdığı üçün məhsullar da yerli istehlakçıların zövqlərinə, keyfiyyət parametrlərinə uyğun olaraq hazırlanır. Bu tələbkərlilik şirkətləri daha yüksək keyfiyyətdə məhsul istehsal etməyə sövq edir ki, məhsul çeşidini artırmaqla, yeni texnologiyalar tətbiq etməklə şirkət beynəlxalq bazarda da uğur qazanır. Ancaq bəzən daxili tələbə uyğun rəqabət strategiyasının qurulması yaxşı nəticələnməyə də bilər. Buna ən böyük misal kimi Amerika avtomobil sənayesi göstərilə bilər. Odur ki, Amerikada daxili tələblərə uyğun olaraq böyük həcmli avtomobillər istehsal olunur. Ancaq dünya bazarlarında daha kiçik həcmli Yapon, Avropa avtomobillərinə tələbin daha çox olduğu məlumdur. Zaman keçdikcə hətta ABŞ-ın yerli vətəndaşları da yapon avtomobillərindən istifadəyə üstünlük verdilər.

3. Əlaqəli və təchizedici sahələr. Bu determinantın da şirkətlərin beynəlxalq bazarlarda üstünlük qazanmasında rolu böyükdür. Təchizedicilər beynəlxalq arenada uğur qazanmaqla yanaşı, həm də öz ölkələrində də təchizatını təmin etdikləri şirkətlərin uğur qazanmasında rol oynayırlar. Təchizedicilər yerli şirkətləri daha sərfəli texnologiya və avadanlıqlarla təchiz etməklə şirkətin uğuruna dəstək olurlar. Misal olaraq İtaliyanın zərgərlik məhsulları istehsal edən şirkətlərini göstərmək olar. Bu şirkətlərdə zərgərlik məhsulları hazırlamaq üçün istifadə edilən dəzgahlar məhz yerli təchizedicilər tərəfindən təmin olunur. Bunlar işçi qüvvəsinə tələbin də artmasına gətirib çıxarır. Çünki təchiz edilən texnologiyayı istifadə etmək üçün ixtisaslı işçi qüvvəsinə ehtiyac vardır.

Bir də əlaqəli (qohum) şirkətlərin təsirləri də vardır ki, ölkə iqtisadiyyatında şirkətlərin inkişafına mühüm təsiri olan faktordur. Qohum şirkətlər – bir-birini

tamamlayan məhsul istehsalını həyata keçirən şirkətlərdir. Burada əsas diqqət eyni istehlakçı qrupunun tələblərini ödəməyə yönəlmişdir. Məsələn, ABŞ-da kompyuter sənayesinin inkişafı nəticəsində kompyuter satışının çoxalması bir müddət sonra proqram təminatı, texniki xidmətlər və s. istehsalı ilə məşğul olan milli şirkətlərin yaranması ilə nəticələndi. Yəni bir şirkətin beynəlxalq bazarda uğuru əlaqəli şirkətlərin də inkişafına təkan verən amildir.

4. Dayanıqlı strategiya, quruluş və rəqabət. Şirkətlərin yaradılması və idarə olunması üçün formalaşmış şəraiti və daxili bazardakı rəqabətin xarakterik cəhətlərini əks etdirən bu determinant şirkətlərin idarə olunması xüsusiyyətlərini, eyni zamanda onlar arasındakı rəqabətin təsirlərini ifadə edir.

Beynəlxalq bazarlarda müxtəlif ölkələrin şirkətlərinin təmsil olunması xüsusiyyətlərinə baxdıqda, məsələn, İtaliyanın kiçik və orta şirkətlərinin global bazarda üstünlük təşkil etdiyini görürük. Bu şirkətlər daha çox ailə biznesi formasındadır və idarəçilik miras formasında ötürülür. Lakin Almaniyada isə idarəçilik daha ixtisaslı mütəxəssislərə həvalə olunmuşdur və iyerarxiyaya malik şirkətlər üstünlük təşkil edir. Ölkələr arasında fərqliliklər onların biznes dəyərlərinin fərqli olması və mentalitetlər kimi faktorlardan irəli gəlir.

M. Porterin rəhbərliyində dörd əsas determinant olsa da, daha sonralar iki amil də əlavə olunmuşdur. Bunlar təsadüf və hökumət amilləridir.

M. Porter *təsadüf amillərinə* ixtiraçılıq, neft böhranlarının baş verməsini, bir sıra texnoloji nailiyyətləri, maliyyə və valyuta bazarlarında baş verən dəyişiklikləri, hökumətlərin siyasi qərarlarını, müharibələri aid edirdi.

Hökumət amilləri isə digər dörd amilə təsir göstərə bilmə qabiliyyətinə malik amillərdir. Digər amillərə aşağıdakılar vasitəsilə təsir göstərir.²

- istehsal ünsürləri amilinə - subsidiyalar, kapital bazarlarının stimullaşdırılması;
- tələb amilinə - müxtəlif standartların tətbiqi, dövlət sifarişləri;

² R.M. Məmmədov. Beynəlxalq iqtisadi rəqabət qabiliyyəti və onu formalaşdıran amillər. Azərbaycan Vergi jurnalı. 5/2013. s. 131-146.

- təchizedici və əlaqəli şirkətlər amilinə - reklam-irəlilətmə vasitələri üzərində nəzarət və infrastrukturun inkişafı siyasəti;
- şirkətlərin strategiyası, quruluşu və rəqabəti amilinə - vergi siyasəti, anti-inhisar qanunvericiliyi, investisiyaların tənzimlənməsi və səhm bazarının stimullaşdırılması tədbirləri ilə.

M.Porterin fikrincə, daxili bazarda rəqabət mütləq olmalıdır. Bu istehsalın inhisarçılığının qarşısını almaqla səmərəliliyi artırır. Daxili bazarda rəqabət xaricə məhsul ixracını stimullaşdırır. Xarici bazarlarda uğur əldə etmək üçün daxili rəqabətcababiliyyətliliyi yüksəltmək lazımdır.

1.2. İxrac potensialının mahiyyəti, strukturu və ona təsir edən amillər.

Sənaye inqilabı ilə başlayan proses, dünya tarixində daha əvvəl heç görülməyən bir hadisənin - qlobal integrasiyanın gerçəkləşməsini təmin etmiş, baş verən inkişaf ilə dünya ticarətinin hər keçən gün əhəmiyyəti artmışdır. Dünya ticarəti proteksionizm və azad ticarət siyasətləri arasında baş verən müzakirələr kontekstində inkişaf etmişdir. Ötən əsrdə proteksionizm və azad ticarət arasında gedən mübahisələr getdikcə yerini azad ticarət məqsədli siyasi münasibətlərə buraxmışdır.

1980-ci illərdə ortaya çıxmağa başlayan və 1990-cı illərdə sürətlənən kommunikasiya texnologiyalarındakı inkişaf və beynəlxalq siyasətdə baş verən dəyişikliklər ticarətə də təsirsiz ötüşməmiş, SSRİ-nin dağılması, Çin Xalq Respublikasının liberal siyasət həyata keçirməyə başlaması və Avropanın vahid iqtisadi blok olaraq ortaya çıxması dünya ticarəti baxımından mühüm irəliləyişlər olmuşdur. 1995-ci ildə Dünya Ticarət Təşkilatının yaradılması isə dünya ticarəti baxımından digər bir mühüm hadisədir.

Dünya ticarətinin dinamikası son 10 ildə qloballaşmanın təsirləri ilə, nəqliyyatda sərhədlərin aradan qalxması, kommunikasiya və informasiya texnologiyalarının yüksək inkişafı, eləcə də regional integrasiya proseslərinin də intensivləşməsi nəticəsində yüksəlmişdir. Digər tərəfdən Dünya Ticarət Təşkilatı kimi bir sıra beynəlxalq və regional təşkilatların sayəsində ölkələr arasında iqtisadi əlaqələrin güclənməsi ilə bir çox ticarət müqavilələri imzalanmış və dünya ticarətində əvvəlki illərlə müqayisədə sürətli artım müşahidə edilmişdir. Dünya ticarətindəki sürətli artım isə ölkələr arasında ticari əlaqələrin möhkəmlənməsinə və bunun nəticəsində ixrac prosesinin dərinləşməsinə gətirib çıxarmışdır.

Ölkələrin xarici bazara məhsul və xidmət ixracına bir sıra proseslər təsir göstərir. Ölkələrin istehsal etdikləri məhsul və xidmətlərin dünya bazarına çıxarılmasına təsir edən proseslər sırasında ölkənin dünya təsərrüfat sisteminə qoşulmaqla əlaqələrinin möhkəmlənməsini xüsusilə qeyd etməliyik. Bu əlaqələr ilk növbədə daxili istehsalın

artırılmasında xüsusi rola malik olmaqla bərabər, bir növ istehsalın genişlənməsi üçün investisiya kimi çıxış edir. Bu səbəbdən ölkələr üçün xarici bazara istiqamətlənən məhsul və xidmət ixracının genişləndirilməsinin əhəmiyyəti böyükdür.

Xarici bazara əmtəə və xidmətlərin çıxarılması ixrac prosesinin reallaşması deməkdir. Bəs ixrac dedikdə nə nəzərdə tutulur?

İxrac dedikdə - əmtəə, xidmətlərin, kapitalın və eləcə də intellektual fəaliyyətin nəticələrinin ölkə ərazisindən çıxarılmaqla, xarici ölkələrə daşınıb aparılması nəticəsində reallaşan proses başa düşülür. Ancaq çox vaxt məhsulların ölkə sərhədindən çıxarılmadan xarici hüquqi və fiziki şəxslərə satılması da ixraca aid edilir. Həmin məhsullar ölkə sərhədindən çıxarılıb, xarici ölkənin dövlət sərhədindən keçirildiyi andan xarici ticarət əməliyyatı, yəni ixrac prosesi yerinə yetirilmiş sayılır. Bu zaman artıq məhsul xarici istehlakçıların istifadəsinə təqdim edilir və bütün mülkiyyət hüquqları xarici ölkənin öhdəliyinə keçir.

Bir sıra ədəbiyyatlarda ixraca müxtəlif təriflər verilir. Bu təriflər arasında məzmun etibarilə bir-birinə bənzərlik olsa da, hər tərifdə ixrac prosesinə müxtəlif mövqelərdən yanaşılır. Məsələn, ixrac, statistik nöqteyi-nəzərdən belə izah olunur:³

- ölkədə istehsal olunan və ya hasil olunan, eləcə də əvvəllər emal olunmaq, qablaşdırılmaq məqsədilə xarici ölkədən gətirilmiş əmtəələrin ölkədən çıxarılması;
- əvvəlcədən xarici ölkədən gətirilərək emal olunması gömrük orqanlarının nəzarəti altında həyata keçirilən əmtəələrin ölkədən çıxarılması;
- əvvəlcədən xaricdən gətirilmiş, lakin ölkədə heç bir emala məruz qalmamış əmtəələrin ölkədən çıxarılması.

Sonuncu halda əmtəələrin ölkədən çıxarılması *reixrac* adlanır. Bu əməliyyata daha çox beynəlxalq hərraclarda və birjalarda rast gəlmək olur. Reixrac əməliyyatlarından firmalar ayrı-ayrı ölkə bazarlarında əmtəələrin qiymətlərinin müxtəlif olması ilə əlaqədar daha yüksək mənfəət qazanmaq üçün istifadə edirlər.

³ Ə.H.Ələkbərov, A.Ə.Əlizadə. Beynəlxalq marketinq. Bakı – 2008, s.202

İxrac məcmu təklifi və məcmu tələbi stimullaşdıran prosesdir. Bu proses nəticəsində ölkə iqtisadi inkişafa nail olur, iqtisadiyyatın dinamik artımı müşahidə edilir. İxracın məcmu tələbi stimullaşdıran təsirləri kimi işçilərin əmək haqqının yüksəlməsini qeyd etmək olar. Eyni zamanda ixrac firmalara əlavə gəlir gətirərək inkişafına kömək etməklə, əslində ölkə iqtisadiyyatının da bütövlükdə inkişafına təkan verir. İxrac əməliyyatlarının genişlənməsi, təbii resurlardan daha səmərəli istifadə edilərək, daha yüksək rəqabətqabiliyyətli məhsulların istehsalının gerçəkləşdirilməsinə, ölkənin xarici valyuta ehtiyatlarını artırmaqla bərabər, tədiyyə balansında müsbət saldonun yaranmasına, işsizliyin aradan qaldırılması ilə əhəlinin rifah halının yüksəldilməsinə və beləliklə, ölkədə iqtisadi artımın yüksək səviyyəsinin təmin olunmasına gətirib çıxarır. Burada təkcə ixracın həcmünün artırılmasından deyil, əmtəə və xidmət çeşidinin artırılaraq struktur baxımdan müxtəlifliyin yaradılmasından söhbət gedir. Ölkə daha yüksək dəyərə malik olan əmtəə və xidmətləri ixrac edir. Çünki bu ölkəyə daha çox gəlir gətirir. Buradan belə nəticə çıxarılır ki, iqtisadi artımın yüksək səviyyəsi daha yüksək dəyərə malik olan müxtəlif çeşidli əmtəə və xidmətlərin ixracı həyata keçirilərək ölkəyə gələn gəlirlərin həcmünün artması ilə əlaqədardır.

Xarici ədəbiyyatlarda ixracın tərfi isə belə verilir: *İxrac bir ölkədə istehsal olunan və başqa ölkənin vətəndaşları tərəfindən satın alınan mal və xidmətlərdir*. Mal və xidmətlərin tərkibinin, hansı üsullarla göndərildiyinin heç bir əhəmiyyəti yoxdur. İxrac istər gəmi daşımaları, istər e-mail yolu ilə, istərsə də təyyarə ilə yerinə yetirilə bilər. Ölkə daxilində istehsal edilərsə və xarici ölkədən birinə satılırsa, bu bir ixracdır.

İxracı həvəsləndirmək məqsədilə bir sıra vasitələrdən istifadə edilir. Bu vasitələrə aiddir:⁴

1. Subsidiə - maddi yardımvermə;
2. Kreditləmə;
3. ixrac - idxal əməliyyatlarının sığortalanması;

⁴ V.İ.Truxaev, İ.N.Lyakişeva, V.L.Yerokhin. Beynəlxalq ticarət. Bakı – 2012.s,75

4. Vergi güzəştləri;
5. Kapitalın ixracının və idxalının stimullaşdırılması;
6. Dövlətin malların istehsal və təchizinin işlənilib hazırlanmasında aktiv iştirakı;
7. İxrac istehsalına uzunmüddətli kapital qoyuluşu

İxrac əməliyyatlarının ölkə iqtisadiyyatına bir çox faydası vardır. Bunlar aşağıdakılardır:

- ✓ Məşğulluq təmin edilir;
- ✓ Devalvasiyaya qarşı qoruyur;
- ✓ Məhsul çoxlu alıcılara çatdırılır;
- ✓ Biznes proseslərini asanlaşdırır;
- ✓ Biznesi böyütmənin ən yaxşı yoludur;
- ✓ Mənfəətlilik artır;
- ✓ Makroiqtisadi böhranlara qarşı dayanıqlılıq təmin olunur;
- ✓ Markanın bir çox ölkədə tanınmasına kömək edir;
- ✓ Mövsümi satışlardakı dalğalanmalar tarazlanır;
- ✓ Rəqiblərin çoxalması ilə kiçilən daxili bazardan asılılıq olmaz;
- ✓ Satışda artım baş verir.

İxrac əməliyyatlarının reallaşmasının və ölkəyə təsirlərinin öyrənilməsi hər bir ölkə üçün vacibdir. Ancaq ölkələrin ixrac potensialının araşdırılması da bir o qədər əhəmiyyətlidir. Bunun üçün ilk növbədə “potensial” sözünün izahına diqqət yetirək.

Rus etimoloji lüğətinə əsasən potensial sözü fransız dilindəki “potentiale” sözündən olub, mənası “ola bilər” deməkdir. Həqiqətən, Sovet Ensiklopediyasında "potensial" müəyyən məqsədlərə nail olmaq, planı yerinə yetirmək üçün istifadə edilən, hərəkətə gətirilən və hərəkətə gətirilə bilən vasitələr, ehtiyatlar, qaynaqlar kimi müəyyən edilmişdir. Eyni zamanda bir problemin həlli, müəyyən bir sahədə bir fərd, cəmiyyət, dövlətin imkanları kimi çıxış edirdi. Beləliklə, "potensial" termini mümkün olan ən yaxşı nəticəyə nail olmağa gətirib çıxara biləcək həm gizli, həm də açıq-aşkar imkanlar mövcudluğu deməkdir. Buna görə də, təbiətinə görə potensialın böyüklüyü

həmişə mühüm əhəmiyyətə malikdir. Ölkələr üçün, o cümlədən Azərbaycan üçün də ixrac potensialının müəyyən olunması da məhz bu baxımdan xüsusi önəm kəsb edir.

Müəlliflər ixrac potensialını fərqli şəkildə şərh edirlər. Məsələn, A.B.Borisov bunu "potensial qabiliyyət, ölkənin mövcud və ya istehsal olunan ehtiyatlarını ixrac etmək bacarığı" kimi izah edir. İqtisadi ədəbiyyatlarda əsasən, ixrac potensialı yalnız ixrac etmək qabiliyyətini deyil, bütün milli istehsalın, sənayenin, fərdi sənayenin və ya müəssisələrin lazımi miqdarda rəqabətqabiliyyətli məhsulların istehsal imkanlarını nəzərdə tutur.

Qeyd olunmalıdır ki, "ixrac potensialı" anlayışı iqtisadi ədəbiyyatda nisbətən yeni anlayışlardandır. Bu səbəbdən də onun mahiyyəti ilə bağlı birmənalı tərif vermək çətindir. Ancaq bəzi müəlliflər ixrac potensialını dövlətin, şirkətin və ya müəssisənin xarici bazara rəqabətqabiliyyətli hər hansı mal və xidməti çıxarmaq bacarığı kimi qəbul edirlər⁵. Bəzi müəlliflər isə ixrac potensialını ölkənin ixrac məqsədli potensial qabiliyyəti kimi başa düşürlər. Bu zaman mal və xidmətlərin ixracının reallaşması məqsədilə bütün təbii resurlardan və digər amillərdən istifadə olunaraq istehsal həyata keçirilir.

Başqa müəlliflərin fikrincə isə, ixrac potensialı milli iqtisadiyyatın, onun sektorlarının, sənaye sahələrinin, müəssisələrin və şirkətlərin dünya bazarında rəqabət qabiliyyətinə malik olmasıdır. Bu anlayış elm və elmi-texniki nailiyyətlərə əsaslanan müqayisəli üstünlüklər (geniş miqyaslı təbii ehtiyatlar, əlverişli coğrafi, infrastruktur və digər amillər, yüksək əmək məhsuldarlığı və s.) və yeni rəqabət üstünlüklərindən istifadə edilməklə açıqlanır.

Ölkənin ixrac potensialı milli rəqabət qabiliyyəti ilə bağlıdır və bu da digər iqtisadi agentlərə nisbətən milli iqtisadiyyatın uğuruna bərabərdir. Rəqabət qabiliyyəti ölkənin beynəlxalq bazarın tələblərinə cavab verən azad və ədalətli bazar şərtləri daxilində mal və xidmətlərin istehsalına imkan yaradır. Milli rəqabət qabiliyyəti

⁵ Е.А.Артемяева, М.С.Баландина, П.В. Воробьев, С.М.Кадочников, М.А.Коновалова, О.В.Никитина, И.В.Останин. Корзина роста: потенциальные экспортные отрасли Свердловской области. Журнал Новой экономической ассоциации, 2010 - №6, с.62–81.

iqtisadiyyatın fərdi sektorlarının rəqabət qabiliyyətindən asılıdır və bu, öz növbəsində, həmin sektorlarda fəaliyyət göstərən müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinə və nəticədə bu müəssisələrin istehsal etdiyi mal və xidmətlərin rəqabət qabiliyyətinə əsaslanır.

Bəzi iqtisadçıların fikrincə, "ixrac potensialı ixracata marağı olan ixrac yönümlü şirkətlərin biznes dəyərinin artmasında əsas amillərdən biridir". Onun komponentlərinin öyrənilməsi, əsasən yüksək əlavə dəyərli bir çox sənayenin idarə olunması üçün prioritet məsələdir.⁶

Ölkənin ixrac potensialı istehsal, elmi, texniki, əmək, investisiya, informasiya potensialı, eləcə də satış potensialı, yəni satışlar daxil olmaqla, iqtisadi potensialının tərkib hissəsidir. İqtisadi potensial dedikdə isə, ölkə iqtisadiyyatının, onun sənayesinin, müəssisələrin, fermer təsərrüfatlarının məhsul və təsərrüfat fəaliyyətlərini həyata keçirmək, məhsul, mal, xidmət, əhalinin ehtiyaclarını ödəmək, istehsal və istehlakın inkişafını təmin etmək üçün ümumi potensial başa düşülür. Bir ölkənin iqtisadi potensialı onun təbii sərvətləri, istehsal vasitələri, əmək və elmi-texniki potensialı, milli sərvətin yığılması ilə müəyyən edilir.

İxrac potensialının inkişaf xüsusiyyətlərinin izah olunması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ölkənin ixrac potensialının inkişaf konsepsiyasının həyata keçirilməsinin əsas məzmunu aşağıdakı yeddi mərhələdən ibarətdir:

1. Birinci mərhələdə ölkənin təsərrüfat sisteminin potensialı və onun rəqabət üstünlükləri,eyni zamanda çatışmamazlıqları təhlil edilir.
2. İkinci mərhələdə əsas xarici iqtisadi əlaqələrin istiqamətləri,ölkənin ixrac kompleksinin xarakterik vəziyyəti qiymətləndirilir. Bunun üçün dünya iqtisadiyyatının inkişaf tendensiyalarını nəzərə almaq lazımdır. Eyni zamanda ölkənin qlobal arenada mövqeyi, daxili iqtisadi vəziyyətinin xarakteristikası da mühüm rol

⁶Л.А. Исмагилова, З.Н. Идрисова, М.С. Лешкова. Понятие и моделирование экспортного потенциала с помощью case-технологий. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции «Современные проблемы и пути их решения в науке, транспорте, производстве и образовании». Том 14. Экономика. – Одесса: Черноморье, 2010.с.18-25.

oynayır. Bütün bunlar birlikdə ölkənin ixrac potensialının inkişaf strategiyasının əsasını təşkil edir.

3. Üçüncü mərhələdə ixracın genişlənməsi və strukturunun yaxşılaşdırılması üçün analizlər və mümkün variantların proqnozlaşdırılması həyata keçirilir. İxrac potensialının prioritet istiqamətləri və onun reallaşmasının effektiv amilləri müəyyən edilir.

4. Dördüncü mərhələdə ölkənin ərazi xüsusiyyəti və iqtisadi vəziyyətindən (inkişaf etmiş, stabil, depressiv, geri qalmış, böhran) asılı olan xarici iqtisadi tənzimləmənin məqbul üsulları seçilir. Burada ölkənin iqtisadi sisteminin coğrafi və ərazi xarakteristikasına diqqət yetirilir. Bunun əsasında ixracatçılara imtiyazlı şərtlər, xarici investisiya mənbələri müəyyən edilir.

5. Beşinci mərhələ ölkənin ixrac potensialının inkişafı üçün strategiyanın hazırlanmasına əsaslanaraq ölkədə ixracyönümlü sənaye sahələrinin inkişafı üçün prioritet sahələrin seçilməsini, o cümlədən ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı üçün kompleks proqramın müəyyən edilməsini ehtiva edir.

6. Altıncı mərhələ ölkənin ixrac potensialının inkişafının reallaşma mexanizmini müəyyən edir. Burada əsas məqsəd ixracın reallaşmasının effektivliyini artırmaqdır. Effektivlik kriteriyası kimi gəlirlərin artırılması, işsizliyin azaldılması, ixrac kompleksinin rentabelliyyətinin artırılması nəzərdə tutulur.

7. Yeddinci mərhələ ölkənin iqtisadi strategiyasının effektiv nəticəsi, onun sosial-iqtisadi inkişafında qoyulan hədəfə çatdırılmasına əsaslanır. Bu baxış ölkənin ixrac potensialının formalaşması strategiyası, xarici iqtisadi fəaliyyət ardıcılığının həyata keçirilməsi və ərazinin maliyyə imkanlarını analiz etmək imkanı verir.

Ölkənin ixrac potensialının inkişaf konsepsiyasının həyata keçirilməsinin əsas mərhələlərini aşağıdakı kimi təsvir etmək olar:

Ölkənin ixrac potensialının inkişaf konsepsiyasının həyata keçirilməsinin əsas mərhələləri.

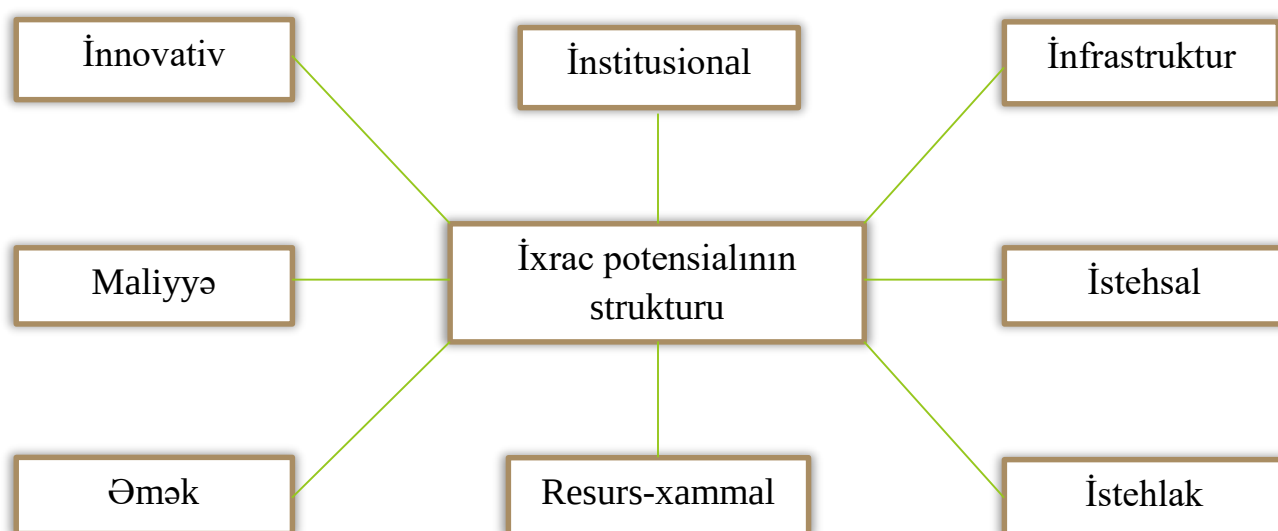


Mənbə: Прытков Р.М., Немирова Г.И. Формирование и развитие экспортного потенциала региона. “Вестник орг” elmi əsərlər toplusu №13-dən əldə edilmiş məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

İxrac potensialının mahiyyətini nəzərə alaraq, bu iqtisadi kateqoriyaya daxil olan elementləri müəyyən etmək lazımdır. Bu elementlər: 1) iqtisadi sistemin resursları cəmi; 2) iqtisadi sistemin dünya bazarında tələb olunan məhsullarının istehsal imkanları; 3) bu malların iqtisadi, sosial-siyasi faktorların, xarici ticarət infrastrukturunun və ixracın dövlət dəstəyinin əldə edilmiş səviyyəsində reallaşma (satma) imkanı kimi təyin edilə bilər. Bu və digər elementlərin təsiri ilə ixrac potensialının strukturu müəyyənləşir. İxrac potensialının strukturu aşağıdakı kimi təsvir edilir:

Sxem 1.5

İxrac potensialının strukturu



Mənbə: Прытков Р.М., Немирова Г.И. Формирование и развитие экспортного потенциала региона. “Вестник орг” elmi əsərlər toplusu №13-dən əldə edilmiş məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

1.İnnovativ potensialın əhəmiyyəti tədqiqat, dizayn, texnoloji inkişaf, kadr, pul və texniki qurumların mövcudluğu ilə müəyyən edilir. Buna görə də, innovasiya potensialının integral indeksinin dəyərini müəyyən edən parametrlər kimi aşağıdakılar

müəyyən edilmişdir: texnoloji yeniliklərin xərcləri; texnologiyaların ixracı; yenilikçi malların, işlərin, xidmətlərin həcmi; elmi-tədqiqat və inkişafın səviyyəsi.

2.Maliyyə potensialı maliyyələşmədən daha geniş konsepsiyadır. Bütün mövcud maliyyə imkanlarını əhatə edir və aşağıdakı elementləri əhatə edir:

- qeyri-büdcə fondları, həmçinin müxtəlif büdcə axınları;
- yerli özünüidarəetmə orqanlarının səlahiyyətləri və rəhbərliyi tərəfindən verilən qiymətli kağızlar;
- sahibkarlığın bütün formalarının müəssisə və təşkilatlarının maliyyə potensialı;
- əhalinin əlində və ya banklarda və digər maliyyə qurumlarında olan, eləcə də müxtəlif qiymətli kağızlar şəklində vasitələr;
- kredit və bank sisteminin maliyyə resursları, habelə yerli bankların digər ərazilərdən cəlb edilmiş vəsaitləri. Bu vəziyyətdə aşağıdakı göstəricilər alınmışdır: əsas fondlara sərmayə, konsolidə edilmiş büdcə gəlirləri, əsas aktivlərin dəyəri, balanslaşdırılmış maliyyə nəticəsi, xarici investisiyalar.

3.Əmək potensialı əhalinin demoqrafik, sosial və mənəvi xüsusiyyətləri və keyfiyyətlərinin birləşməsidir. Əmək potensialı istehsalın insan amilinin formasıdır. Əhalinin əmək potensialı üç əlaqəli alt sistemdən ibarətdir: demoqrafik, sosial-iqtisadi alt sistem və sosial-psixoloji alt sistem (keyfiyyət xüsusiyyətləri).

Bu potensialı ifadə edən göstəricilərə aid dedilir: iqtisadi fəal əhalinin sayı; işə qəbul edilmiş əhalinin təhsil səviyyəsinə (ali peşə) görə tərkibi, əhalinin adambaşına düşən gəlirləri; ümumi məhsuldarlıq dərəcələri; miqrasiya artım əmsalları; tədqiqat və inkişaf edən heyətin sayı.

4.İnstitusional potensial ölkədə təsərrüfat subyektlərinin sahibkarlıq fəaliyyəti üçün şərait yaradan təşkilati strukturların mövcudluğunu əks etdirir: müəssisə və təşkilatların sayı, xarici kapitalda iştirak edən müəssisələrin sayı, kredit təşkilatlarının sayı.

5.Resurs və xammal potensialı - təbii ehtiyatların əsas növlərinin balans ehtiyatlarının tədarüküdür: iqtisadi fəaliyyət növü üzrə istehsalın göstəricisi,faydalı qazıntıların istehsalı,əsas fondların dəyəri.

6.İnfrastruktur potensialı ölkədə təşəbbüskarlığın təşkili və sahibkarlıq fəaliyyətinin imkanlarını təsvir edir. Hər hansı bir regionun coğrafi mövqeyini nəzərə alsaq, infrastruktur potensialının ən mühüm komponenti nəqliyyat sistemidir. Buna görə, bu fərdi potensialın göstəriciləri aşağıdakılardır: malların dəmir yolu ilə ötürülməsi; avtomobil nəqliyyatı ilə yük dövriyyəsi; dəmir yollarının sıxlığı; yolların sıxlığı.

7.İstehsal potensialına mövcud və potensial istehsal imkanları, istehsal amillərinin mövcudluğu, müəyyən edilmiş resurs növlərinin mövcudluğu: ixracın həcmi; göndərilən məhsulların həcmi, təkrar istehsal; sənaye istehsal indeksləri aid edilir.

8.İstehlak potensialı ümumi alıcılıq qabiliyyətini xarakterizə edir: pərakəndə ticarət dövriyyəsi; istehlak qiymət indeksi; əhalinin adambaşına düşən orta hesabla istehlak xərcləri; istehlak xərcləri və köçürmələr səbəbiylə istehlak.

Çox vaxt ixrac potensialı rəqabət qabiliyyəti anlayışı ilə müəyyən edilir, yəni ixrac potensialı rəqabət qabiliyyətinə bərabərdir. Bəzi müəlliflərə görə istehsal potensialı firmanın rəqabət qabiliyyəti anlayışı ilə əvəzlənir və buna xarici ticarət, ticarət konsepsiyası, xarici siyasət kimi faktorlar və s. göstəricilər də təsir edir.⁷ Bu zaman ixrac potensialının strukturuna rəqabət potensialı da daxil edilir. Rəqabət potensialı müəssisənin iqtisadi, texniki və əməliyyat göstəricilərinin məcmusu deməkdir.

İxrac potensialının əsas vasitələrinin istifadəsinin səmərəliliyini təmin etmək üçün aşağıdakı faktorlar müəyyən edilmişdir.

Xarici faktorlar

⁷ Р.Уотермен. Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании/ Пер. с англ./ Под. ред. В.Т. Рысина. - М.: Прогресс,1988, с.163

- Ölkədə elmi-tədqiqat və konstruktiv-təcrübə işlərinin inkişafı üzrə dövlət siyasəti;
- dövlət vergi tənzimlənməsi;
- dövlət valyutasının tənzimlənməsi;
- xarici tərəfdaşlarla müntəzəm təchizat zəncirinin formalaşması;
- xarici tərəfdaşlar ilə beynəlxalq əməkdaşlıq haqqında müqavilələrin bağlanması (istehsal və marketinq əməkdaşlığı, outsourcing).

daxili faktorlar

- məhsul yeniləmə səviyyəsi;
- məhsulun rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsi;
- yüksək ixtisaslı kadrların olması;
- istehsal və satış xərclərini azaltma imkanı.

Hər bir ölkənin ixrac potensialı həmin ölkənin beynəlxalq ticarət proseslərində iştirakının əsas göstəricisidir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz göstəricilərdən əlavə ölkənin ümumi ixrac potensialının təyin edilməsində kəmiyyət baxımdan əsas göstərici kimi ixrac kvotasından da istifadə olunur.

İxrac kvotası dedikdə - ölkənin ÜDM-də ixracın payını ifadə edən, iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələri, həmçinin, müəssisələr üçün bu və ya digər məhsulların ixracın vacibliyini bildirən kəmiyyət göstəricisi başa düşülür. İxrac kvotasını aşağıdakı düsturla müəyyən etmək olar:

$$I_{xk} = \frac{I_x}{\dot{U}DM} * 100\%$$

Burada, I_{xk} – ixrac kvotasını, I_x – ixrac edilən məhsulu, $\dot{U}DM$ – ümumi daxili məhsulu ifadə edir.

İxrac potensialı, ölkənin iqtisadi potensialının bir hissəsi olmaqla, xarici bazar istehlakçılarının tələblərinə müvafiq miqdarda və keyfiyyətdə müxtəlif növ maddi nemət və xidmət istehsalı və ixrac etmək qabiliyyətidir.

İxrac potensialının formalaşmasına müxtəlif amillər təsir edir. Bu amillər sırasına təbii resurs imkanları və onlardan istifadə səviyyəsini, elmi-texniki tərəqqini, istehsal fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılmasını, işçi qüvvəsinin təkmilləşdirilməsini, yeni faydalı qazıntıların aşkar edilməsini, istehsal vasitələrinin keyfiyyətinin yüksəldilməsini, beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın inkişafını və bir sıra başqa amilləri aid etmək olar. İxrac potensialına təsirləri baxımından hər bir amil bir-birindən fərqlənir. Xüsusilə vurğulamaq lazımdır ki, hər bir amil ixrac potensialına ümumilikdə təsir göstərməklə yanaşı, onun tərkib elementlərinə də ayrılıqda təsir etmə xüsusiyyətlərinə malikdir. Bu təsirlərin nəticəsində ölkənin ixrac potensialının onun tərkib elementlərinin ixrac imkanlarının artması nəticəsində yüksəlməsi müşahidə olunur.

İxrac potensialının formalaşması və inkişafına təsir göstərən əsas amillərdən biri ölkənin *təbii resurs imkanları və onlardan istifadə səviyyəsidir*. İxrac potensialının inkişafının şərtləndirilməsində, eləcə də ölkədə məhsuldar qüvvələrin və istehsal vasitələrinin inkişafına təsir edən amil kimi ölkənin təbii resurslarla təmin olunması və onların mənimsənilməsi səviyyəsinin yüksək olmasının xüsusi önəmi vardır. Bu səbəbdən də ölkənin ixrac potensialı həmin ölkənin təbii resurslarla hansı dərəcədə təmin olunmasından və bu resursların mənimsənilməsindən asılı olaraq formalaşır.

İxrac potensialına təsir göstərən amillərdən bir digəri *elmi-texniki tərəqqidir*. Bilirik ki, müasir dövrdə ölkənin xarici bazarlara çıxarılan məhsulların hazırlanmasında istifadə etdiyi istehsal amilləri içərisində əmək amilinin rolu xüsusilə, inkişaf etmiş ölkələrdə azalmaqdadır. Buna səbəb isə elmi-texniki tərəqqinin sayəsində ölkələrin istehsal imkanlarının genişlənməsi və daha çox ixtisaslı işçi qüvvəsinə ehtiyac duyulmasıdır. Bir sıra elmi-texniki nailiyyətlərin nəticəsində ölkələrin ixrac potensialının tərkibi də xeyli dəyişilmişdir.

Elm və texnikanın inkişafı nəticəsində tətbiq edilən bir sıra texnoloji yeniliklər ölkələrin xarici bazarlara rəqabət qabiliyyətli məhsul çıxarmasına kömək etməklə ixrac potensialının genişləndirilməsində böyük əhəmiyyət daşıyır. Ancaq bu faktor bir

çox ölkələr arasında fərqlərin yaranmasına gətirib çıxarır. Bu zaman texnoloji inkişafa nail olan ölkə məhsul ixracatında inhisarçı mövqedən çıxış edir və ölkənin ixrac potensialının maksimum səviyyədə inkişafını təmin etmək imkanı əldə edir.

Digər amil kimi *işçi qüvvəsinin təkmilləşdirilməsi* qeyd oluna bilər. Bu amil əslində ixrac potensialına elmi-texniki tərəqqi ilə qarşılıqlı əlaqədə olmaqla təsir göstərir. Çünki elmi-texniki nailiyyətlər istehsalda iştirak edən işçi qüvvəsinin ixtisaslaşmasına gətirib çıxarır.

Əmək ehtiyatlarının artması və məhsuldar qüvvələrdən istifadənin səmərəliliyinin yüksəldilməsi ölkənin ixrac potensialının inkişafının əsasını təşkil edən faktorlardan biridir. Bu səbəbdən ötrü də əmək ehtiyatlarından daha səmərəli istifadə olunmalı, onların ixtisasının artırılması və təkmilləşdirilməsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Yeni faydalı qazıntıların aşkar edilməsinin istehsalın reallaşmasına təsirləri, əlbəttə böyükdür. Yeni və daha səmərəli faydalı qazıntıların aşkar edilməsi ilə ölkə xarici bazarlara bu resurslardan istifadə edərək hazırladığı məhsulları çıxarmaqla ölkənin ixrac potensialının genişlənməsinə səbəb olur. Bu amil idxalı azaltmaqla və ixrac imkanlarını artırmaqla ölkənin dünya bazarına inteqrasiyasına da təkan verir.

İstehsal vasitələrinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi ixrac potensialının inkişafına təsir edən bir digər amildir. İxrac imkanlarını artırmaq üçün ilk növbədə istehsalın reallaşmasında istifadə edilən vasitələrin keyfiyyəti yüksəldilməlidir. İstehsalda istifadə olunan amillər - əmək resurları, kapital, torpaq, eyni zamanda dəzgahlar, avadanlıqlar, maşınlar və s. vasitələrin keyfiyyətinin artırılması məqsədilə bir sıra tədbirlərin görülməsi zəruridir. Bunun nəticəsində məhsulun keyfiyyəti artır ki, bu da məhsul ixracının rəqabətqabiliyyətliliyini artıraraq ixrac tempinin yüksəlməsinə gətirib çıxarır.

İxrac potensialının inkişafında *iqtisadi inteqrasiyanın* da təsirlərinə baxmaq zəruridir. Əsasən müəssisə yeni bazarlara çıxma qərarı aldıqda bu müəssisələrin miqyasının böyüməsinə təsir edə bilər. Müəssisənin miqyası böyüdükcə isə onun hər

məhsuluna çəkilən orta xərclərin azalması müşahidə olunur. Bu dəyişməz xərclər hesabına baş verir. Bunun nəticəsində müəssisə daha məhsuldar işləyərək istehsalı artırır. Miqyasın artması xərclərə təsir göstərərək iqtisadi integrasiya üçün də şərait yaradır. Bəzi ölkələrin iqtisadiyyatı olduqca kiçikdir və bu faktor ölkədə mənfəətli sahələrin formalaşdırılmasına mane olur. Misal olaraq, Lixtenştein kimi balaca ölkənin öz maşın bazarının olması heç də səmərəli olmayacaqdır. Çünki yerli bazarda tələbat azdır və maşın zavodu açılarsa, dəyişməz xərclərin də təsiri ilə bir maşının qiyməti çox yüksək olacaqdır. Ancaq maşın xarici bazarlara ixrac olunarsa, istehsal miqyası artacağı üçün Lixtenşteinin maşın bazarına da daha ucuz yerli maşın daxil ola bilər.

Klassik və müasir beynəlxalq ticarət nəzəriyyələrində ixrac potensialının inkişafı və ona təsir edən amillər barədə geniş bəhs olunmuşdur. Məsələn, klassik nəzəriyyədə qeyd olunmuşdur ki, ölkələr o məhsulların istehsalı və ixracında ixtisaslaşmalıdırlar ki, bu məhsulların istehsalında istifadə olunan amillərin üstünlüyünə malikdirlər. Ancaq ixrac potensialının inkişafı üçün sadəcə istehsala cəlb olunan amillərin miqdarının artırılması kifayət deyildir. Həmçinin, elmi-texniki tərəqqi, beynəlxalq ticarət əlaqələrinin inkişafı, BƏB-in dərinləşməsi nəticəsində meydana çıxan üstünlüklər və s. də nəzərə alınmalıdır.

1.3. İxrac potensialının qiymətləndirilməsinin (ölçülməsinin) nəzəri əsasları.

İxrac potensialının nəzəri – konseptual baxımdan izah olunması onun qiymətləndirilməsinin vacibliyini ortaya çıxarır. Ümumiyyətlə, ixrac potensialı dedikdə, hansısa bir ölkə, müəssisə və ya şirkətin öz sərəncamında olan təbii ehtiyatlardan, əmək resurslarından, kapitaldan, nəqliyyat infrastrukturundan, kommunikasiya və texnologiyadan istifadə etməklə dünya bazarı üçün rəqabət qabiliyyətli əmtəə və xidmət istehsal etmək qabiliyyəti başa düşülür. Bu “qabiliyyəti” qiymətləndirmək üçün müxtəlif metodlardan istifadə oluna bilər.

İxrac potensialı qiymətləndirmələri beynəlxalq ticarət məlumatlarına əsaslanaraq perspektivli ixrac sektorlarını və bazarları müəyyənləşdirmək üçün kəmiyyət əsaslı yanaşmadır. İxrac potensialından istifadənin daha səmərəli istiqamətinin müəyyən edilməsi baxımından ixrac potensialının düzgün qiymətləndirilməsi vacibdir.

Rus mənbələrinə əsasən ölkənin ixrac potensialını qiymətləndirmək üçün iki metodoloji yanaşmadan istifadə olunur:

1.Ölkənin ixrac potensialının qiymətləndirilməsi tədqiqatçı tərəfindən indikatorun müəyyən bir kəmiyyət dəyərinin alınmasına gətirib çıxarmalıdır. Bu cür metodoloji yanaşmalar kompozit multikriteriya indeksləri prinsipi əsasında qurulmuşdur. Məsələn, rus alimi İ.N.Vasyuçenko kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı üzrə ixtisaslaşan bir ölkənin ixrac potensialını qiymətləndirmək üçün göstəricilər sistemini hazırlayarkən bu metodoloji yanaşmadan istifadə etmişdir.

2.Ölkənin ixrac potensialının qiymətləndirilməsi tədqiqatçı tərəfindən indikatorun xüsusi kəmiyyət dəyərinin alınmasına gətirib çıxarmır. Burada ixrac potensialına təsir göstərən amillərdən asılı olaraq qiymətləndirmə aparılır. Başqa sözlə, ixrac potensialı müəyyən amillərdən təsirlənən keyfiyyətli struktur göstəricidir və bu amillər ixrac potensialı barədə bir nəticə əldə etmək üçün qiymətləndirilməlidir. Bu metodoloji yanaşmanın parlaq bir nümunəsi E.V. Pankratiyevanın "Ukraynanın ixrac potensialı: müasir şəraitdə formalaşması və səmərəli istifadəsi" adlı hesabatında öz

əksini tapmışdır. O qeyd edirdi ki, Ukraynanın ixrac potensialını qiymətləndirərkən ölkənin xarici ticarətinin mövcud vəziyyətini qiymətləndirmək; ixracın coğrafi quruluşunu, əmtəə strukturunu təhlil etmək; ixrac fəaliyyətinin inkişafında müsbət və mənfi tendensiyları araşdırmaq lazımdır. Bu metodoloji yanaşmaya əsaslanan ixrac potensialının qiymətləndirilməsi ciddi meyarlara əsasən ümumi tendensiyların keyfiyyət təhlilinə və qiymətləndirilməsinə əsaslanır.

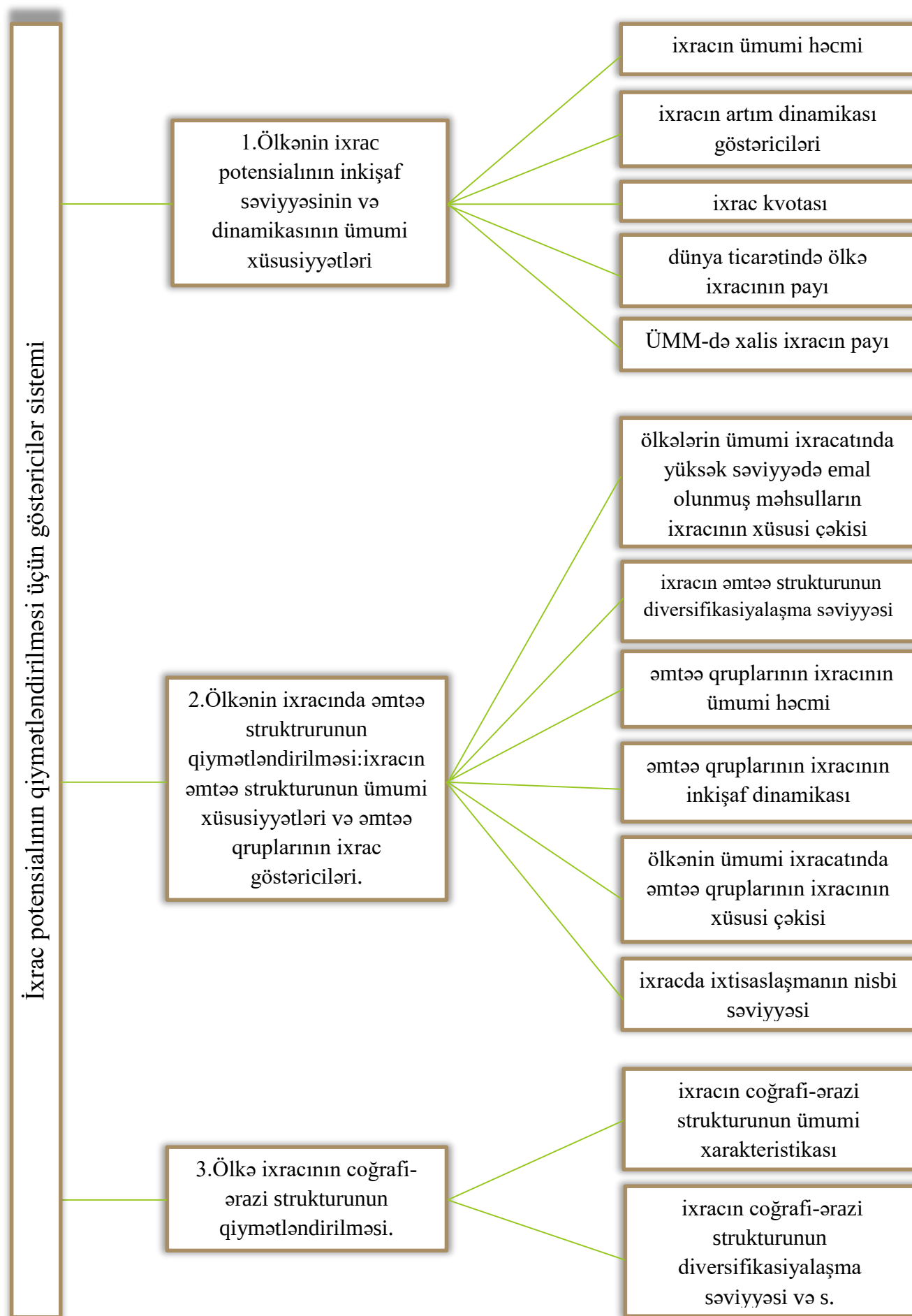
Bu yanaşmada ixrac potensialının qiymətləndirilməsinin kriterial əsasının müəyyən edilməsi zamanı informativlik problemi ortaya çıxır ki, bu da göstəricinin dəyişikliyinə gətirən bütün mümkün elementləri nəzərə almağa imkan vermir.

Ümumiləşdirərək qeyd etmək olar ki, ixrac potensialını qiymətləndirmək üçün istifadə edilən metodoloji yanaşmalar kəmiyyət və keyfiyyət baxımından bir-birindən fərqləndirilir. Məlum olduğu kimi, kəmiyyət üsullarının tətbiqi üçün zəruri şərait tədqiq olunan obyektin nəzəri təsvirini təşkil edən konsepsiya sisteminin mövcudluğudur. Odur ki, belə bir konsepsiya sisteminin yaradılması müstəqil və vacib bir tədqiqat mərhələsidir. Bu baxımdan kəmiyyət qiymətləndirilmələri daha dəqiq göstəricilərdən istifadə edilməklə aparılır.

İxrac potensialının qiymətləndirilməsi və onun inkişaf səviyyəsini müəyyən etmək üçün əksər hallarda ixracı xarakterizə edən bir sıra göstəricilərin hesablanması və təhlil edilməsi təklif olunur. Bir qayda olaraq, aşağıdakı göstəricilər istifadə olunur:

Sxem 1.6

İxrac potensialının qiymətləndirilməsi üçün istifadə olunan göstəricilər



Мәnbә: Ивановский Д.Ю. Формирование экспортного потенциала региона (На примере Тульской области), 2008, с.64. əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Qərb ədəbiyyatlarında isə ixrac potensialının qiymətləndirilməsinin metodoji əsasları fərqli mövqedən izah olunur. Burada daha çox kəmiyyət əsaslı qiymətləndirilməyə üstünlük verilir. İxrac potensialının qiymətləndirilmə metodologiyası bir ölkənin ümumi ixracında tələb və təklif komponentlərinin təsirlərindən asılı olaraq müəyyənləşdirilir. İxrac potensialının qiymətləndirilməsində metodoloji baxımdan iki yanaşmadan istifadə olunur. Bu yanaşmaların hər birində ölçməni həyata keçirmək üçün bir indikator müəyyən olunmuşdur. Bir ölkənin müqayisəli üstünlüyə əsaslanaraq istehsal etdiyi məhsullarını ixrac etmə qabiliyyəti, *İxrac Potensialı İndikatoru (EPI)* ilə, məhsulların diversifikasiyası imkanları isə *Məhsul Diversifikasiyası İndikatoru (PDI)* ilə hesablanmaqdadır.

Ölkələrin ixrac potensialının qiymətləndirilməsinə kömək məqsədilə Beynəlxalq Ticarət Mərkəzi(ITC) tərəfindən buraxılan hesabatlarda ticarət statistikaları dəyərləndirilərək və bu iki indikatorlardan istifadə edilməklə ölkələrin ixrac potensialı müəyyən olunur. Mövcud məhsulların yüksək ixrac potensialının qiymətləndirilməsinə xidmət edən *İPI - İxrac Potensialı İndikatoru (EPI - Export Potential Indicator)* və mövcud və ya yeni bazarların diversifikasiya imkanlarını qiymətləndirən *MDİ - Məhsul Diversifikasiyası İndikatoru (PDI - Product Diversification Indicator)* Beynəlxalq Ticarət Mərkəzi(ITC) tərəfindən geniş formada aşağıdakı kimi izah edilir:

İxrac Potensialı İndikatoru (EPI) - ixracı artırmaq üçün müəyyən ixrac sektorlarına dəstək olmaq istəyən ölkələrə xidmət edir. Bu indikator ixrac edən ölkənin artıq beynəlxalq səviyyədə rəqabət qabiliyyətli olduğu, yeni bazarlarda və ya mövcud hədəf bazarlarda ixrac müvəffəqiyyətinin yaxşı perspektivləri olan məhsulları müəyyən etmək üçün istifadə olunur. EPI - ixracatçı ölkə ilə hədəf bazar arasında tipik ticarət axını qiymətləndirmək üçün mövcud ixrac potensialı içərisində bazar tələbi və təklifini nəzərə almaqla ölçməni həyata keçirir.

Məhsul Diversifikasiyası İndikatoru (PDI) - yeni və ya mövcud hədəf bazarlarda perspektivli şərtlərlə üzləşən yeni ixrac sektorlarını diversifikasiya etmək və inkişaf etdirmək istəyən ölkələrə xidmət edir. İxrac edən ölkənin hələ ixracını həyata keçirmədiyi, lakin ölkənin mövcud ixrac səbətinə və oxşar ölkələrin ixrac səbətlərinə əsasən mümkün görünən rəqabətqabiliyyətli məhsulları müəyyən edir.

Qeyd etdik ki, *İxrac Potensialı İndikatoru (EPI)* vasitəsilə ixrac potensialı müəyyən edilərkən tələb və təklif komponentləri nəzərə alınmaqla ölçmə həyata keçirilir.

Bu indikatora təsir göstərən tələb və təklif komponentlərinə baxaq:

Təklif komponentləri aşağıdakılardır:

1. *İxracatçı ölkənin ixrac qabiliyyətinə uyğun olaraq iqtisadi inkişaf proqnozları.*

Bunun hesablanması üçün ixracatçı ölkənin ÜDM nisbəti müəyyən olunmalıdır. Bu zaman son 5 ilin məlumatlarından istifadə olunur. ÜDM-dəki dəyişmələrin ixracın həcmi ilə hasilindən istifadə edilməklə proqnozlaşdırılan inkişaf müəyyən edilir.

2. *İdxal-ixrac nisbəti.* Bu zaman RCA, yəni idxal-ixrac nisbətini müəyyən edən göstəricidən istifadə olunur. Balassa tərəfindən təklif olunan və ticarət balansında müqayisəli üstünlüyü ölçməyə imkan verən bu göstərici $RCA \geq 1$ olarsa, ixracda ölkənin müqayisəli üstünlüyə malik olduğunu, $RCA \leq 1$ olarsa, ixrac üçün əlverişsiz şərait olduğunu göstərir. Bir ölkənin ticarət balansında mənfi meyl olarsa, bu məhsuldarlığın da aşağı düşməsi ilə nəticələnəcəkdir.

3. *Qlobal tarif üstünlükləri.* Bir ölkənin beynəlxalq ticarətdə üstünlüyünü müəyyən edən əsas göstəricilərdən biri tarif üstünlükləridir. Ancaq bununla yanaşı qlobal tarif üstünlüklərinin RCA-nı azaltdığını da söyləmək olar.

Təklif komponentlərinin izahından sonra tələb komponentlərinə də diqqət yetirək. Bu komponentlər aşağıdakılardır:

1. *Proqnoz edilən idxal səviyyəsi.* Proqnozlaşdırılan idxal gözlənilən əhali artımına (vahid elastikliyə) və adambaşına düşən ÜDM-in gözlənilən artımına görə

cari idxalata əsaslanır. Burada hesablama aparılarkən adambaşına düşən idxal tələbatının gəlir-elastikliyi əsas götürülür.

2. *Bazarda tarif üstünlükləri.* Əgər ixrac edən ölkəyə tətbiq edilən tariflər digər məhsul istehsalçılarına tətbiq edilən tariflərdən aşağı olarsa, ixracatçı bazarda üstünlük əldə etməyə imkan verən tarif üstünlüyündən faydalanır. Tarif üstünlüklərinin təsir səviyyəsi ticarətin qiymət həssaslığından asılı olmaqla dəyişir.

3. *Məsafəyə qarşı həssaslıq səviyyəsi.* Məhsullar məsafəyə olan həssaslığına görə fərqlənir. Məsələn, tez xarab olan məhsullar məsafəyə həssasdır və buna görə də adətən qonşu ölkələrdən gətirilir. Məhsulların məsafəyə qarşı həssaslığının yüksək və ya zəif olması bazara yaxınlıq amili ilə müəyyən edilir.

Beləliklə, tələb və təklif komponentlərinin təsiri ilə *İxrac Potensialı İndikatoru* aşağıdakı kimi təsvir olunur:

$$EPI_{ijk} = Supply_{ik}^{EP} * Easiness_{ij} * Demand_{ijk}$$

Burada, $Easiness_{ij}$ – ticarət prosesinin asanlıq səviyyəsini göstərir. *Ticarətdə asanlıq* - dünya bazarında olduğu kimi j bazarında da i ixracatçısının payı eyni olarsa, i ixracatçısı və j bazarı arasında hipotetik ticarətə nisbətdə potensialı olan məhsulların real ticarətinə əsaslanır.

$$Easiness_{ij} = \frac{v_{ij}}{\sum_k (Supply_{ik}^{EP} * Demand_{ijk})}$$

Burada, v_{ij} – j bazarına i ixracatçısı tərəfindən çıxarılan məhsul həcmi ifadə edir və aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$v_{ij} = \alpha_{ik} \beta_{ij} \gamma_{jk}$$

α_{ik} – parametri k məhsulunun ixracında i ixracatçısının payını;

β_{ij} – parametri hər hansı bir məhsulun i ixracatçısından j bazarına satışında asanlıq;

γ_{jk} – parametri k məhsuluna olan tələbə qarşı j bazarının reaksiyasını ifadə edir.

Əgər, $Easiness > 1$ olarsa, i ixracatçısı dünya bazarı ilə müqayisədə j bazarı ilə daha asan ticarət edir. Məsələn, iki ölkə bir-birinə coğrafi cəhətdən yaxındırsa, onlar eyni dili və ya mədəniyyəti bölüşürlər və keçmiş zamandan möhkəm ticarət əlaqələri qurmuşlar. Bu zaman göstəricinin 1-dən böyük olması təsadüf deyil.

Əgər, $Easiness < 1$ olarsa, i ixracatçısının j bazarı ilə ticarəti daha çətin olacaqdır. Bu ölkələrin bir-birilə uzaqlığından asılı olaraq dəyişən göstəricidir.

PDI - bir ölkənin bazarda təklif potensialını qiymətləndirməklə məhsulların mümkün diversifikasiya imkanlarını müəyyənləşdirməyə kömək edən göstəricidir. Bu zaman *Məhsul sahəsi konsepsiyası* əsas götürülməklə hesablama aparılır. Ölkənin bir məhsulu ixrac etmə qabiliyyəti digər məhsulların ixrac imkanlarından asılı olaraq müəyyən olunur ki, bu da Hidalgo və Hausmanın *Məhsul sahəsi konsepsiyasının* əsas prinsiplərinə uyğun olaraq reallaşan proses kimi qiymətləndirilir. Bu konsepsiya eyni məhsulların fərqli məhsullara nisbətən bir ölkədə istehsal olunma ehtimalının daha yüksək olduğunu müşahidə etməklə məhsulların bir-birilə əlaqəsini ölçür. Bu anlayışın əsasları ölkələrin ixrac olunan məhsulların istehsalında yüksək qabiliyyətə malik olduğunu ehtimal edir. Hidalgo və Hausman konsepsiyasına əsasən əgər i ölkəsi k məhsulundan başqa digər ölkələrin ixrac səbəbində olan l məhsulunu da ixrac edə bilmə qabiliyyətinə malikdirsə, bu zaman diversifikasiya imkanı yaranır.

EPI-də olduğu kimi PDI də hesablanarkən müəyyən təsirləri nəzərə almaq lazımdır. Burada da tələb və təklif komponentləri fərqləndirilir. Ancaq EPI-dən fərqli olaraq burada təklif komponenti sadəcə bir elementdən təşkil olunmuşdur: *sıxlıq və ya konsentrasiya*

Yüksək sıxlıq ölkənin k məhsuluna oxşar bir çox məhsul üçün müqayisəli üstünlüyə malik olduğunu və asanlıqla əldə edilə biləcəyini ifadə edir. Əksinə, aşağı sıxlıq ölkənin ixrac strukturunda məhsulun yer tutmadığını bildirir. Ancaq bəzən hətta çox yüksək sıxlığı olan məhsullar belə ixrac edilə bilmir. Çünki ticarət məlumatlarına əsaslanan sıxlıq ölçüsü həmişə yeni məhsulların istehsalına və ixracına başlamaq üçün düzgün göstərici olmur. Boschma və Capone (2014) və Kniahin (2014) sıxlıqların

proqnozlaşdırıcı gücünü qiymətləndirərək müqayisəli üstünlüklərin sıxlıqlarla müsbət əlaqəsi olduğunu, lakin onların çoxunun digər amillərlə əlaqəli olduğunu göstərmişlər. İkinci səbəb isə ixracatçıların bazarda qarşılaşdıqları yüksək tarif maneələridir.

Təklif komponenti ilə yanaşı EPI də olduğu kimi tələb və ticarət asanlıq şərtləri də əlavə olunaraq indikatorun son halı müəyyən olunur. Tələb və ticarətdə asanlıq səviyyəsinin müəyyənləşdirilməsi EPI ilə eynidir.

Bu zaman proqnoz edilən idxal səviyyəsi, tariflər, məsafə faktorları kimi göstəricilərin təsiri ilə tələb amilinin formalaşdığını, ticarət asanlıqının isə məhsul həcmnin tələb və təklif komponentlərinin hasilinin cəminə nisbəti kimi müəyyən olunduğunu qeyd edə bilərik.

Sonda *Məhsul Diversifikasiyası İndikatoru* aşağıdakı düsturla müəyyən olunur:

$$PDI_{ijk} = Supply_{ik}^{PD} * Easiness_{ij} * Demand_{ijk}$$

Beynəlxalq Ticarət Mərkəzinin hesabatlarında ixrac potensialının qiymətləndirilməsi üçün bu iki indikatordan istifadə edilsə də, xüsusilə ixracın diversifikasiya səviyyəsini hesablamaq üçün bir çox göstəricilərdən istifadə olunur.

İxracın diversifikasiya səviyyəsini müəyyən edən göstəricilərin izahını verməmişdən əvvəl ixrac diversifikasiyası anlayışının mahiyyətini dərindən öyrənmək lazımdır. İxrac diversifikasiyası dedikdə, ixrac üçün nəzərdə tutulan məhsul və xidmətlərin növünün və sayının artırılması strategiyası başa düşülür. İxrac diversifikasiyası nəticəsində ölkənin mövcud ixrac səbətindəki ayrı-ayrı məhsulların xüsusi çəkisində dəyişiklik baş verir, iqtisadi manevr üçün daha yaxşı şərait yaradılır, iqtisadiyyata olan mənfi təsirləri aradan qaldırmaq üçün imkanlar genişlənir. Bir sözlə, ixrac diversifikasiyası ölkənin ixrac səbətinə yeni əmtəələrin daxil olması, yəni məhsul assortimentinin genişlənməsi və beləliklə, yeni coğrafi bazarlara çıxışı nəzərdə tutan siyasətlərin məcmusu kimi başa düşülə bilər. İxrac

diversifikasiyasının əsas məqsədi iqtisadi və siyasi risklərin azaldılmasıdır. *İqtisadi risklər* dedikdə, ticarət dinamikasında azalma meyllərinin müşahidə olunması, xarici valyuta gəlirlərinin qeyri-sabit vəziyyəti və s.başa düşülür. *Siyasi risklərə* isə idarəçilikdə baş verən mənfi dəyişiklikləri, yəni idarəetmə şəraitinin pisləşməsinə, həmçinin vətəndaş müharibələrini aid etmək olar. Digər bir məqsəd kimi isə ixracın əmtəə strukturunun bir və ya bir neçə əmtəədən və tərəfdaşdan asılılığını azaltmaq qeyd oluna bilər.

Qərb ədəbiyyatlarında ixracın diversifikasiyası müəyyən bir ölkənin ixrac strukturunun dəyişməsi kimi izah olunur. Bu dəyişiklik əmtəələrin mövcud səbətinə dəyişdirməklə və ya innovasiya və texnologiyanın inkişafı ilə əldə edilə bilər. Odur ki, xarici iqtisadçılar Dennis və Shepherd ixrac diversifikasiyasını bir ölkənin ixrac etdiyi məhsulların çeşidinin genişləndirilməsi kimi müəyyənləşdirmişdir. Onların tədqiqatında ixrac diversifikasiyasının iki növü, üfüqi və şaquli diversifikasiya fərqləndirilir. Bundan başqa iqtisadçılar Herzer və Nowak-Lehmann da ixrac diversifikasiyasının şaquli və ya üfüqi şəkildə baş verə biləcəyini qeyd etmişdir.

Ancaq bir çox mənbələrdə ixracın əmtəə strukturunun diversifikasiyasının üç növünü fərqləndirirlər. Bunlar aşağıdakılardır:

- 1.İxracın şaquli diversifikasiyası
- 2.İxracın üfüqi diversifikasiyası
- 3.İxracın diaqonal diversifikasiyası

İxracın şaquli diversifikasiyası ixrac strukturunda əsas paya malik olan məhsulların istehsalının təşkilini nəzərdə tutur. Şaquli diversifikasiya xammal üçün bazar imkanlarını genişləndirə, eyni zamanda sabitliyin artırılmasına kömək edə bilər, çünki emal edilmiş mallar, ümumiyyətlə, xammallardan daha çox qiymət sabitliyinə malikdir. İxracın şaquli diversifikasiyasına Trinidad Tobaqo Respublikasını misal göstərmək olar. Odur ki, bu ölkə 1980-ci illərin ortalarındakı xam neft ixracatçısı kimi çıxış edirdisə, 1980-ci illərin ortalarından

başlayaraq ölkə neft və qaz emalı, mayeləşdirilmiş təbii qaz və neft-kimya məhsulları ixracatçısına çevrilmişdir.

Elbadawi, Wood və Mayer, Munemo, Osakwe və başqaları şaquli diversifikasiyanı riyazi cəhətdən ölçmək üçün aşağıdakı düstürdən istifadə etmişlər:

$$VDIV = (TMX) / (TX)$$

Burada, VDIV – şaquli diversifikasiya indeksi, TMX – istehsal edilən ixrac məhsullarının ümumi dəyəri, TX – ixracın ümumi dəyəridir.

İxracın üfüqi diversifikasiyası ölkənin mövcud ixrac zənbillərinə yeni məhsullar əlavə edərək, ölkənin ixrac strukturunda dəyişiklik edilməsini nəzərdə tutur. Ölkədə yeni ixracyönümlü sahələr yaradılır. Məhsulun ixrac ediləcəyi ölkə qabaqcadan araşdırılaraq, bazarın xüsusiyyətləri müəyyən olunur. İxrac edən ölkə yeni məhsul istehsalı üçün bütün imkanlarından istifadə edərək istehsalı reallaşdırır. Rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsal olunur və yeni məhsul hədəf bazara çıxarılmaqla proses yerinə yetirilir. Üfüqi diversifikasiyaya Keniyada kəsilmiş güllər, Çilidə şərab, qızıl balığı və təzə meyvə, Tailandda isə tuna balığı və dondurulmuş krevetlər sektorlarını misal göstərmək olar.

Herzer və Novak-Lehmann və Feenstra və Kee öz əsərlərində üfüqi diversifikasiyanı ixrac mallarının (çeşidlərin) sayına görə Standart Beynəlxalq Ticarət Təsnifatına (STİC) uyğun olaraq üçrəqəmli səviyyədə təsnif etmişlər. Dennis və Shepherd isə qeyd edirdi ki, bir ölkənin ixrac məhsullarının sayının birbaşa ölçülməsi göründüyü qədər sadə deyil. Ancaq bu metod bir ölkənin ixrac sahələrinin genişlənməsini dəqiqliklə ölçə bilər. Beləliklə, indeksin maksimum dəyəri 239 təşkil edir və ixracın olmadığı bir ölkə üçün minimum (teorik) dəyər sıfırdır.

Yapon iqtisadçısı Aye Mengistuya görə üfüqi və şaquli diversifikasiyalanma zamanı üç məqsədə nail olmaq hədəflənir: *mənfəətin sabitləşdirilməsi, ixrac gəlirlərinin genişləndirilməsi və əlavə dəyərin yüksəldilməsi*. Bu məqsədlərə nail

olmaq üçün texnolojik irəliləyişlərə, idarəetmə və marketing bacarıqlarının yüksək effektivliyinə ehtiyac vardır.

İxracın diaqonal diversifikasiyası anlayışına bir çox ədəbiyyatlarda rast gəlmək olmur. Ancaq bu diversifikasiya növünü qeyd etmək mütləqdir. Əslində bu cür diversifikasiyalashma zamanı xammal və yarımfabrikatlar xaricdən idxal edildiyi üçün ölkə iqtisadiyyatına mənfi təsir göstərə bilər. Bu zaman ölkədə yalnız hazır məhsul istehsal edilir. Ölkə mümkün olduğu qədər rəqabətqabiliyyətli və aşağı qiymətlərlə hazır məhsul istehsal etmək məqsədilə xammal və yarımfabrikatların idxalına müəyyən güzəştlər tətbiq edir. Bu cür ixrac diversifikasiyasına Çin, Malayziya və Cənubi Koreya kimi Asiya ölkələrində rast gəlmək mümkündür.

Diversifikasiyalashmanın təsirləri bir çox iqtisadçılar tərəfindən araşdırılmaqdadır. İqtisadçılar diversifikasiyalashmanın təsirlərini müəyyən edərkən bir neçə metod, indeks və əmsallardan istifadə edirlər. Belə göstəricilərə *Konsentrasiya (CRm) Əmsalı*, *Herfindahl-Hirschman İndeksi*, *Gini-Hirschman İndeksi*, *Hannah və Kay Metodu*, *Ogive indeksi*, *Entropy İndeksi*, *Məcmu İxtisaslaşma İndeksi*, *Hall-Tideman İndeksi*, *Rosenbluth İndeksini* və s. misal göstərmək olar.

Bunlardan ən çox istifadə olunan göstəricilər arasında Konsentrasiya əmsalı (CRm), Hirschman-Herfindahl indeksi və Gini-Hirschman indeksi əsas yer tutur.

Konsentrasiya əmsalı (CRm), sadə hesablanma xüsusiyyəti baxımından çox istifadə olunan konsentrasiya ölçüsüdür. Konsentrasiya əmsalı, müəyyən firma, məhsul, sektor və ya ölkənin ümumi payını ifadə edən bir anlayışdır. Bu əmsal hesablanarkən xarici ticarətdə ən çox paya malik olan “m” ölkəsinin və ya firmasının statistik məlumatlarından istifadə olunur. Yəni, bütün xarici ticarət statistikasına ehtiyac duyulmur. CRm 0 ilə 100 arasında qiymət almaqla, aşağıdakı düsturla müəyyən olunur:

$$CRm = \sum_{i=1}^m P_i * 100$$

Burada, CR_m - konsentrasiya əmsalını, P_i - firma, məhsul, sektor və ya ölkənin payını ifadə edir. “ m ” - in dəyəri isə ən böyük bazar payına malik ölkələrin sayına uyğun olaraq 4,8 və ya 12 kimi müəyyən edilir.

Praktikada adətən, CR_4 və CR_8 indekslərindən istifadə olunur. CR_4 indeksi hesablanarkən ən böyük bazar payına malik 4 ölkə və ya firma, CR_8 hesablanarkən isə ən böyük paya malik 8 ölkə və ya firma əsas götürülür. CR_4 ilk dəfə 1968-ci ildə Üfüqi Birləşmələr Rəhbərində (Horizontal Merger Guidelines) istifadə edilmişdir. 1982-ci ildə isə bu indeks Herfindahl-Hirschman indeksi ilə əvəzlənmişdir. Əgər, CR_m əmsalı 0- 30 arasında isə aşağı, 31-50 arasında orta səviyyədə, 51-70 arasında yüksək səviyyədə və 71- 100 arasında çox yüksək səviyyədə konsentrasiya olduğu qəbul edilir. Aşağı konsentrasiya səviyyəsi rəqabətin yüksək olduğunu, yüksək konsentrasiya səviyyəsi isə rəqabətin az olduğunu göstərir.

Konsentrasiya səviyyəsinin müəyyən edilməsi zamanı istifadə olunan ikinci bir göstərici Gini-Hirschman indeksidir. Gini-Hirschman indeksi praktikada ən çox istifadə edilən indekslərdən biridir. Bu indeks aşağıdakı düsturla müəyyən olunur:

$$GH_j = [\sum_{i=1}^n (x_{ij} / x_i)^2]^{1/2} * 100$$

Burada, x_{ij} - j ölkəsinin i sektorunda ixracını, x_i - isə j ölkəsinin ümumi ixracını ifadə edir.

Gini-Hirschman indeksi 0-100 arasında qiymət ala bilər. Odur ki, ölkənin ixrac etdiyi məhsullar nə qədər bərabər paylanırsa, indeks sıfıra yaxınlaşır. Yəni indeksin dəyəri 0 olarsa, yüksək diversifikasiyalaşma, 100 olarsa, yüksək konsentrasiya mövcuddur. Bu indeks hesablanarkən konsentrasiya əmsalına nisbətə xarici ticarətdə payı olan bütün sektorlar nəzərə alındığı üçün daha etibarlı sayılır.

Lakin ixrac diversifikasiyasının qiymətləndirilməsi ilə bağlı həyata keçirilmiş tədqiqatlarda sadə hesablanma metodologiyası baxımından əsasən *Herfindahl-Hirschman İndeksindən* istifadə edilir.

Belə tədqiqat işlərinə misal olaraq Güzin Erhat tərəfindən aparılan araşdırmaları misal göstərmək olar. O, Türkiyədə 1970-1990-cı illəri əhatə edən,

kimya, toxuma-geyim, şüşə-keramika, dəmir-polad və daşıma nəqliyyatı sahələrinin ixracı və sənayenin ixtisaslaşması arasında bir əlaqənin olub-olmadığını müəyyən etməyə çalışdığı araşdırmasında HHİ (Herfindahl-Hirschman indeksi), eyni zamanda CRm əmsalı, Rosenbluth-Hall-Tideman və Entropiya indeksindən də istifadə etməklə təhlil aparmışdır. Nəticədə isə ixtisaslaşma və ixrac arasında ümumi mənada müsbət bir əlaqənin olduğunu vurğulamışdır.

Əslində bir çox ədəbiyyatlarda bu indeksə Herfindahl indeksi kimi rast gəlinir. Odur ki, Orris K. Herfindahl sənaye təmərküzləşməsini təhlil etmək məqsədilə bu indeksdən istifadə etmiş olsa da, bu indeksin yaradıcısı Albert O.Hirschman hesab olunur. Bundan sonra indeks hər iki iqtisadçının adı ilə, yəni Herfindahl-Hirschman indeksi kimi qeyd olunmuşdur.

İndeksin hesablanması aşağıdakı düstura müvafiq olaraq yerinə yetirilir.

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2 = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

Burada, N - firmaların sayını, S_i - i -ci firmanın bazar payını göstərir.

Herfindahl-Hirschman indeksini ixrac əməliyyatlarına tətbiq etdikdən sonra düstur aşağıdakı kimi olacaqdır:

$$HHI_j = \sum_{i=1}^N S_{ji}^2$$

Burada isə, HHI_j - j -ci ölkənin Herfindahl - Hirschman indeksini, S_{ji} - j -ci ölkədən ixrac olunan i -ci məhsulun bütün ixrac olunan məhsulların həcmində payını ifadə edir.

Herfindahl-Hirschman indeksinin (HHİ) maksimum qiyməti 10.000 ola bilər. Bu ixracda bir mal ya da tərəfdaşın olduğu tam ixtisaslaşma vəziyyətində müşahidə olunur. Bazar tam monopol vəziyyətdədir. Bu zaman ixrac mallarının və ya tərəfdaşların ümumi ixracdakı payının cəmi 100 % qəbul edilir. HHİ-nin sıfıra yaxın dəyər alması (atomistik bazar) isə ixracda bərabər ixrac payına sahib olan mal və ya tərəfdaşların olduğu vəziyyətdə reallaşar. HHİ heç vaxt sıfır olmur.

İqtisadi ədəbiyyatlarda ixrac diversifikasiyası ilə bağlı aparılmış bir çox tədqiqatlarda göstərilir ki, HHI indeksinin qiyməti 0 ilə 1000 arasında olarsa, yüksək diversifikasiyalanma, 1000 ilə 1800 arasında isə orta səviyyədə diversifikasiyalanma, 1800 ilə 10000 arasında isə zəif diversifikasiyalanma mövcuddur. Və ya bu indeksin qiyməti 1800 ilə 10000 arasında olarsa, onda ixrac yüksək konsentrasionalı, 1000 ilə 1800 arasında orta səviyyədə konsentrasionalı, 0 ilə 1000 arasında olarsa, zəif konsentrasionalı hesab olunur. Belə məlumatlardan birinə ABŞ Federal Ticarət Komissiyasının tədqiqatında rast gəlmək mümkündür.

ABŞ Federal Ticarət Komissiyası 1982-ci ildə “Şirkət Birləşmələri Rəhbəri” ndə bazarları konsentrasiya səviyyəsinə görə 3 yerə ayırmışdır: Konsentrasiya səviyyəsi aşağı, HHI dəyəri 1000-dən az olan; orta səviyyədə konsentrasiya olunmuş, yəni HHI dəyəri 1000-1800 arasında olan və yüksək konsentrasionalı, yəni HHI dəyəri 1800-dən çox olan. 2010-cu ildə isə Üfüqi Birləşmələr Rəhbərində (Horizontal Merger Guidelines) revizə edilən bu məlumatlarda bazarlar konsentrasiya səviyyəsinə görə yenə 3 yerə ayrılmış, lakin HHI-nin dəyəri fərqli göstərilmişdir. Oudur ki, konsentrasiya səviyyəsi aşağı bazarların HHI dəyəri 1500-dən az, orta konsentrasionalı bazarların HHI dəyəri 1500-2500 arasında, yüksək konsentrasionalı bazarların isə HHI dəyəri 2500-dən çox olaraq müəyyənləşdirilmişdir.

Bir sıra ölkələrdə tədqiqatçılar ixracın diversifikasiya səviyyəsini ölçmək üçün bu indeksdən istifadə etmişlər. Məsələn, *Kalpna Singh* Herfindahl-Hirschman İndeksindən istifadə edərək Hindistanın ixracının diversifikasiya səviyyəsini ölçmüşdür. O özünün “Trade Openness and Volatility of India’s Exports-an Analysis” (Ticarət açıqlığı və Hindistan ixracındakı dalğalanmalar - Təhlildə) adlı tədqiqatında bu indeks vasitəsilə bir sıra riyazi hesablamalar aparmışdır. Tədqiqatçının hesablamalarına əsasən Hindistanın ixracında 2001 - 2011-ci illərdə tam diversifikasiyalanma müşahidə olunmuş və HHI indeksi 889 - 995 arasında qiymət almışdır. 1987 - 2000-ci illərdə və eləcə də, 2012 - 2014-cü illərdə isə orta səviyyədə diversifikasiyalanma müşahidə edilmiş və HHI indeksinin qiyməti 1987 -

2000-ci illərdə 1006 - 1136 arasında, 2012-2014-cü illərdə isə 1030 - 1121 arasında olmuşdur.

Çox vaxt iqtisadi ədəbiyyatlarda ixracın diversifikasiyasının Herfindahl-Hirschman İndeksi vasitəsilə qiymətləndirilməsi zamanı ixrac strukturunda böyük payı olan məhsulların nəzərə alınmadığını görürük. Buna misal olaraq Maria Elena Varas tərəfindən Çilinin ixrac diversifikasiyası qiymətləndirilən zaman bu ölkənin ixrac strukturunda əsas yer tutan xam mis qiymətləndirmədən kənarda saxlanılmışdır. Maria Eleni Varas hesablamalar zamanı xam mis ixracının göstəricisini ölkənin ümumi ixracından çıxmış və nəticəni ümumi ixrac göstəricisi kimi nəzərə almaqla qiymətləndirməni həyata keçirmişdir.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANIN MÖVCUD İXRAC POTENSİALININ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ.

2.1.Azərbaycanın ixrac potensialında enerji daşıyıcılarının rolu.

Enerji daşıyıcılarının istər ölkə iqtisadiyyatının inkişafında vacibliyi mövqeyindən, istərsə də insanların təsərrüfat fəaliyyətində və gündəlik məişət həyatında rolu baxımından dəyərləndirildikdə mühüm vasitəyə,daha dəqiq desək,qlobal bir əmtəəyə çevrildiyi danılmaz faktdır. Enerji daşıyıcılarının tərkibinə neft və neft məhsulları, qaz, istilik, elektrik, atom enerjiləri, hidroenerji resursları, eyni zamanda bərpa olunan və digər enerji mənbələrini aid etmək olar.

Sənaye inqilabından sonra enerji ehtiyatlarına tələbat artmış və bu artım bu günə qədər davam etməkdədir. Bu gün enerji daşıyıcıları bazarının, hətta maliyyə bazarını belə üstələməsi buna ən böyük sübutdur. Proqnozlar onu söyləməyə imkan verir ki, gələcək dövrlərdə də enerji daşıyıcılarının ölkələr üçün vacibliyi öz əhəmiyyətini qoruyacaqdır.

Enerji daşıyıcıları bazarı dünya təsərrüfatında mühüm mövqeyə malikdir.Bunun səbəbi isə xüsusilə,neft,qaz,kömür kimi enerji daşıyıcılarının təkə yanacaq mənbəyi kimi deyil,həmçinin dövlətlərin enerji təhlükəsizliyində də vacib rol oynamasıdır.

Bir sıra beynəlxalq təşkilatların proqnozlarında enerji tələbatının yaxın on ildə ən azı iki dəfə artacağı qeyd olunur. Bu artımın isə istehsalın texnoloji və innovativ inkişaf nəticəsində yüksəlməsi, ETT-nin inkişafı, əhalinin artımı və s. kimi bir sıra təsirlərdən asılı olacağı proqnoz edilir. Bu proqnozlar Beynəlxalq Enerji Agentliyi tərəfindən də dəstəklənir.Agentliyin “Dünya Enerji icmalı” hesabatında da qeyd olunur ki, Hindistan və Çin kimi əhalinin artımının yüksək olduğu ölkələrdə enerji tələbatı ciddi şəkildə artacaqdır. Enerji tələbatında ən yüksək göstərici 1 trilyon ton xam neft tələbatı ilə Hindistanın payına düşəcəkdir.Enerji tələbatının həcminə görə 2-ci yeri Çin(790 mln ton), 3-cü yeri Afrika qitəsi(485 mln ton),4-cü yeri Yaxın Şərq(480 mln ton),5-ci yeri isə Cənubi-Şərqi Asiya (420 mln ton) tutacaqdır.Buradan aydın olur ki, gələcək illərdə enerji tələbatının 2/3 hissəsi Asiya regionun payına

düşəcəkdir. Bu gün dünyada enerji daşıyıcıları arasında əsas yeri neft, qaz, kömür tutsa da, xüsusilə, istilik və elektrik enerji istehsalının artırılması istiqamətində bir çox ölkələr müəyyən tədbirlər görməkdədirlər. Dünyada istilik və elektrik enerjisinin istehsalı və istehlakında ABŞ və Çin lider ölkələrdir. Eyni zamanda atom enerjisinə maraq da artmaqdadır. Bir sıra proqnozlara görə, 2030-cu ildə nüvə enerjisi istehsalında Çin lider ölkəyə çevriləcəkdir.

Ənənəvi yanacaq növlərinə aid olan neft, qaz, kömür, torf və s. kimi resursların yayılma arealına nəzər saldıqda isə fərqli mənzərə müşahidə olunmaqdadır. Məlum olduğu kimi neft ehtiyatlarının həcminə görə Yaxın Şərq ölkələri ön sıradadır. Dünyada təsdiqlənmiş neft ehtiyatları 2016-cı ildə 1,520 milyard barel təşkil edirdisə, 2017-ci ildə 1,637 milyard barelə çatmışdır. Neft ehtiyatlarının həcminə görə Venesuela dünyada 1-ci yerdədir (296,5 milyard barel). İkinci yerdə 264,6 milyard barel neft ehtiyatı ilə Səudiyyə Ərəbistanı, üçüncü yerdə 175,2 milyard barel ehtiyat ilə Kanada, dördüncü yerdə 150,6 milyard barel neft ehtiyatı ilə İran, beşinci yerdə isə 143,5 milyard barel neft ehtiyatı ilə İraq qərarlaşmışdır. 14 milyard barel neft ehtiyatı ilə Azərbaycan isə bu siyahıda 17-ci pillədə yer tutmuşdur.

“BP” şirkətinin “BP 2017-ci il dünya enerji statistikasısı icmalı” adlı hesabatında təbii qaz ehtiyatının həcmi açıqlanmışdır. Bu hesabatla görə dünyada tədqiqatı aparılmış 186,6 trln.m³ təbii qaz ehtiyatı vardır. Təbii qaz ehtiyatının ən yüksək göstəricisi isə 79,4 trln.m³ ilə Orta Şərqin payına düşür. Bu ümumi qaz ehtiyatının 42,5%-i deməkdir. Dünyanın təsdiq olunmuş ən böyük təbii qaz ehtiyatına sahib ölkə kimi isə 33,5 trln.m³ qaz ehtiyatı ilə İran birinci yerdə durur. Hesabatla görə, ən az təbii qaz ehtiyatı isə Cənub və Orta Amerikadadır. Dünya təbii qaz ehtiyatlarının həcminə görə ikinci pillədə Rusiya (32,3 trln.m³), üçüncü pillədə isə Qətər (24,3 trln.m³) dayanır.

Kömür ehtiyatlarının həcminə görə isə ilk üçlükdə ABŞ (445 mlrd. ton), Çin (272 mlrd. ton) və Rusiya (182 mlrd. ton) qərar tutmuşdur. 3-cü yerdə qərar tutsa da, dünya kömür ehtiyatının 30%-i Rusiyada cəmlənmişdir.

Son 30 ildə enerji istehlakında təqribən 40%-lik artım müşahidə olunmuşdur. Bu artımda təbii qaz ən yüksək paya malikdir(65%).

Mütəxəssislərin fikrincə, bəşəriyyətin yaxın gələcəkdə ən mühüm problemlərindən biri enerji problemidir. Bir çox ölkələr enerji tələbatını tükənən mənbələr hesabına qarşıladığı üçün ehtiyatların azalması nəticəsində yaxın gələcəkdə xüsusilə,neft iqtisadiyyatlı ölkələrin iqtisadi baxımdan zəifləyəcəyi proqnoz edilirdi. Bu proqnozları son dövrlərdə dünya bazarında neftin qiymətinin azalması da dəstəkləyirdi.Ancaq 2017-ci ildən neftin qiymətində artım müşahidə olunması bu proqnozlarda dəyişiklik olacağından xəbər verməkdədir. Bir çox ölkələr tükənməyən enerji mənbələrinin istehsalı sahəsində tədbirlər görsə də, bu gün hələ də dünya enerji tələbatının təqribən 81%-i tükənən enerji mənbələri (neft,qaz,kömür) tərəfindən qarşılır. OPEC-in hazırladığı World Oil Outlook 2017 hesabatında bu göstəriciləri aydın görmək olur(Cədvəl 2.1).

Cədvəl 2.1.

Dünyanın əsas enerji təchizatçıları

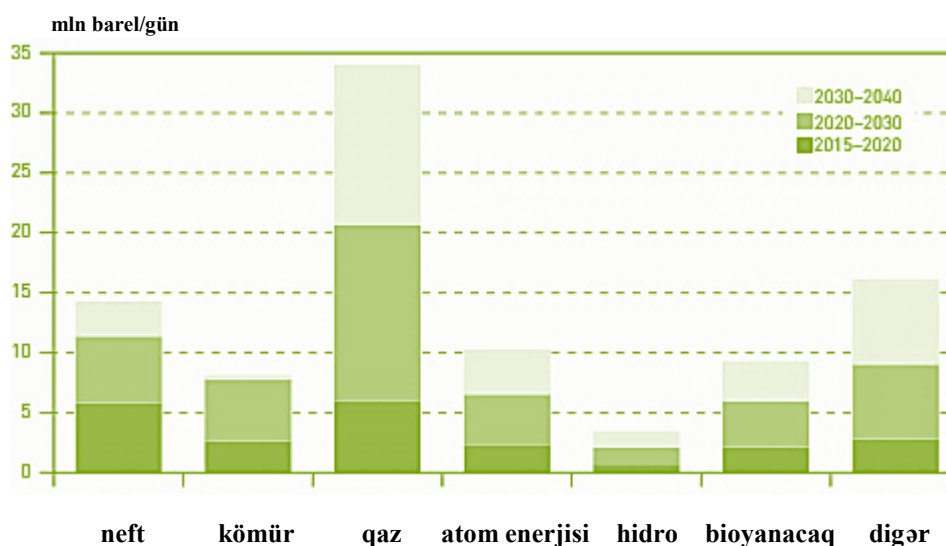
	Həcmi, mln barel/gün				Dəyişmə dinamikası, %	Ümum i həcm ə payı, %			
	2015	2020	2030	2040	2015–2040	2015	2020	2030	2040
Neft	86.5	92.3	97.9	100.7	0.6	31.3	30.9	28.8	27.1
Kömür	78.0	80.7	85.8	86.2	0.4	28.3	27.0	25.3	23.2
Qaz	59.2	65.2	79.9	93.2	1.8	21.5	21.9	23.5	25.1
Atom enerjisi	13.5	15.8	20.1	23.8	2.3	4.9	5.3	5.9	6.4
Hidroenerji	6.8	7.5	9.0	10.3	1.7	2.5	2.5	2.6	2.8
Bioyanacaq	28.0	30.1	34.0	37.3	1.2	10.1	10.1	10.0	10.0
Digərləri	3.8	6.6	12.9	20.0	6.8	1.4	2.2	3.8	5.4
Cəmi	276.9	298.2	339.4	371.6	1.2	100.0	100.0	100.0	100.0

Mənbə: World Oil Outlook 2017 hesabatı əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.1-dən aydın olur ki, 2015-ci il göstəricilərinə əsasən dünyanın əsas enerji tələbatı neft ehtiyatları hesabına qarşılanmaqdadır. Neftin ümumi yanacaq-enerji mənbələri içərisində payı 2015-ci il üçün 31,3% təşkil etmişdir. Bu isə enerji ilə təchizatın təqribən 1/3 hissəsinin neft ehtiyatları tərəfindən yerinə yetirilməsi deməkdir. 2020-ci ildə isə dünyanın əsas enerji təchizatçılarının ümumi həcmində neftin payının 0,4% azalacağı proqnoz edilir. 2040-cı ilə qədər proqnozlarında OPEC ümumi həcmdə neftin payının getdikcə azalacağını, ancaq buna baxmayaraq neftdən istifadədə artım müşahidə olunacağını proqnozlaşdırır. OPEC 2040-cı ilə qədər neftdən istifadənin 0,6% artacağını proqnoz edir. 2040-cı ildə neftin dünyanın əsas enerji təchizatçılarının ümumi həcmində 27,1%-lik paya malik olacağı proqnoz edilir. 2015-ci ildə enerji tələbatının ödənilməsində neftdən sonra ən yüksək paya kömür (28,3%) və qaz (21,5%) sahib olmuşdur. Lakin yaxın gələcəkdə bu rəqəmlərin təbii qaz ehtiyatları hesabına dəyişəcəyi proqnoz olunur. Bu göstəricilərin diaqram formasında təsvirində artım dinamikası daha aydın müşahidə oluna bilər (Diaqram 2.1)

Diaqram 2.1

Enerji tələbatının artım dinamikası



Mənbə: World Oil Outlook 2017, s.66

Diaqram 2.1-dən aydın olur ki, yaxın gələcəkdə qaz ehtiyatlarından istifadə səviyyəsi digər yanacaqlara nisbətə daha yüksələn tempə artacaqdır. 2040-cı ildə qaz dünyanın əsas enerji təchizatçılarının ümumi həcmində 25,1%-lik pay ilə kömürün 23,2%-lik çəkisinə nisbətə neftdən sonra dünya enerji tələbatının ödənilməsində ikinci yanacaq növü olacaqdır. Həmçinin qazın artım tempində gələcək 25 ildə zəifləmə müşahidə olunmayacağı, lakin neft və kömür ehtiyatlarından istifadə səviyyəsinin azalacağı güman edilir.

Hansı ölkələrin ixrac strukturunda yanacaq-enerji resursları yüksək çəkiyə malikdirsə, həmin ölkələrin digər ölkələrə nisbətə daha üstün mövqə tutduğunu söyləmək mümkündür. Odur ki, yanacaq-enerji resursları ilə təchiz olunma səviyyəsi və enerji effektivliyi dövlətin inkişaf səviyyəsində mühüm rol oynayan əsas göstəricilərindən hesab olunur.

Azərbaycan Respublikası karbohidrogen təyinatlı enerji resursları ilə zəngin ölkələr sırasına daxildir. Enerji resursları ölkədə davamlı iqtisadi inkişafın təmin olunmasında xüsusi rol oynamış, eləcə də xarici ticarət əlaqələrinin genişlənməsi və investisiya qoyuluşlarının çoxalması ilə ixrac potensialının artmasına müsbət təsir göstərmişdir.

Azərbaycan 18 Oktyabr 1991-ci ildə müstəqillik əldə etdikdən sonra iqtisadiyyatın liberallaşması və azad bazar iqtisadiyyatına keçid məqsədilə bir çox islahatlar həyata keçirilmişdir. İqtisadi hədəflərin reallaşdırılmasında ölkənin neft və qaz resurslarının mühüm rolu olmuşdur. Qarşıya qoyulan iqtisadi hədəflərə nail olmaq üçün Xəzərin enerji resurslarının effektiv şəkildə istifadə zərurəti meydana gəlmiş, Azərbaycanın iqtisadi, siyasi və sosial cəhətdən yenidənqurma və inkişaf fəaliyyətini dəstəkləmək məqsədilə, enerji daşıyıcılarının istehsalı və dünya bazarına çıxarılmasına dair bir sıra layihələr irəli sürülmüşdür.

Müstəqilliyin ilk illərində iqtisadiyyatda durğunluq müşahidə olunurdu. 1991-1994-cü illərdə ölkədə iqtisadi, siyasi və sosial problemlər baş qaldırmışdı. 1990-cı il ilə müqayisədə 1994-cü ildə ÜDM-də 50% azalma müşahidə olunmuş, 1992-1994-cü

illərdə inflyasiya sürətlə yüksəlməyə başlamışdı. 1994-cü ildə inflyasiya həddi ən yüksək (1764%) səviyyəsinə çatmışdı. 1991-1994-cü illərdə ÜDM-də azalma, inflyasiyanın kəskin artımı ilə yanaşı, valyuta məzənnəsi, xarici ticarət, işsizlik kimi makroiqtisadi göstəricilərdə neqativ proseslər nəzərə çarpırdı. Müstəqilliyin ilk illərində Ermənistan ilə müharibənin baş verməsi də ölkə iqtisadiyyatına mənfi təsir göstərmişdir.

Belə bir dövrdə Azərbaycan iqtisadiyyatının dirçəlməsində xarici ticarət əlaqələrinin inkişafı mühüm rol oynamışdır. 90-cı illərin əvvəllərində hökm sürən durğunluq, xüsusilə, ticarətin inkişafı sayəsində iqtisadi artımla əvəz olunmuşdur. Həyata keçirilən ticarət siyasəti nəticəsində ilk növbədə Azərbaycanın ixrac potensialının artırılması ilə dünyaya inteqrasiya prosesi sürətlənmiş və xaricə məhsul ixracının artması ilə ölkəyə gələn gəlirlərin həcmində böyük artım olmuşdur. Təbii ki, bu işdə neft sənayesinin rolunu xüsusi vurğulamaq lazımdır.

“Neft Azərbaycanın milli sərvətidir” devizi ilə çıxış edən Heydər Əliyev iqtisadiyyatın dirçəldilməsi istiqamətində ilk növbədə ölkədə neft sənayesinin bərpası və inkişafı ilə məşğul olmuş və bu sahədə ilk addım kimi neft strategiyası işlənib hazırlanmışdır. Azərbaycanın ixrac potensialının inkişafında neft strategiyasının rolu, əlbəttə ki, danılmazdır. Azərbaycan uzun illər neft strategiyasını uğurla həyata keçirmişdir. Təbii ki, bu uğurlu fəaliyyətin başlanğıcı 1994-cü ildə sentyabrın 20-də “Azəri”, “Çıraq” və “Günəşli” yataqlarının birgə istismarına dair imzalanan “Həsilatın Pay Bölgüsü” sazişi və ya “Əsrin müqaviləsi” ilə qoyulmuşdur. Bu müqavilənin iştirakçıları kimi ABŞ-ın “AMOKO”, “Yunokal”, “Penzoyl”, “Makdermost”, Böyük Britaniyanın “BP”, “Remko”, Rusiyanın “Lukoil”, Norveçin «Statoil», Türkiyənin “TPAO” və Səudiyyə Ərəbistanının “Delta” kimi nüfuzlu neft şirkətləri çıxış edirdi. 1995-ci ildə ABŞ-ın “EKSON” şirkəti, 1996-cı ilin iyulunda isə Yaponiyanın “İTOÇU” şirkəti də bu müqaviləyə qoşulmuşdur. İlk hesablamalara görə yataqda 511 mln ton neft ehtiyatı olduğu qeyd edilsə də, sonralar bu ehtiyatın 700 mln tondan artıq olduğu müəyyənləşdirilmişdir. Əsrin müqaviləsi imzalandığı gündən bu yana

“Azəri-Çıraq-Günəşli”-yə qoyulan sərmayə 33 milyard dollar təşkil etmişdir. Bu yataqdan təqribən 3,2 milyard barel (təqribən 440 milyon ton) neft hasil edilmiş və ölkəmiz 125 milyard dollardan çox birbaşa mənfəət əldə etmişdir.

“Əsrin müqaviləsi” imzalanandan sonra hasil olunacaq neftin dünya bazarına hansı ixrac kəməri ilə nəql ediləcəyi gündəlikdə duran əsas məsələ idi. Bu baxımdan Bakı-Tbilisi-Ceyhan ixrac boru kəmərinin inşa edilməsi neft strategiyasının təməl daşı hesab olunur. Bakı-Tbilisi-Ceyhanın reallaşması sazişi ATƏT-in 18 noyabr 1999-cu il tarixdə İstanbulda keçirilmiş zirvə toplantısında Azərbaycan, Türkiyə və Gürcüstan prezidentləri tərəfindən imzalandıqdan sonra 2002-ci ilin avqustunda Londonda kəmərin tikintisini yerinə yetirmək məqsədilə “BTC Ko” şirkəti yaradıldı. Bu şirkətin səhmdarları aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir (Cədvəl 2.2).

Cədvəl 2.2

BTC layihəsinin iştirakçıları

	Şirkətlər	Mənsub olduğu ölkə	İştirak payı
1.	bp”	Böyük Britaniya	30,1%
2.	“ARDNŞ”	Azərbaycan	25%
3.	“Unocal”	ABŞ	8,9%
4.	“Statoil”	Norveç	8,71%
5.	“TPAO”	Türkiyə	6,53%
6.	“ENI”	İtaliya	5%
7.	“Total”	Fransa	5%
8.	“Itochu”	Yaponiya	3,4%
9.	“Inpex”	Yaponiya	2,5%
10.	“ConocoPhillips”	ABŞ	2,5%
11.	“Amerada Hess”	ABŞ	2,36%

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Fondundan götürülmüş məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

İnşasına 2002-ci il 18 sentyabrda başlanan bu kəmə 2006-cı ildə iyulun 13-də tətənəli şəkildə istifadəyə verildi. Bakı-Tbilisi-Ceyhan dünyanın ən böyük layihələrindən biridir. 1767 kilometr uzunluğa malik olan bu kəmənin ötürücülük qabiliyyəti ildə 50 milyon ton, gündə 1 milyon barel neft təşkil edir. 2006-cı il iyunun 16-da Astanada “Azərbaycan Respublikası ilə Qazaxıstan Respublikası arasında neftin Qazaxıstan Respublikasından Xəzər dənizi və Azərbaycan ərazisi ilə Bakı-Tbilisi-Ceyhan sistemi vasitəsilə beynəlxalq bazarlara nəql edilməsinə dəstək verilməsi və şərait yaradılması haqqında” müqavilə və 2008-ci ilin noyabrında isə ARDNŞ ilə “KazMunayQaz” şirkəti arasında “Qazaxıstan Xəzər nəql sistemi” layihəsi üzrə memorandum imzalanandan sonra Bakı-Tbilisi-Ceyhanla tək cə Azərbaycan yox, həm də Qazaxıstan neftinin də bir hissəsi ixrac olunur.

Ancaq 1990-cı illərin əvvəllərində Bakı-Tbilisi-Ceyhan reallaşana qədər Azərbaycanın qarşısında duran əsas məsələlərdən biri neftin dünya bazarına nəqlini həyata keçirəcək ixrac kəmərlərinin müəyyən edilməsi idi. Bu vəzifəni Bakı-Novorossiysk və Bakı-Supsa ixrac kəmərləri yerinə yetirdi. İlk neftin hasil olunmasından sonra onun dünya bazarlarına çatdırılması məqsədilə 1996-cı ilin əvvəllərində ABƏŞ, ARDNŞ və “Transneft” arasında Azərbaycan neftinin Bakı-Novorossiysk marşrutu ilə nəql edilməsi haqqında Rusiya Federasiyası ilə saziş imzalandı. Şimal ixrac marşrutu da adlandırılan Bakı-Novorossiysk 1997-ci il oktyabrın 25-də istifadəyə verildi. Uzunluğu 1330 kilometr olan Bakı-Novorossiysk ixrac kəmərinin gündəlik ötürmə qabiliyyəti 115 000 barel, yaxud 15750 tondur.

1996-cı ilin martında Azərbaycan və Gürcüstan prezidentləri arasında razılığa əsasən inşasına başlanan və 1999-cu ilin aprelin 17-də istifadəyə verilən, Qərb ixrac marşrutu adlandırılan Bakı-Supsa kəməri də Azərbaycan neftinin nəqlində xüsusi rola malikdir. Uzunluğu 837 kilometr olan bu kəmənin gündəlik ötürücülük qabiliyyəti 115 000 barel, yaxud 15750 tondur. Bakı-Supsa kəməri inşa olunarkən keçmiş SSRİ dövründə istifadə edilən Bakı-Batumi kəməindən istifadə olunub. Bu marşrut vasitəsilə Azərbaycan nefti təmiz halda “Azəri light” markası ilə dünya

bazarına çıxarılmaktadır. Bu amil ixrac kəmərinin əsas üstünlüyü olaraq qəbul edilə bilər. Həmçinin neft Novorossiyskə nisbətən Supsa daha ucuz nəql olunur.

Azərbaycan təkcə neft yox, həm də qaz ehtiyatları ilə zəngin ölkədir. Bu xüsusiyyət isə təbii qazın nəqlinin hansı ixrac kəmərləri ilə həyata keçirildiyi sualını doğurur. Təbii qazın ixrac marşrutlarından söhbət açıldıqda, ilk növbədə Bakı-Tbilisi-Ərzurum ixrac kəmərinə toxunmaq lazım gəlir. 2006-cı ildə istismara verilən, Cənubi Qafqaz boru kəməri də adlandırılan kəmərlə vasitəsilə Azərbaycan qazı Türkiyədən keçməklə Avropa bazarlarına nəql olunur. Uzunluğu 690 kilometrə çatan kəmərin maksimal ötürücülük qabiliyyəti ildə 20 mlrd.m³-dir.

Cənubi Qafqaz boru kəmərinin sərmayədarları aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir (Cədvəl 2.3)

Cədvəl 2.3

Cənubi Qafqaz Boru kəməri layihəsinin iştirakçıları

	Şirkətlər	İştirak payı
1.	“bp”	28,8%
2.	“TPAO”	19%
3.	“Petronas”	15,5%
4.	“AzSCP”	10%
5.	“Lukoil”	10%
6.	“NICO”	10%
7.	“SGC Midstream”	6,7%

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkətindən götürülmüş məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Azərbaycan uzun illər neft strategiyasını uğurla həyata keçirdi. Ancaq 2008-ci ildə dünyada Qlobal Maliyyə Böhranının baş verməsi, buna bağlı olaraq neftin qiymətinin kəskin düşməsi və istehsalın azalması ÜDM-nin artım tempini azaltmışdır. Son

10 ildə respublikada hasil edilən neftin göstəricilərinə əsasən bunu aydın görmək olur(Cədvəl 2.4).

Cədvəl 2.4

2007-2017-ci illərdə neft hasilatının göstəriciləri

min ton

İllər	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
neft hasilatı	42604,3	44527,2	50419,3	50795,5	45625,4	43389,8	43483,9	42022,7	41586,0	41034,5	38688,9

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkətindən götürülmüş məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.4-də göstərilmişdir ki, 2009-cu ildə neft hasilatında 2008-ci ilə nisbətə 13,2% artım qeydə alınmışdır. Bu artım 2010-cu ildə də davam etmiş və son 10 ilin ən yüksək neft hasilatı göstəricisi müşahidə edilmişdir(50795,5 min ton). Ancaq 2011-ci ildə hasil edilən neftin səviyyəsində 2010-cu ilə nisbətə 10,2%-lik azalma müşahidə olunmuş və bu proses indiki dövrə qədər davam etməkdədir. Xüsusilə, 2017-ci ildə neft hasilatında son 10 ilin ən aşağı göstəricisi qeydə alındı(38688,9 min ton) və 2016-cı illə müqayisədə 5,7%-lik azalma müşahidə olundu. Aşağıdakı cədvəldə bunu daha aydın görmək olar(Cədvəl 2.5).

Cədvəl 2.5

2017-ci il ərzində neft hasilatının göstəriciləri və 2016-cı ilin müvafiq dövrü ilə müqayisəsi

min ton

	Neft hasilatı	2017-ci il	2016-cı il	2016-cı il ilə müqayisədə, +,-
		Fakt	Fakt	
1.	Respublika üzrə,Cəmi	38688,9	41034,5	-2345,6

1.1	SOCAR	7427,1	7522,4	-95,3
1.2	Azəri-Çıraq-Günəşli	28906,4	31020,3	-2113,9
1.3	Şahdəniz(kondensat)	2355,4	2491,8	-136,4

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Energetika Nazirliyinin Yanacaq-energetika kompleksində fəaliyyətə dair Hesabatı-2017 əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Son 10 ildə Azərbaycanda hasil edilən qazın həcmi isə aşağıdakı kimi olmuşdur(Cədvəl 2.6).

Cədvəl 2.6

2007-2017-ci illərdə qaz hasilatının göstəriciləri

mln m³

İllər	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
qaz hasilatı	16964,4	23405,4	23681,6	26349,6	25752,9	26908,8	29456,0	29617,0	28977,0	29367,3	28597,9

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkətindən götürülmüş məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.6-dan aydın olur ki, son 10 ilin ən yüksək qaz hasilatı göstəricisi 2014-cü ildə qeydə alınmışdır(29617,0 mln m³). 2015-ci ildə əvvəlki ilə nisbətən 2,2%-lik azalma müşahidə olunsada, 2016-cı ildə 2015-ci ilə nisbətən 1,3% artım qeydə alınmışdır. 2017-ci ildə isə respublikada 28,6 mlrd m³ təbii qaz hasil edilmişdir və əvvəlki illə müqayisədə 2,6%-lik azalma müşahidə olunmuşdur. Aşağıdakı cədvəldə 2017-ci ildə qaz hasilatının həcminə müvafiq olaraq 2016-cı illə müqayisədə azalmanın səviyyəsi müəyyən edilə bilər(Cədvəl 2.7).

Cədvəl 2.7

2017-ci il ərzində qaz hasilatının göstəriciləri və 2016-cı ilin müvafiq dövrü ilə müqayisəsi

mln m³

	Qaz hasilatı	2017-ci il	2016-cı il	2016-cı il ilə müqayisədə, +,-
		Fakt	Fakt	
1.	Respublika üzrə,Cəmi	28597,9	29367,3	-769,4
1.1	SOCAR	6089,1	6266,7	-176,0
1.2	Azəri-Çıraq-Günəşli	12340,7	12425,7	-85,0
1.3	Şahdöniz	10168,1	10674,8	-506,7

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Energetika Nazirliyinin Yanacaq-energetika kompleksində fəaliyyətə dair Hesabatı-2017 əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Azərbaycanın ixrac strukturunda neft və neft məhsullarının xüsusi çəkisinin yüksək olması xarici ticarət əlaqələrinin də bu məhsulların ixracı üzərində qurulmasına səbəb olmuşdur. Xarici ticarət əlaqələrinin müasir vəziyyəti Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin məlumatlarına əsasən təhlil edilir. DGK-nın statistik məlumatlarına əsasən 2017-ci ildə Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 2 593,63 milyon ABŞ dolları, idxalın həcmi 8 782,01 milyon ABŞ dolları, ixracın həcmi isə 13 811,62 milyon ABŞ dolları təşkil etmişdir. Xarici ticarət saldosu isə 5 029.61 milyon ABŞ dolları olmuşdur.

Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən isə Azərbaycanın əsas enerji məhsullarının ixrac həcmində 2011-ci ildən sürətli dəyişmələr baş vermişdir. Odur ki, xam neft ixracında 2011-ci ildən kəskin azalma qeydə alınmışdır. 2011-ci ildə xam neft ixracının həcmi 22 911 044.60 ABŞ dolları təşkil edirdisə, 2012-ci ildə bu rəqəm 20 232 597.80 ABŞ dolları olmuşdur. 2013-cü ildə xam neft ixracının həcmində cüzi artım olmuş və 20 244 052.78 ABŞ dolları təşkil etmişdir. 2014-cü ildə isə yenidən azalma baş vermiş və ixracın həcmi 18 404 936.62 ABŞ dolları təşkil etmişdir. 2015-

ci ildə dünyada neftin qiymətinin kəskin azalmanın baş verməsi Azərbaycanın ixracına da təsirsiz ötüşməmiş, xam neft ixracının həcmi bu ildə 8 866 158.60 ABŞ dolları olmuşdur. 2016-cı ildə də azalma davam etmiş və ixracın həcmi 6 504 517.27 min ABŞ dolları təşkil etmişdir. Lakin 2017-ci ildən dünyada neftin qiymətində baş verən artım ölkənin xam neft ixracına da müsbət təsir göstərmişdir. 2017-ci il ərzində 27 227 902.15 ton xam neft ixrac edilmiş və ixracın həcmi 10 706 817.77 ABŞ dolları təşkil etmişdir.

Təbii qaz ixracının həcmi isə 2011-ci ildə 574 551.57 min ABŞ dolları təşkil etmişdir. Bu rəqəm 2012-ci ildə artımla əvəz olunmuş və ixracın həcmi artaraq 648 717.15 min ABŞ dollarına çatmışdır. 2013-cü ildə də bu artım davam etmiş və ixracın həcmi 701 980.20 min ABŞ dolları təşkil etmişdir. Lakin 2014-cü ildə təbii qaz ixracının həcmində kəskin azalma baş vermiş və ixracın həcmi 304 684.00 min ABŞ dolları olmuş və azalma 2015-ci ildə ixracın həcmi 200 739.68 min ABŞ dolları olması ilə davam etmişdir. 2016-cı ildən artım meyilləri müşahidə olunmağa başlamış və həmin ildə təbii qaz ixracı 970 675.92 min ABŞ dolları təşkil etmişdir. 2017-ci ildə də artım davam etmiş və 7 543 483.34 min m³ qaz ixrac edilərək, ixracın həcmi 1 193 712.38 min ABŞ dolları olmuşdur. Təbii qaz ixracı 2007-ci il müqayisədə təqribən 7 dəfə artmışdır.

Bu göstəricilərə əsaslanmaqla neft və neft məhsullarının ümumi ixracda payı aşağıdakı cədvəldə qeyd olunmuşdur. Cədvəl qurularkən son 5 ilin məlumatlarından istifadə edilmişdir (Cədvəl 2.8).

Cədvəl 2.8

İxracın ümumi payında neft və neft məhsullarının çəkisi (%-lə)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Xam neft	84,63	84,44	84,32	77,60	71,14	77,52
Neft məhsulları	5,53	5,04	6,25	6,58	4,48	2,46
Təbii qaz	2,71	2,93	1,40	1,76	10,62	8,64

Neft və qaz məhsullarının ümumi ixracda payı, %-lə	92,87	92,41	91,97	85,94	86,24	88,62
Qeyri-neft məhsullarının ümumi ixracda payı, %-lə	7,13	7,59	8,03	14,05	13,76	11,38

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin materialları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.8-də qeyd olunan göstəricilərə əsasən son 5 il ərzində xam neft ixracının ümumi ixracda payında azalma müşahidə olunmuşdur. Eləcə də, neft məhsullarının ümumi ixracda payı 2012-ci ildə 5,53% təşkil edirdisə, 2017-ci ildə bu rəqəm 2,46%-ə qədər azalmışdır. Lakin 2017-ci ildə qaz ixracının ümumi ixracda payı 2012-ci ilə nisbətdə təqribən 4 dəfə artmışdır.

Azərbaycanın ixracında təkcə, xam neft və təbii qaz deyil, həmçinin neft emalı məhsulları da xüsusi çəkiyə malikdir.

Azərbaycan neftin qiymətinin aşağı düşməsi nəticəsində neft hasilatından gələn gəlirlərin azalması barədə proqnozlara müvafiq olaraq, neft emalı, neft-kimya sənayesi məhsullarının, eləcə də, təbii qaz ixracının artırılmasını prioritet istiqamət kimi müəyyənləşdirmişdir. Əslində, 2011-ci ildən Azərbaycanda neftin ixracında kəskin azalmanın müşahidə olunması digər sahələrin inkişafına istiqamətlənən siyasətin xəbərçisi idi. Bu siyasət çərçivəsində 2012-ci ildə təsdiq edilmiş “Azərbaycan - 2020: gələcəyə baxış” konsepsiyası”nda öz əskini tapan iqtisadiyyatın klasterlər əsasında inkişafı istiqamətində görülən kompleks tədbirlər nəticəsində

investisiyaların cəlb edilməsində artım, eyni zamanda rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalının çoxlması və ixracın həcmnin genişlənməsi təmin ediləcəkdir.

2017-ci il üçün neft məhsullarının istehsalında əsas məhsul növlərinin buraxılışına əsasən 2016-cı illə müqayisədə istehsalın dəyişmə dinamikası aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir(Cədvəl 2.9).

Cədvəl 2.9

Neft məhsullarının istehsalı sahəsində əsas məhsul növlərinin buraxılışı

Məhsul növləri	2017-ci ildə istehsal edilmişdir	2016-cı ilə nisbətən %-lə
Avtomobil benzini,min ton	1 215,1	105,4
Neft kimya sənayesində istifadə üçün benzin,min ton	188,3	95,4
Ağ neft,min ton	587,9	93,7
Dizel yanacağı,min ton	1 895,7	81,9
Yanacaq mazutu,min ton	266,3	54,8
Sürtkü yağları,min ton	34,9	3,6 d
Neft bitumu,min ton	237,2	132,4
Neft koksu,min ton	226,7	110,6

Mənbə:Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin materialları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.9-da qeyd olunan göstəricilərə əsasən, avtomobil benzini istehsalı 5,4 %, neft bitumu istehsalı 32,4 %, neft koksunun istehsalı 10,6 %, sürtkü yağları istehsalı 3,6 dəfə artmışdır. Lakin Ağ neft istehsalında 6,3%, dizel yanacağı istehsalında 18,1%, yanacaq mazutu istehsalında isə 45,2% azalma qeydə alınmışdır. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən qeyd etmək mümkündür ki, neft məhsulları istehsalı sahəsində ümumi dəyərdə 2016-cı illə müqayisədə 7,8 % azalma müşahidə olunmuş və 2017-ci il üçün 2727,3 milyon manat təşkil etmişdir.

Neft-kimya sənayesində də “Azərikimya” İB-də istehsal olunmuş məhsullar sayəsində son dövrlərdə inkişaf nəzərə çarpmaqdadır. Belə məhsullar sırasına

propilen, propilen oksidi, propilen qlikol, polietilen, izopropil spirti, pirokondensat, maye xlor və qələvi aiddir. 2010-cu ildə də “Azərikimya” İB-də 53,5 min ton polietilen, 28,5 min ton propilen, 3,3 min ton propilen oksidi, 51,8 min ton pirokondensat, 10,5 min ton izopropil spirti, 7,1 min ton qələvi, 2,7 min ton maye xlor istehsal olunmuşdur.

2017-ci ildə SOCAR üzrə Azərbaycandan 1,5 milyon ton neft emalı və neft-kimya məhsulu ixrac edilmişdir. İxrac olunan neft emalı və kimya sənayesi məhsullarına dizel və təyyarə yanacaqları, yüksək təzyiqli polietilen, koks, propilen, maye qaz və maye piroliz qətranı aid edilə bilər. Beləliklə, aydın olur ki, respublikamızda dünya bazarına ixrac olunan xam neftdən savayı digər məhsulların ixracı üçün də böyük imkanlar vardır.

2017-cı ildən başlayaraq neftin qiymətində artım müşahidə olunmaqdadır. Odur ki, əgər 2016-cı ildə neftin 1 barelinin qiyməti 42 dollar təşkil edirdisə, bu rəqəm 2017-ci ildə 54 dollara çatdı. 2018-ci il proqnozlarında da artım meylləri nəzərə çarpır. Odur ki, “Goldman Sachs” bu il üçün proqnozlarında bildirdi ki, 2018-ci ildə xam neftin bir barelinin qiyməti 62 dollara yüksələcəkdir. Bu artımın səbəbi isə global ehtiyatların azalması, Rusiya və Səudiyyə Ərəbistanının neft hasilatının azaldılmasına dair sazişə sadiqliyi ilə əlaqədardır.

2017-ci ilin noyabrın 30-da OPEC ölkələri gündəlik neft hasilatının 1,2 milyon barrel azaldılaraq 32,5 milyon barelə endirilməsi barədə razılığa gəldilər. OPEC-ə üzv olmayan 11 ölkə, həmçinin Azərbaycan da 2017-ci il dekabr 10-da ümumi hasilatın sutkada 558 min barrel azaldılması barədə sazişə qoşuldular. Noyabrın 30-da keçirilən OPEC-in iclası çərçivəsində təşkilata üzv olan və olmayan dövlətlərin nazirlərinin görüşündə neft hasilatının azaldılması haqqında sazişin müddətinin 2018-ci ilin sonuna kimi uzadılması barədə qərar qəbul edildi. Bu razılaşmaya Azərbaycan da qoşulmuşdur.

Azərbaycan üzrə gündəlik neft hasilatının 834 min barel həcmində saxlanması barədə sazişə müvafiq olaraq 2017-ci ildə orta gündəlik neft hasilatı 781,9 min barel olaraq müəyyənlanmışdır.

“Goldman Sachs” ilə yanaşı “Moody's” beynəlxalq reyting agentliyi də OPEC-ə üzv və üzv olmayan ölkələrin neft hasilatının azaldılması barədə razılığının təsiri ilə 2018-ci il üçün neftin orta müddətli qiymətinin 60 dollar təşkil edəcəyini bildirib. “Moody's”ə görə, son dövrdə neftin qiymətindəki artımın səbəbi kimi global iqtisadi artım proqnozları, eləcə də neft istehsalının azaldılması qeyd oluna bilər.

Qeyd etdik ki, Azərbaycanın neft və neft məhsullarının daşınmasını həyata keçirən əsas ixrac kəmərləri ölkənin ixrac imkanlarının artırılmasında müstəsna rol oynayır. Aşağıdakı cədvəldə 2017-ci il ərzində *neftin nəql göstəriciləri* öz əksini tapmışdır (Cədvəl 2.10).

Cədvəl 2.10

2017-ci il ərzində *neftin nəql göstəriciləri* və 2016-cı ilin müvafiq dövrü ilə müqayisəsi

min ton

İstiqamətlər	Təşkilatlar	Həcm		2016-cı illə müqayisədə, +,-
		2017	2016	
Şimal kəməri ilə	Konsorsiumdan	0,0	0,0	0,0
	SOCAR-dan	1498,1	1299,0	199,1
Qərb kəməri ilə	Konsorsiumdan	3791,2	4071,3	-280,1
	SOCAR-dan	0,0	0,0	0,0
BTC kəməri ilə	Konsorsiumdan	27220,5	29075,0	-1854,5
	SOCAR-dan	60,0	140,0	-80,0
Dəmir yolu ilə	Konsorsiumdan	0,0	0,0	0,0
	SOCAR-dan	0,0	0,0	0,0

NICO İran iR-yə	Konsorsiumdan	274,5	386,3	-111,8
Cəmi		32844,3	34971,6	-2127,3

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Energetika Nazirliyinin Yanacaq-energetika kompleksində fəaliyyətə dair Hesabatı-2017 əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.10-da qeyd olunan məlumatlara əsasən 2017-ci ildə Bakı-Novorossiysk neft kəməri ilə 1 mln. 498,1 min ton neft ixrac edilmişdir. Bakı-Novorossiysk neft kəməri ilə neft nəqlinin həcmi 2016-cı ildə isə 1 mln. 299 min ton səviyyəsində olmuşdur. 2016-cı illə müqayisədə ixracda 199,1 min ton və 15,3%-lik artım olmuşdur. 2016-cı ildə Qərb İxrac Boru Kəməri(Bakı-Supsa) marşrutu vasitəsilə 4071,3 min ton neft ixrac edilmişdir. 2017-ci ildə isə 2016-cı illə müqayisədə Bakı-Supsa kəməri ilə nəql edilən neftin həcmi isə 280,1 min ton və ya 6,8% azalaraq 3791,2 min ton təşkil etmişdir.Neftin əsas hissəsinin nəqlini həyata keçirən Bakı-Tbilisi-Ceyhan vasitəsilə ilə isə nəql edilən neftin həcmi konsorsium və SOCAR birgə hesablanmaqla 2016-cı ilin 29215,0 min ton göstəricisinə nisbətdə 2017-ci ildə isə 27280,5 min ton təşkil etmişdir.

Aşağıdakı cədvəldə isə 2017-ci il ərzində təbii qazın nəqlinin həcmindən asılı olaraq ixracın və idxalın həyata keçirildiyi istiqamətlər göstərilmişdir(Cədvəl 2.11).

Cədvəl 2.11

2017-ci il ərzində təbii qazın nəql göstəriciləri və 2016-cı ilin müvafiq dövrü ilə müqayisəsi

mln m³

İstiqamətlər	Ölkələr	Həcmi		2016-cı illə müqayisədə,+,-
		2017	2016	
Bakı-Tbilisi-Ərzurum	Türkiyə	6300,1	6245,7	54,4
	Gürcüstana	814,9	792,6	22,3
Qazıməmməd-Qazax (ixrac)	Gürcüstana	1379,7	1166,0	213,7
Şirvanovka-				349,3

Qazıməmməd (idxal)	Rusiyadan	349,3	0,0	
Astara-Qazıməmməd (idxal)	İran İR-dən	1490,1	0,0	1490,1
Culfa ölçü qovşağından-Naxçıvan MR-yə		270,5	0,0	270,5

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Energetika Nazirliyinin Yanacaq-energetika kompleksində fəaliyyətə dair

Hesabatı-2017 əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.11-ə müvafiq olaraq qeyd etmək olar ki, təbii qazın ixracı əsasən Bakı-Tbilisi-Ərzurum kəməri vasitəsilə həyata keçirilir. 2017-ci ildə Cənubi Qafqaz Boru Kəməri (Bakı-Tbilisi-Ərzurum) ilə 7115,0 mln.m³ qaz nəql edilib.2016-cı ilə nisbətən ixrac 76.7, mln.m³ və ya 1,1% artmışdır. Qazıməmməd-Qazax istiqamətində isə ixrac hesabat dövründə 1379,7 m³ təşkil etmişdir.2016-cı illə müqayisədə bu istiqamət üzrə ixracda 213,7 m³ və ya 18,3% artım müşahidə olunmuşdur.

Son illərdə təbii qazın ixracının artırılması istiqamətində bir sıra yeni addımlar atılmaqdadır.Əsrin müqaviləsinin 20-ci ildönümmündə təməli qoyulan Cənub qaz dəhlizi bu istiqamətdə görülmən işlərin bariz nümunəsidir. “Şahdəniz” yatağında hasil edilən təbii qazın Avropa bazarlarına ixracını nəzərdə tutan və enerji daşıyıcılarının nəqlində “Yeni İpək yolu” kimi səciyyələndirilən, “XXI əsrin layihəsi” adlandırılan bu layihə regionun enerji xəritəsini dəyişəcək, Azərbaycan, Gürcüstan və Türkiyənin Avropa Birliyi ölkələri ilə enerji sahəsində əməkdaşlığında mühüm rol oynayacaqdır. 1999-cu ildə kəşf olunan “Şahdəniz qaz-kondensat yatağı neft strategiyasının reallaşmasında böyük rol oynadı. Bu yataqdan hasilat 2006-cı ilin dekabrında başlanmışdır. 2007-ci ilin fevralından Bakı-Tbilisi-Ərzurum kəməri vasitəsilə nəql olunan təbii qazın əhəmiyyəti bu gün daha da artmaqdadır. Şahdəniz qaz yatağının istismarının iki layihə çərçivəsində həyata keçirilməsi nəzərdə tutulurdu: Şahdəniz - 1 və Şahdəniz - 2

Şahdəniz - 1 üzrə əməliyyatlar 2006-cı ildə başlandı və bu zaman Azərbaycan Türkiyəyə və Gürcüstana qaz ixracını həyata keçirirdi. Şahdəniz - 1 yatağının istismarı nəticəsində ildə 9 mlrd.m³ qaz hasil edilir.

Şahdəniz - 2 layihəsi isə Şahdəniz - 1 layihəsindən hasilatı həyata keçirilən illik 9 mlrd.m³ qazdan əlavə 16 mlrd.m³ qaz hasil edəcək nəhəng bir layihədir. Hazırda layihə üzrə işlərin ümumilikdə 97%-dən çox hissəsi tamamlanmışdır.

“Şahdəniz” yatağı XXI əsrin layihəsi adlandırılan Cənub qaz dəhlizinin həyata keçirilməsində aparıcı mövqeyə malikdir. Azərbaycan Respublikasının prezidenti tərəfindən 2013-cü ilin oktyabrın 29-da imzalanan *“Azərbaycan təbii qazının dünya bazarına Cənub Qaz Dəhlizi vasitəsilə nəqli ilə əlaqədar tədbirlər haqqında”* sərəncamına müvafiq olaraq həyata keçirilən tədbirlər çərçivəsində bu dəhlizin fəaliyyəti aşağıdakı layihələr üzrə təmin ediləcəkdir:

1. İlk növbədə mövcud Cənubi Qafqaz boru kəməri genişləndiriləcək. Genişləndirmənin həyata keçirilməsi nəticəsində boru kəmərinin ötürmə qabiliyyəti 16 mlrd.m³ artacaq və 23.4 mlrd. m³ səviyyəsinə çatdırılacaqdır. Bununla da ümumi qaz nəqli qabiliyyətinin 3 dəfə artması nəzərdə tutulur.
2. Şahdəniz-2 yatağından hasil ediləcək qazın TANAP (Trans-Anadolu Boru Kəməri) vasitəsilə Türkiyə ərazisi boyunca nəqli həyata keçiriləcək.
3. TAP (Trans-Adriatik Boru Kəməri) vasitəsilə qaz Yunanıstan və Albaniya ərazisindən keçməklə İtaliyaya nəql ediləcək.

Cənub qaz dəhlizinin fəaliyyətində TANAP və TAP layihələrinin rolunu xüsusilə qeyd etmək lazımdır. 2011-ci ildə Azərbaycan və Avropa ittifaqı arasında imzalanan strateji enerji əməkdaşlığının yaradılması memorandumu bu iki layihənin reallaşmasına təkan verən əsas amil olmuşdur.

TANAP layihəsi üzrə saziş Azərbaycan və Türkiyə prezidentləri tərəfindən 2012-ci il 26 iyul tarixində İstanbulda imzalanmışdır. TANAP çox geniş layihədir. Burada sadəcə Şahdəniz yatağından hasil olunan təbii qazın deyil, eyni zamanda Azərbaycanın digər qaz yataqlarından hasil olunan təbii qazın ixracının həyata keçirilməsi üçün böyük potensial vardır. 2015-ci il martın 13-də isə Ankarada TANAP layihəsi üzrə ortaqlıq anlaşması imzalanması ilə də “bp” şirkəti TANAP layihəsinin

də 12%-lik payı ilə tamhüquqlu iştirakçılardan biri oldu.TANAP layihəsində şirkətlərin iştirak payı belə müəyyənlanmışdır:

1. “Azərbaycan Cənub Qaz Dəhlizi şirkəti” – 58%,
2. “BOTAS” – 30%,
3. “bp” – 12%.

TAP layihəsi üzrə saziş isə 2013-cü ilin iyunun 30-da imzalandı. Bu sazişin əhəmiyyəti olduqca böyük idi.Çünki bu sazişin imzalanması ilə Azərbaycan qazı ilk dəfə Avropa bazarına birbaşa çıxış əldə etmiş oldu. Bu layihənin səhmdarları isə belədir: “bp” -20%, “CQD” - 20%, “SNAM” - 20%, “FLUXYS” - 19%, “ENAGAS”- 16%, “AXPO” - 5%.

Cənub Qaz Dəhlizinin fəaliyyətə başlaması üçün mərhələli şəkildə həyata keçirilən işlərin 2018-ci ildə tamamlanması gözlənilir. Gələcək hədəf kimi bu dəhliz vasitəsilə nəql ediləcək qazın həcmi 2020-ci ildə 16 mlrd.m³, 2023-cü ildə 23 mlrd. m³, 2026-cı il üçün isə 31 mlrd.m³ müəyyənləşdirilmişdir. 2020-ci ildə nəql ediləcək qazın 10 mlrd.m³ –i Avropaya, 6 mlrd.m³ –i isə Türkiyəyə satılacaqdır.

2017-ci ildə qaz ixracının artırılması sahəsində görülən işlərlə yanaşı, neftin ixrac imkanlarının artırılması istiqamətində də bir sıra tədbirlər həyata keçirildi. Bu istiqamətdə görülən tədbirlər çərçivəsində 1994-cü ildə imzalanmış “Hasilatın Pay Bölgüsü” sazişinə düzəliş edilərək 23 il sonra yeni saziş (PSA) imzalandı. Bu sazişin müddəalarına əsasən “Əsrin müqaviləsi”nin müddəti 2050-ci ilədək uzadıldı.Yeni sazişin şərtlərinə müvafiq olaraq “bp” layihənin operatoru kimi çıxış etməyə davam edəcək.Lakin bu sazişlə SOCAR-ın 11,65% olan layihədə iştirak payı 25%-ə çatdırılacaqdır.Layihədə iştirak edən şirkətlərin isə ARDNF-yə 3,6 mlrd ABŞ dolları bonus ödəməsi nəzərdə tutulmuşdur. PSA sazişinə əsasən şirkətlərin iştirak payları aşağıdakı kimi müəyyənləşmişdir:

- “bp” – 30,37%,
- “SOCAR”– 25%,
- “Chevron” – 9,57%,

- “Inpex” – 9,31%,
- “Statoil” – 7,27%,
- “Exxon Mobil” – 6,79%,
- TP – 5,73%,
- “Itochu” – 3,65%,
- “ONGC Videsh Limited” – 2,31%

Azərbaycanın ixracında neft və təbii qaz qədər böyük paya malik olmasa da, elektrik enerjisinin ixracı da həyata keçirilməkdədir. Son illərdə respublikada elektrik enerjisinə tələbatın tam qarşılanması nəticəsində bu məhsulun ixrac potensialında artım müşahidə olunmuşdur. 2016-cı ildə 22 665,7 mln. kVts elektrik enerjisi istehsal edilmişdir. 2017-ci ildə isə 2,0%-lik azalma ilə bu rəqəm 22 209,8 mln. kVts təşkil etmişdir. İstehsalda İES-lərin payı 20 445,4 mln. kVts, SES-lərin payı isə 1 732,8 mln. kVts olmuşdur.

2017-ci ildə elektrik enerjisinin ixracı 2016-cı illə müqayisədə 17,1 % artmış və 1 282,5 mln. kVts təşkil etmişdir. İdxalda isə 5,8 % azalma müşahidə edilmiş və 107,8 mln. kVts elektrik enerjisi idxal olunmuşdur.

2.2.Qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının mövcud vəziyyətinin təhlili.

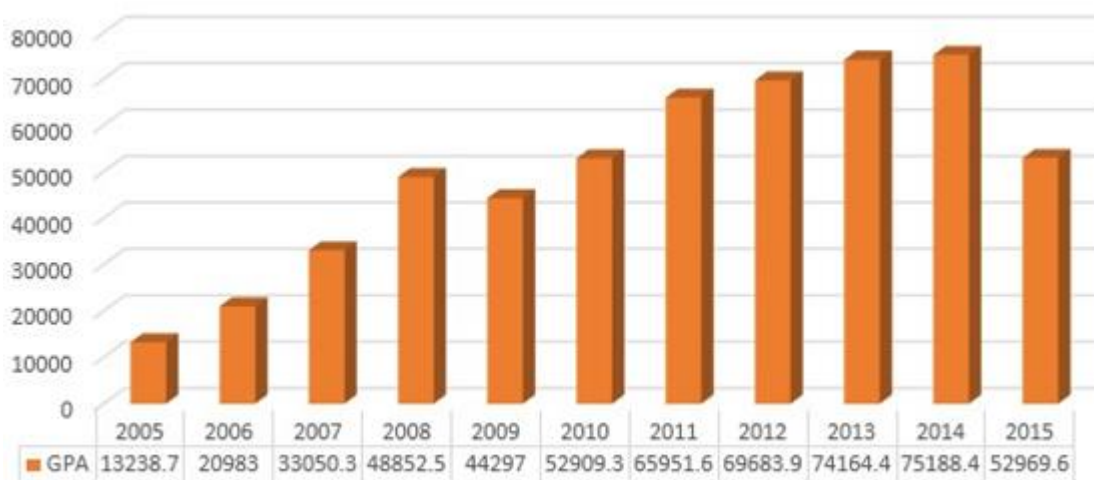
Müstəqillik əldə etdikdən sonra ölkə iqtisadiyyatının inkişafı məqsədilə atılan addımlar, Azərbaycana xarici investorların cəlb olunması və neft-qaz ehtiyatlarından səmərəli şəkildə istifadə edilməsi nəticəsində iqtisadi artım təmin olunmuş, həmçinin həyata keçirilən neft strategiyası Azərbaycanın ixrac potensialının artmasına da təkan vermişdir. 2000-ci ildən isə neft sektorunda istehsalın artımı sürətlənməyə başlamış, dünya bazarında neftin qiymətinin artması ilə də istehsalın artımı gündən-günə çoxalmışdır. 2005-ci ildə neft sektorunda əvvəlki illərlə müqayisədə böyük artım qeydə alınmışdır.

Müstəqillik qazandığımız dövrdən bugünə qədər ÜDM-nin həcmi hər keçən ilə nisbətən daha da artmışdır. Yalnız 2009-cu ildə Qlobal Maliyyə Böhranı baş verən zaman əvvəlki illə müqayisədə ÜDM-nin həcmində azalma qeydə alınmışdır. 2005-2015-ci illərdə ÜDM-nin artımı aşağıdakı diaqramda göstərilmişdir (Diaqram 2.2).

Diaqram 2.2.

ÜDM-nin artımı

milyon ABŞ dolları

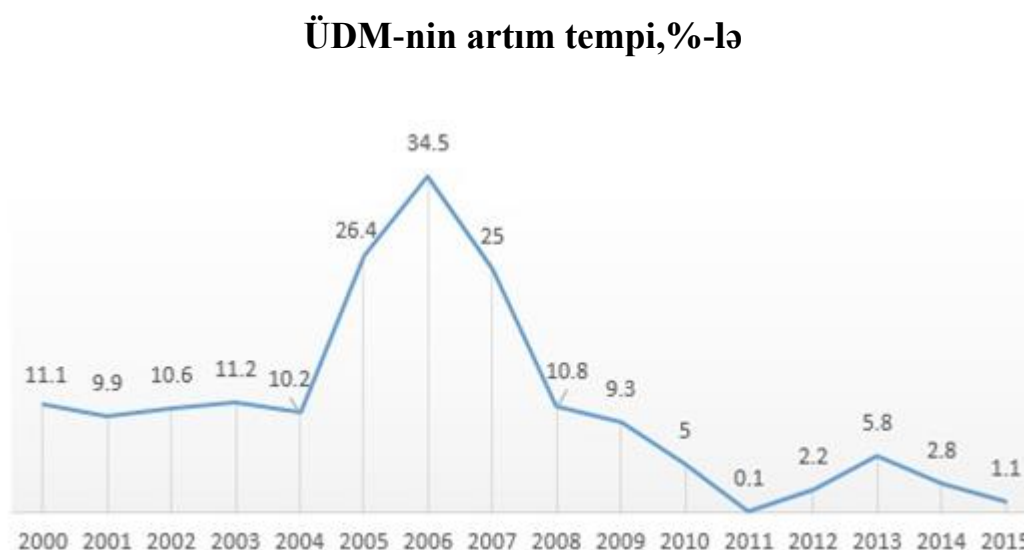


Mənbə: caspiabarrel.org

Diaqram 2.2-də 2005-2015-ci illər ərzində ÜDM-nin dəyişmə dinamikası göstərilmişdir. Diaqrama əsasən 10 illik dövr ərzində ən yüksək ÜDM həcmi 2014-

cü ildə qeydə alındığını görürük(75188,4 mln.ABŞ dolları).2015-ci ildə isə ÜDM-nin artımında azalma müşahidə olunmuşdur.Bunun ən böyük səbəbi dünya bazarında neftin qiymətinin aşağı düşməsi olmuşdur. Lakin ÜDM-nin artım tempi isə fərqli şəkildə dəyişilmişdir. ÜDM-nin artım tempinin dəyişməsi aşağıdakı diaqramda göstərilmişdir(Diaqram 2.3).

Diaqram 2.3



Mənbə: caspianbarrel.org

Diaqram 2.3-dən aydın olur ki, 2005-2007-ci illərdə ÜDM-nin illik artım tempi əvvəlki illərlə müqayisədə olduqca yüksək olmuşdur.2005-ci ildə ölkədə ÜDM-nin illik artım tempi 26,4%,2006-cı ildə 34,5%, 2007-ci ildə isə 25,0% təşkil etmişdir.2008-ci ildə Qlobal Maliyyə böhranı baş verən zaman Azərbaycanda ÜDM-nin illik artım tempi 10.8% olmuşdur. 2006-cı ildə ÜDM-nin 34,5%-lik artımının səbəbi isə “Azəri-Çıraq-Günəşli” yataqlarının tammiqyaslı işlənməsi layihəsi çərçivəsində 2005-ci ildə istifadəyə verilən “Mərkəzi Azəri” və “Qərbi Azəri” platformalarından neft hasilatının gözləniləndən daha çox olması idi. Neft hasilatının 22,3 mln.tondan 32,3 mln.tona çatdırılması və dünya bazarlarında Brent markalı neftin qiymətinin 54,52 dollardan 65,14 dollara qalxması bu artıma xeyli təsir göstərmişdir.Ancaq 2009-cu ildən ÜDM-nin artım tempi azalaraq 9,3% təşkil

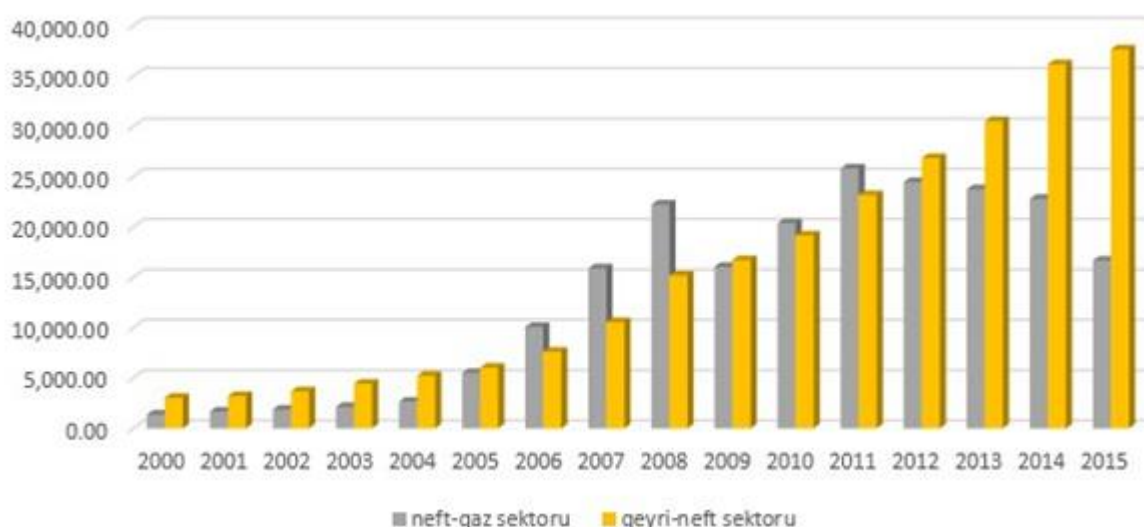
etmişdir. Bu azalma 2010 və 2011-ci illərdə də davam etmiş və ÜDM-nin artım tempi müvafiq olaraq 5% və 0,1% təşkil etmişdir. 2012-ci ildən 2,2%, 2013-cü ildə isə 5,8% təşkil edən artım tempinin yüksəlməsi 2014-cü ildən azalma ilə əvəz olunmuş və həmin il 2,8% təşkil etmişdir. 2015-ci ildə də ÜDM-nin artım tempi 1,1% olaraq azalmağa davam etmişdir.

ÜDM-nin inkişafında neft və qeyri-neft sektorlarının payının müəyyən olunması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, aşağıdakı diaqramda 2000-2015-ci illərdə Azərbaycanın ÜDM istehsalında neft və qeyri-neft sektorlarının payı göstərilmişdir (Diaqram 2.4).

Diaqram 2.4

ÜDM-nin inkişafında neft və qeyri-neft sektorunun payı

milyon manat



Mənbə: caspienbarrel.org

Diaqram 2.4-ə əsasən 2000-2005-ci illərdə ÜDM-nin inkişafında qeyri-neft sektorunun payının daha yüksək olduğu məlum olur. Ancaq neft strategiyası çərçivəsində həyata keçirilən layihələr nəticəsində 2005-ci ildən neft sektorunda artımın qeyri-neft sektorunu qabaqladığı görülür. Diaqrama əsasən, 2005-ci ildə neft

sektorunda ÜDM istehsalı 5520,9 mln manat, 2006-cı ildə 10091,8 mln.manat,2007-ci ildə 15914,2 mln.manat,2008-ci ildə 22251,3 mln.manat təşkil etmişdir.2009-cu ildə isə Qlobal Maliyyə böhranının da təsiri ilə neft sektorunda ÜDM istehsalı 27,8% azalaraq 16065,5 mln.manat təşkil etmişdir.2010-cu ildə neft sektorunda ÜDM istehsalında artım olmuş və 20409,5 mln.manat təşkil etmişdir.2011-ci ildə də isə ÜDM istehsalı 25829,9 mln.manat olmuşdur.2012-ci ildən neft sektorunda ÜDM istehsalı azalmağa başlamışdır. Həmin il üçün ÜDM istehsalı 24487,3 mln.manat təşkil etmiş, 2013 və 2014-cü illərdə ÜDM istehsalı azalaraq müvafiq olaraq 23778,1 mln.manat və 21405,2mln.manat təşkil etmişdir.2015-ci ildə isə neftin qiymətinin kəskin azalması nəticəsində 2014-cü illə müqayisədə neft sektorunda ÜDM istehsalı 28,3% azalmış və 15346,2 mln.manat olmuşdur.

Qeyri-neft sektorunda ÜDM istehsalı isə 2005-ci ildən başlayaraq hər keçən il artmaqdadır.2005-ci ildə ÜDM istehsalı 6055,1 mln.manat,2006-cı ildə 7630,0 mln.manat,2007-ci ildə 10576,1 mln.manat,2008-ci ildə 15197,3 mln manat,2009-cu ildə 16726,0 mln manat təşkil etmişdir.2010 və 2011-ci illərdə qeyri-neft sektorunda ÜDM istehsalı müvafiq olaraq 19179,0 mln.manat və 23196,1 mln.manat olsa da,neft sektoruna nisbətdə istehsalın səviyyəsi aşağı olmuşdur.Lakin 2012-ci ildə qeyri-neft sektorunda 26964,4 mln.manatlıq ÜDM istehsalının həyata keçirilməsi nəticəsində neft sektorundan yüksək istehsal səviyyəsinə nail olunmuşdur.2015-ci ilə qədər qeyri-neft sektorunda ÜDM istehsalı neft sektorunun göstəricilərindən yuxarı mövqeyini saxlamışdır.2013,2014 və 2015-ci illərdə müvafiq olaraq qeyri-neft sektorunda ÜDM istehsalı 30525,9 mln.manat, 33195,9 mln.manat və 34500,9 mln.manat təşkil etmişdir.

2016-ci ildən başlayaraq dünyada neftin qiymətində artım meylinin müşahidə olunması Azərbaycanda neft sektorunda istehsalın yüksəlməsinə təkan vermişdir. Bununla yanaşı, qeyri-neft sektoru da öz artımını davam etdirmişdir. Aşağıdakı cədvəldə 2016-2017-ci illərdə iqtisadiyyatın neft və qeyri-neft sektorunda ÜDM istehsalı göstərilmişdir(Cədvəl 2.12).

Cədvəl 2.12.

İqtisadiyyatın neft və qeyri-neft sektorunda ÜDM istehsalı*milyon manatla*

	2016	2017
Ümumi daxili məhsul	60425,2	70135,1
O cümlədən:		
neft sektoru	20449,4	26073,2
qeyri-neft sektoru	39975,8	44061,9

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.12-də göstərilmişdir ki, 2016-cı ildə ölkədə 60425,2 mln.manat ÜDM istehsalı həyata keçirilmişdir. Bunun 20449,4 mln.manatı neft sektorunun, 39975,8 mln.manatı isə qeyri-neft sektorunun payına düşmüşdür. 2015-ci illə müqayisədə neft sektorunda ÜDM istehsalı 33,3% artım göstərmişdir. Qeyri-neft sektorunda ÜDM istehsalı isə 2015-ci illə müqayisədə 15,9% artmışdır.

2017-ci ildə isə ÜDM istehsalı artaraq 70135,1 mln.manat təşkil etmişdir. Bunun 26073,2 mln.manatı neft sektorunun, 44061,9 mln.manatı isə qeyri-neft sektorunun payına düşmüşdür. 2016-cı illə müqayisədə neft sektorunda ÜDM istehsalı 27,5%, qeyri-neft sektorunda ÜDM istehsalı isə 10,2% artmışdır. Ümumi daxili məhsulun 62,8 %-i qeyri-neft sektorunda, 37,2 %-i isə neft sektorunda istehsal edilmişdir.

İqtisadiyyatın neft sektorunda istehsal olunmuş əlavə dəyər 5,0 % azalmış, qeyri-neft sektorunda isə 2,7%, nəqliyyat və anbar təsərrüfatı sahələrində 8,5%, informasiya və rabitə sahələrində 6,6%, turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahələrində 5,9 %, kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq sahələrində 4,2%, ticarət, nəqliyyat vasitələrinin təmiri sahələrində 2,5%, sosial və digər xidmət sahələrində 1,5% artmışdır. Qeyri-neft sənayesində məhsul istehsalında 2016-cı il ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 3,7%, bu sahədə yaradılmış əlavə dəyerdə isə 3,8% artım müşahidə olunmuşdur.

2017-ci ildə ümumi daxili məhsulun strukturunda ən yüksək pay sənayeyə(40,1%) məxsus olmuşdur. Bundan başqa, ÜDM istehsalının 10,4 %-i ticarət və nəqliyyat vasitələrinin təmiri, 9,5 %-i tikinti, 6,8 %-i nəqliyyat və anbar təsərrüfatı, 5,6%-i kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq, 2,3%-i turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə, 1,6 %-i informasiya və rabitə sahələri, 16,4 %-i isə digər sahələrin payına düşmüşdür. ÜDM-nin 7,3%-ni məhsula və idxala xalis vergilər təşkil etmişdir. Əhalinin hər nəfərinə düşən ÜDM isə 7205,0 manata bərabər olmuşdur.

İqtisadi dayanıqlılığın təmin olunması üçün iqtisadiyyatın bir məhsul istehsalından asılı olması deyil, çox çeşiddə məhsul istehsalının reallaşdırılması vacibdir. Xüsusilə, neft iqtisadiyyatlı ölkələrdə neftin qiymətinin dəyişkənliyi səbəbindən milli iqtisadiyyatda tez-tez şokların yaranması müşahidə olunur. Bu isə iqtisadi inkişafa mane olaraq, ölkənin iqtisadi itkilərlə üzləşməsinə gətirib çıxarır. Bu baxımdan qeyri-neft sektorunun inkişafı zərurət kəsb edir. Qeyri-neft sektorunun inkişafı milli iqtisadiyyatın diversifikasiyasının yüksəldilməsində mühüm rola malikdir. Qeyri-neft sektorunda istehsalın real artım sürəti xarici tələbin tərəddüdlərindən ciddi şəkildə asılı olmur. Bu sektorda real istehsalın artım dinamikasına cəlb edilmiş investisiyalar, daxili tələbdə baş verən dəyişmələr, ölkədə aparılan struktur və institusional dəyişikliklər daha çox təsir göstərir.

Azərbaycan dünya bazarında uzun illərdir ki, neft və neft məhsulları ixracatçısı kimi çıxış edir. Lakin 2012-ci ildən qeyri-neft sektorunun ÜDM-də payının yüksəlməsi nəticəsində Azərbaycanın ixrac siyasətində müəyyən dəyişikliklər nəzərə cəlbə başlanmışdır. Xarici ticarətdə qeyri-neft sektorunun payı ildən-ilə artmaqdadır. Bu sahədə inkişafın təmin olunması məqsədilə yüksək rəqabətqabiliyyətliliyə malik, keyfiyyətli və beynəlxalq standartlara cavab verən məhsulların istehsalı, həmçinin ixracı stimullaşdıracaq tədbirlərin həyata keçirilməsi prosesi davam etməkdədir.

İqtisadi diversifikasiyanı hədəfləyən bir sıra proqram və strategiyaların qəbulu ilə ixrac potensialının genişləndirilməsi istiqamətində görülmüş işlərin nəticəsində qeyri-neft sektorunda inkişaf meylləri müşahidə olunmağa başlamış və ixracın strukturunda bu qeyri-neft məhsullarının payı yüksəlmişdir.

Bundan başqa Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələrinin genişlənməsi, neft hasilatının azalması halında ticarət saldosundakı üstünlüyün qorunub saxlanması istiqamətində bir sıra addımlar atılmışdır. Bu istiqamətdə atılan addımlar içərisində Nazirlər Kabineti tərəfindən 2011-ci ildə təsdiq olunmuş “2011-2013-cü illər üçün qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılmasına dair Tədbirlər Planı”nı xüsusilə vurğulamaq lazımdır. Planda ixrac mallarının istehsalı stimullaşdırılmaqla, ixracın infrastruktur təminatı gücləndirilərək və keyfiyyətə nəzarət sistemi yaxşılaşdırılaraq ixracın təşviqinin artırılması istiqamətində tədbirlər nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədbirlərin yerinə yetirilməsi üçün qanunvericilik bazasının da təkmilləşdirilməsi məqsədilə tədbirlər görülməsi planlaşdırılmışdır.

2012-ci ildən başlayaraq iqtisadiyyatın diversifikasiyalaşması və investisiya qoyuluşunun sürətləndirilməsi, neft gəlirlərindən asılılığın azaldılması, qeyri-neft sektorunda yüksək inkişaf səviyyəsinə nail olunması, ölkəmizin ixrac imkanlarının artırılması məqsədilə prezident İlham Əliyev tərəfindən bir sıra fərman və sərəncamlar imzalanmışdır. Bu sahədə görülmən tədbirlər qismində ilk növbədə, “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasını vurğulamaq lazımdır.

Bu konsepsiyada qeyri-neft sektorunun inkişafı baxımından bir sıra tədbirlər nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədbirlərin icrası yerinə yetirildikdən qeyri-neft sektoru üzrə adambaşına düşən ixrac həcmi 1000 ABŞ dolları təşkil edəcəkdir. Həmçinin ölkədə adambaşına düşən ÜDM-nin həcmnin 13000 ABŞ dollarına çatması planlaşdırılmışdır. Bu məqsədləri reallaşdırmaqdan ötrü dövlət tənzimlənməsinin səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi təmin ediləcək, eyni zamanda yüksək əlavə dəyər yaradan ixracyönümlü iqtisadiyyatın formalaşdırılması sahəsində tədbirlər görülməcəkdir. Konsepsiya çərçivəsində iqtisadiyyatın strukturunun təkmilləşdirilməsi

və qeyri-neft sektorunun inkişafı çərçivəsində bir sıra tədbirlər həyata keçiriləcəkdir. Konsepsiyada qeyri-neft sənayesinin inkişaf etdirilməsi məqsədilə təbii və iqtisadi resursların təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsinin genişləndirilməsi və istifadəsinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Həmçinin bu konsepsiyada kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalına xüsusi diqqət yetirilməsi, bu sahədə istehsal gücünün artırılması üçün yeni texnologiyaların tətbiqi də nəzərdə tutulmuşdur. Müasir tələblərə cavab verən istehsal, sosial və bazar infrastrukturunu şəbəkəsinin yaradılması, təsərrüfatçılıq və idarəçiliyin mütərəqqi formalarından istifadənin genişləndirilməsi konsepsiyada qeyri-neft sektorunun inkişafı məqsədilə nəzərdə tutulan digər tədbirlərə misal ola bilər. 2020-ci ilə qədər qeyri-neft sektoru üzrə ÜDM-in orta illik real artım tempinin 7%-dən yüksək olması nəzərdə tutulmuşdur. İnkişaf Konsepsiyasında ixrac yönümlü iqtisadi model əsas götürülməklə, iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi sahəsində görülməli işlərin qeyri-neft ixracının artımı ilə nəticələnməsi hədəflənmişdir.

Eyni zamanda “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasının həyata keçirilməsi ilə bağlı Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 29 may 2013-cü il tarixli Sərəncamına əsasən hazırlanan “2015-2020-ci illər üçün xarici investisiyalar və qeyri-neft ixracın təşviqi strategiyası” da qeyri-neft ixracının stimullaşdırılması istiqamətində mühüm əhəmiyyətə malik sənəd hesab olunur. Strategiyaya əsasən nəzərdə tutulmuşdur ki, xarici investisiyalar vasitəsi ilə qabaqcıl texnologiyalar və təcrübə cəlb edilərək ölkədə idxaləvəzədici və ixracyönümlü məhsul istehsalı inkişaf etdirilməlidir. Qeyri-neft ixracının artırılması və yeni bazarlara çıxışın təmin olunması da bu strategiyanın əsas məqsədləri arasındadır.

Bu məqsədləri reallaşdırmaq üçün isə bir sıra vəzifələrin həyata keçirilməsi labüddür. İlk növbədə investisiya mühitinin inkişafı məqsədilə müəyyən tədbirlər görülməsi, qeyri-neft sektoruna xarici investisiyaları cəlb olunması üçün stimullaşdırıcı mexanizmlərin tətbiq olunması, ixracatçılara dövlət dəstəyi

gücləndirilməsi, qeyri-neft ixracının stimullaşdırılması üçün ixrac coğrafiyasının genişləndirilməsi və s. vəzifələr müəyyən olunmuşdur.

“Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı”nın da məqsədləri sırasında qeyri-neft sənayesinin ixrac potensialının artırılması öz əksini tapmışdır. Bu proqrama müvafiq olaraq həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində ölkədə sənayenin strukturunda irəliləyişlərə nail olunması, kimya məhsulları istehsalının artırılması, yüngül, yeyinti sənayesinin inkişafı etdirilməsi və s. sahələrdə fəaliyyətin genişləndirilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

2015-ci ildən etibarən Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafı istiqamətində tədbirlər geniş vüsət almışdır. Bu dövrdə dünyada neftin qiymətinin aşağı düşməsi və bir sıra makroiqtisadi amillərin təsiri ilə ölkədə iqtisadi islahatların müntəzəm xarakter alması nəzərə çarpmışdır. Qeyri-neft sektorundakı mövcud potensialın artırılması və bu sahədə dinamik inkişafın təmin edilməsi məqsədilə yeni iqtisadi islahatlar həyata keçirilmişdir.

“Qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılması ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” 18 yanvar 2016-cı il tarixli sərəncam, “Qeyri-neft məhsullarının ixracının təşviqi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” 1 mart 2016-cı il tarixli fərman və digər hüquqi sənədlər Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafında xüsusi əhəmiyyətə malikdirlər. Sərəncamlara əsasən, qeyri-neft sektorunda istehsalın və ixracın stimullaşdırılması sahəsində bir sıra tədbirlər həyata keçirilərək, Azərbaycan məhsullarının xarici ölkələrdə rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üçün ixrac missiyalarının həyata keçirilməsi istiqamətində də xeyli işlər görüldü. Bu tədbirlər isə qeyri - neft sektorunun inkişafında mühüm nailiyyətlərin əldə edilməsi ilə nəticələndi.

Son illərdə Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı məqsədilə atılan addımlar içərisində sözsüz ki, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən 2016-cı il 16 mart tarixində imzalanan “milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətləri”nin təsdiqi və bundan irəli gələn məsələlər haqqında Sərəncam mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycan

Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilən Azərbaycan Respublikasının “milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi”ndə gəlir və məşğulluğun artırılması, iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasının təmin edilməsi, iqtisadiyyatın qeyri-neft sahələri istiqamətində diversifikasiya edilməsi kimi məqsədlər nəzərdə tutulmuşdur.

Strateji yol xəritələrində qeyri-neft ixracının artırılmasına yönəlmiş bir sıra tədbirlər nəzərə çarpır. Sənəddə qeyd olunur ki, 2015-ci ildə adambaşına düşən 170 ABŞ dolları dəyərindəki qeyri-neft sektoru üzrə ixrac həcmnin səviyyəsi 10 il müddətində ən azı 450 ABŞ dollarına qaldırılmalıdır. Sənədə əsasən, Azərbaycanın əsas ixrac tərəfdaşları içərisində coğrafi yaxınlıq baxımından Rusiya, İran və Türkiyə əsas yer tutursa, Azərbaycanın Çin, Aİ və Körfəz ölkələrinə çıxmaq üçün də potensial mövcuddur. Bu istiqamətdə “Made in Azerbaijan” brendinin təbliği gücləndirilir. “Made in Azerbaijan” brendinin xarici bazarlarda genişmiqyaslı təşviqinə dair 5 oktyabr 2016-cı il tarixli fərmana əsasən, potensial ixrac ölkələrinə ixrac missiyaları təşkil olunur, ölkəmiz beynəlxalq sərgilərdə “Made in Azerbaijan” vahid ölkə stendi ilə iştirak edir, Azərbaycan məhsullarının xarici KİV-də reklamı həyata keçirilir.

Bu istiqamətdə görülmə tədbirlər qismində “Made in Azerbaijan” brendinin təşviqi ilə əlaqədar olaraq Honk-Konq da daxil olmaqla Çin, BƏƏ, Almaniya, Əfqanıstan, Pakistan, Qətər və Qazaxıstana 8 ixrac missiyası təşkil edilmişdir. Bunun nəticəsində isə Çinə şərab, BƏƏ-yə, Səudiyyə Ərəbistanına, Omana və Malayziyaya alma və nar şirəsi, Qazaxıstana isə sənaye boyası ixrac edilmişdir.

Bundan başqa nar və çay məhsulları ilə bağlı Almaniyadan, nar şirəsi üçün İsveçdən ixrac tələbləri daxil olmuş, Əfqanıstana quru süd, süd məhsulları, nar şirəsi, qənnadı məhsulları, tikinti materialları, Qətərə ot, nar şirəsi və kosmetoloji və tibbi məhsulların ixracı, Qazaxıstana kosmetoloji və tibbi məhsullar və meyvə ixracı ilə bağlı razılaşmalar əldə olunmuşdur. Pakistandan isə nar, pomidor konservləri, göbələk, çiyid, şokolad məhsulları, mebel və başqa məhsulların ixracı ilə bağlı sifarişlər qəbul edilmişdir.

Həmçinin Prezidentin 2016-cı il 21 sentyabr tarixli "Azərbaycan Respublikasında istehsal olunan malların vahid məlumat bazasının yaradılması haqqında" Sərəncamına müvafiq olaraq Azərbaycanda istehsal olunmuş məhsulların və həmin məhsulların istehsalçıları haqqında məlumatları əks etdirən Azexport.az portalı yaradılmışdır. Bu portal vasitəsilə istehsalçılar daxili və xarici bazarda öz məhsullarının satışını həyata keçirə bilirlər.

Azərbaycanda yerli istehsalçılarla hökumət arasında əlaqələrin təmin olunması isə 2003-cü ildən İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu (AZPROMO) tərəfindən yerinə yetirilir. Fond ölkənin investisiya imicinin yüksəldilməsi, xarici investorların cəlb olunması, regional ixrac imkanların tədqiq edilməsi, bazar araşdırmalarının aparılması, şirkətlərə ixracatla bağlı məsləhətlərin verilməsi, "Made in Azerbaijan" nişanının beynəlxalq səviyyədə təbliğinin həyata keçirilməsi və s. istiqamətlərdə fəaliyyət həyata keçirir.

İxracın dəstəklənməsi və stimullaşdırıcı tədbirlərin artırılması istiqamətində işlər davam etməkdədir. Odur ki, Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən 2018-ci il 11 yanvar tarixində imzalanmış fərmana əsasən, bu il ərzində xarici ölkələrə daha çox ixrac missiyaları həyata keçiriləcək, beynəlxalq sərgilərdə ölkəmizin "Made in Azerbaijan" vahid ölkə stendi ilə iştirakı genişləndiriləcək, ixracatçılara maliyyə dəstəyi daha da gücləndiriləcəkdir. 2018-ci ilin əvvəlində təqdimatı həyata keçirilən yeni "Made in Azerbaijan" loqosu da məhsulların xarici bazarlarda tanıtılması istiqamətində istifadə ediləcəkdir.

Bilirik ki, ixrac həcmının artırılması istiqamətində hal-hazırda davam edən tədbirlərin öz başlanğıcını Azərbaycanın neft strategiyasının formalaşdırılmasından götürmüşdür. Neft-qaz ehtiyatlarının ixracının artırılması ölkə iqtisadiyyatının inkişaf səviyyəsinin yüksəlməsində müstəsna rol oynamışdır. Lakin 2008-ci ildən sonra global böhranın təsirləri ilə xarici ticarət dövriyyəsində kəskin azalma baş vermişdir. Əslində, global böhran Azərbaycanın neft-qaz sektorundan başqa qeyri-neft sektorunun inkişafının da prioritet istiqamət olaraq müəyyən edilməsində xüsusi rol

oynamışdır. Azərbaycanca qlobal böhrandan sonrakı dövrdə xarici ticarət əlaqələrinin genişlənməsi və ticarət dövriyyəsinin artımına nail olunması istiqamətində bir çox tədbirlər görülmüşdür. Ümumiyyətlə, Azərbaycanın son 10 ildə xarici ticarət dövriyyəsinin dəyişmə dinamikasına nəzər yetirsək, qlobal böhranın mənfi təsirlərini, eləcə də qeyri-neft sektorunda artımın müşahidə olunduğu illərdə istər ixrac həcmində, istərsə də ticarət dövriyyəsindəki yüksəlməni aydın görmək olar (Cədvəl 2.13).

Cədvəl 2.13

2007-2017-ci illər ərzində xarici ticarət dövriyyəsi

milyon ABŞ dolları

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ticarət dövriyyəsi	1177 1,7	5492 6,0	2082 4,5	2796 0,8	3632 6,9	3356 0,9	3468 7,9	3101 6,3	2194 5,8	1767 5,7	2259 3,6
İxrac	6058, 2	4775 6,0	1470 1,4	2136 0,2	2657 0,9	2390 8,0	2397 5,4	2182 8,6	1272 9,1	9143, 3	1381 1,6
İdxal	5713, 5	7170, 0	6123, 1	6600, 6	9756, 0	9652, 9	1071 2,5	9187, 7	9216, 7	8532, 4	8782, 0

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.13-də 2007-ci ildən başlayaraq son 10 il ərzində xarici ticarət dövriyyəsinin dəyişmə dinamikası göstərilmişdir. Cədvələ əsasən müəyyən etmək olur ki, 10 il ərzində ən yüksək xarici ticarət dövriyyəsi 47756,0 mlrd ABŞ dolları ixrac həcmi müşahidə olunmuş 2008-ci ildə qeydə alınmışdır (54926,0 mlrd. ABŞ dolları). Həmin il neftin barelinin qiymətinin 148 dollar olması artımın ən böyük səbəbi idi.

2009-cu ildə böhranın təsiri ilə isə ticarət dövriyyəsində kəskin azalma olmuş, 2010-cu ildən isə artım müşahidə olunmuşdur. 2011-ci ildə də artım davam etmişdir. Lakin 2012-ci ildə əvvəlki illə müqayisədə ticarət dövriyyəsində 2766,0 mlrd. ABŞ dolları və ya 7,6% azalma qeydə alınmışdır. 2013-cü ildə artım, 2014, 2015, 2016-cı illərdə yenidən azalma müşahidə olunmuşdur. 2017-ci ildə isə ticarət dövriyyəsində əvvəlki illə müqayisədə 27,8% artım qeydə alınmışdır. İxracın həcmi də 2016-cı ilə nisbətən 51% artım göstərmiş və 13811,6 mlrd. ABŞ dolları təşkil etmişdir.

Aşağıdakı cədvəldə isə son 10 il ərzində qeyri-neft məhsullarının ixracının ümumi ixrac həcmində payı göstərilmişdir (Cədvəl 2.14).

Cədvəl 2.14.

2007-2017-ci illər ərzində qeyri-neft məhsullarının ixrac həcmi

milyard ABŞ dolları

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ümumi ixrac	6058,2	47756,0	14701,4	21360,2	26570,9	23908,0	23975,4	21828,6	12729,1	9143,3	13811,6
Qeyri-neft məhsulları ixracı	1,176	1,459	1,129	1,300	1,558	1,706	1,818	1,755	1,600	1,200	1,538

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.14-ə əsasən müəyyən etmək olur ki, 2007-ci ildən başlayaraq qeyri-neft məhsullarının ixrac həcmində artım müşahidə edilmişdir. Həmin il qeyri-neft məhsullarının ixrac həcmi 1,176 mlrd. ABŞ dolları təşkil etmişdir. 2008-ci ildə isə ixrac həcmi 1,459 mlrd. ABŞ dollarına bərabər olmuşdur. 2009-cu ildə global böhranın təsiri ilə 22,6 %-lik azalma qeydə alınmış və ixrac həcmi 1,129 mlrd. ABŞ

dolları təşkil etmişdir. 2010-cu ildə qeyri-neft məhsullarının ixracında yenidən artım baş vermiş və həmin il ixrac 1,3 mlrd.ABŞ dollarına yüksəlmişdir. Bu artım 2011-ci ildə ixrac həcmnin 1,558 mlrd. ABŞ dollarına, 2012-ci ildə 1,706 mlrd.ABŞ dollarına, 2013-cü ildə isə 1,818 mlrd.ABŞ dollarına yüksəlməsi ilə davam etmişdir. Qlobal bazarlarda baş verən dəyişikliklərlə əlaqədar Azərbaycanın qeyri-neft sektoru üzrə ixrac 2014-cü ildən azalmağa başlamışdır. Həmin ildə qeyri-neft məhsullarının ixrac həcmi 1,755 mlrd.ABŞ dollarına düşmüşdür.Düzdür,bu göstərici 10 il əvvəlki rəqəmlərlə müqayisədə heç də aşağı deyildi.Ancaq bu sektorun ixrac potensialında 2011-ci ildən başlayan yüksəlişə nisbətə ixrac tempinin azalması müşahidə olunmaqda idi. 2015-ci ildə də bu azalma davam etdi və 1,6 mlrd.ABŞ dolları qeyri-neft məhsulunun ixracı həyata keçirildi.2016-cı ildə bu rəqəm 1,2 mrd.ABŞ dollarına qədər endi.

Ancaq 2016-cı ildə qeyri-neft sektorunun ixrac həcmnin artırılması istiqamətində görülən işlər öz bəhrəsini verdi və 2017-ci ilin əvvəlindən başlayaraq həm ümumi ixrac həcmində,həm də qeyri-neft məhsulları ixracında artım müşahidə olunmağa başladı.

2017-ci il ərzində qeyri-neft sektoru üzrə ixracın həcmi 1,538 mlrd. ABŞ dolları təşkil etmişdir. 2016-cı illə müqayisədə qeyri-neft sektoru üzrə ixracda təqribən 24 % artım müşahidə olunmuşdur. Bu müddət ərzində ixrac əməliyyatları 1923 subyekt tərəfindən həyata keçirilmişdir. DGK-nin məlumatları əsasında qeyd edə bilərik ki, 2017-ci il üçün 553 mln.ABŞ dolları dəyərində qeyri-neft məhsullarının ixrac həcmi ilə birinci yeri Rusiya tutmuşdur.

2017-ci il ərzində qeyri-neft məhsulları ixracında birinci yerdə 151,6 mln.ABŞ dolları dəyərində ixrac həcmi ilə pomidor, ikinci yerdə 125,4 mln.ABŞ dollar dəyərində ixrac həcmi ilə qızıl, üçüncü yerdə isə 114,5 mln.ABŞ dolları dəyərində ixrac həcmi ilə qabığı təmizlənmiş meşə fıındığı qərar tutmuşdur.

2017-ci ildə əvvəlki illə müqayisədə meyvə - tərəvəz ixracı 35% artaraq, 503 mln.ABŞ dolları, alüminium və ondan hazırlanan məmulatların ixracı 20% artaraq,

118 mln.ABŞ dolları, plastmassa və ondan hazırlanan məmulatların ixracı 2% artaraq,101 mln.ABŞ dolları təşkil etmişdir. Qara metallar və ondan hazırlanan məmulatların ixracı 83 mln.ABŞ dolları olmuşdur. 2016-cı illə müqayisədə kimya sənayesi məhsullarının ixracında da 42% artım olmuş və 80 mln.ABŞ dolları ixrac həyata keçirilmişdir. Həmçinin, pambıq ixracı 2,1 dəfə artaraq, 52 mln.ABŞ dolları, elektrik enerjisi ixracı 80% artaraq,51 mln.ABŞ dolları, şəkər ixracı 39 mln.ABŞ dolları,çay ixracı 66% artaraq,10 mln.ABŞ dolları təşkil etmişdir. Eyni zamanda 2017-ci ildə tütün və tütünün sənaye əvəzedicilərinin ixracında 72%, spirtli və spirtsiz içkilərin ixracında isə 17 % artım müşahidə olunmuşdur.

2016-cı illə müqayisədə 2017-ci il üzrə Azərbaycandan ixrac olunan məhsulların çeşidi 9 % çoxalmışdır.

Bu göstəricilərə nəzər saldıqda Azərbaycanın ixrac strukturunda qeyri-neft sektoru üzrə kənd təsərrüfatı məhsullarının digər sahələrə nisbətdə daha yüksək çəkiyə malik olduğunu görürük. Kənd təsərrüfatı sektoru Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafına mühüm təsir göstərən sahələrdən hesab olunur. Bu sahənin inkişafına dövlət tərəfindən xüsusi diqqət yetirilir.

Ümumiyyətlə,Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsullarının ümumi həcminə nəzər saldıqda, 1995-2015-ci illər ərzində real ifadədə 2,4 dəfə, 2005-2015-ci illər ərzində isə 38,4% artım müşahidə olunmuşdur. Bitkiçilik məhsulları istehsalından real artım qeyd olunan dövrlərdə müvafiq olaraq 2,3 dəfə və 25,4 % təşkil etmişdir. Heyvandarlıq məhsulları istehsalında isə müvafiq olaraq 2,5 dəfə və 53,8 % real artım müşahidə edilmişdir.

2000-2010-cu illərdə neft sektorunun ÜDM-də payına nisbətdə isə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının payında azalma olmuş və 5,5%-ə düşmüşdür. 2010-2015-ci illər ərzində isə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının ÜDM-də payının yüksəlməsi qeydə alınmış və 5,5 %-dən 6,2 %-ə qalxmışdır.

Qeyri-neft sektorunun ixracyönümlü sahələri içərisində kənd təsərrüfatı məhsulları ixracında son 2 ildə sürətli artım müşahidə olunmaqdadır.2010-cu ildən

sonra kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının ÜDM-də payının yüksəlməsi ixrac həcminə də təsir etmişdir.

Aşağıdakı cədvəldə Azərbaycanın ixracında əsas yer tutan 10 kənd təsərrüfatı məhsulunun 2010-2017-ci illərdə ixrac həcmi göstərilmişdir(Cədvəl 2.15).

Cədvəl 2.15

**2010-2017-ci illərdə Azərbaycanın kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları
ixracında əsas yer tutan məhsullar**

min ABŞ dolları

Məhsullar	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Yeməli meyvələr və qoz-fındıq	112484, 3	153062, 6	208357. 8	173508. 0	192165. 4	220247. 8	243755. 3	292736. 7
Tərəvəzlər və bəzi yeyilən meyvəköklül ər və kökyumrular 1	42344,5	78209,8	55968.6	77263.9	98919.2	91679.7	129030. 9	210089. 9
Meyvələrin, tərəvəzin, qoz-fındığın və ya bitkilərin bəzi hissələrinin emal məhsulları	21518,2	21351,3	18430.1	21964.9	17143.2	10856.8	11414.9	15388.6
Heyvan və ya								

bitki mənşəli piylər və ya yağlar	188255, 4	173756, 9	221765. 9	227883. 5	190334. 7	153335. 3	17113.8	17046.9
Şəkər və şəkərdən hazırlanan qənnadı məmulatları	146451, 8	199185, 0	214911. 2	243840. 2	221378. 6	212207. 5	62275.4	40244.2
Kakao və ondan hazırlanan məmulatlar	3 156,8	7 923,9	11942.2	16268.1	11868.2	7 648.8	4 940,7	6 017,1
Qəhvə, çay, mate və ya paraqvay çayı və ədviiyyatlar	33360,7	32384,1	37493.0	44381.7	31263.4	19505.5	6197.7	10291.0
Spirtili və spirtsiz içkilər və sirkə	15142,2	15727,0	21304.9	30941.5	31875.4	25829.5	18731.3	21923.1
Pambıq	15892,0	20732,7	23364.5	31817.5	14498,8	19504.9	24231.6	51962.3
Tütün və tütünün sənaye əvəzediciləri	6 829,9	9 307,0	8 664,3	10757.4	12754.9	9 406.3	8 898.8	15304.0

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.15-dən görünür ki, Azərbaycanın ixracında böyük yer tutan kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları içərisində son dövrlərdə meyvə-tərəvəz ixracı, eləcə də pambığın ixrac həcmində artım müşahidə olunmaqdadır. 2017-ci ildə meyvə-tərəvəz

ixracında da, pambıq məhsulunun ixracında da son 7 ilin ən yüksək göstəricisi qeydə alınmışdır. Ümumiyyətlə, pambıq istehsalı son 2 ildə 8 dəfə artmış, 2015-ci ildə 35 min ton, 2016-cı ildə 89 min ton, 2017-ci ildə isə 207 min ton pambıq yığılmışdır. Həmçinin, fındıq ixracından fermerlər 100 mln.ABŞ dollarından çox vəsait əldə ediblər.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi” bu sektorun inkişafı üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır. “Strateji Yol Xəritəsi” ndə rəqabətqabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı sektorunun formalaşması 9 strateji hədəf müəyyən olunmuşdur. Hədəflərin reallaşdırılması nəticəsində kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı sektorunda 2020-ci ildə real ÜDM-nin 1235 milyon manat artması və təxminən 20 min yeni iş yerinin yaradılacağı proqnoz edilmişdir. Eyni zamanda “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndə nəzərdə tutulan prioritetlərin həyata keçirilməsinin sürətləndirilməsi məqsədilə 11 aprel 2017-ci ildə Kənd təsərrüfatının inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında Sərəncam imzalanmışdır. Bu sərəncama əsasən kənd təsərrüfatı sektorunda maliyyələşdirmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi, eləcə də, aqrar sığortanın inkişafı və aqrar sahədə investisiya qoyuluşlarının təşviqi sahəsində müəyyən tədbirlər görülməsi nəzərdə tutulmuşdur.

“Strateji Yol Xəritəsi”ndə müəyyən edilmiş hədəflərin yerinə yetirilməsinə başlanması ilə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalında artım nəzərə çarpmaqdadır. Azərbaycanda 2016-cı ildə 2015-ci illə müqayisədə kənd təsərrüfatında ümumi məhsul istehsalı 2,6% artmışdır. Həmçinin heyvandarlıq məhsulları istehsalında 2,8%, bitkiçilik məhsullarında isə 2,5% artım qeydə alınmışdır. Bu artım 2017-ci ilin əvvəllərində də davam etmişdir. Hesablamalara əsasən, 2017-ci ilin birinci rübündə ümumi kənd təsərrüfatı istehsalı 3,5% artmışdı. Bitkiçilik isə 20%-dən çox artım göstərmişdi. Bu rəqəmlər ilin sonunda da artımla müşayiət olundu. Bu isə kənd

təsərrüfatı məhsullarının ixrac həcmnin yüksəlməsinə səbəb oldu. 2017-ci ildə kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac potensialı 40 %-dək yüksəlmişdir.

Qeyri-neft sektorunun inkişafı və iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi istiqamətində həyata keçirilən tədbirlər istiqamətində xüsusilə, kənd təsərrüfatı sektorunun inkişafı, eləcə də, bu sahədə idxalın azaldılması və ixrac həcmnin artırılması məqsədilə 2017-ci ildə bir sıra Dövlət Proqramları qəbul olunmuşdur. Bu proqramlara misal olaraq “Azərbaycan Respublikasında sitrus meyvəçiliyinin inkişafına dair 2018–2025-ci illər üçün Dövlət Proqramı”nı, “Azərbaycan Respublikasında çayçılığın inkişafına dair 2018–2027-ci illər üçün Dövlət Proqramı”nı və “Azərbaycan Respublikasında çəltikçiliyin inkişafına dair 2018-2025-ci illər üçün Dövlət Proqramı” nı göstərmək olar. Eyni zamanda baramaçılıq və ipəkçilik sahəsinə dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi ilə ixrac potensialının artırılmasına və kənd yerlərində məşğulluğun təmin edilməsinə yönəldilmiş Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2017-ci il 27 noyabr tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında baramaçılığın və ipəkçiliyin inkişafına dair 2018–2025-ci illər üçün Dövlət Proqramı” nəticəsində qeyri-neft sektorunun inkişafında mühüm irəliləyişlərə nail olunması planlaşdırılmışdır.

2.3.Azərbaycanın ixrac potensialının rəqabətqabiliyyətliliyinin tədqiqi və qiymətləndirilməsi.

İqtisadiyyatın inkişafının təmin olunmasında yüksək rəqabətqabiliyyətliliyə malik olmaq mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Çünki rəqabətqabiliyyətlilik iqtisadi səmərəliliyin qiymətləndirilməsinin əsas xüsusiyyətlərindən olmaqla, iqtisadiyyatın beynəlxalq integrasiyasının əsas göstəricilərindən biri, bir ölkənin dünya ölkələri içərisində gücünü müəyyən edən əsas meyarlardan hesab olunur. Rəqabətqabiliyyətlik mürəkkəb iqtisadi kateqoriya kimi müxtəlif səviyyələrdə mövcuddur: Məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyi; Məhsul istehsalçılarının (firmaların) rəqabətqabiliyyətliliyi; Ölkənin rəqabətqabiliyyətliliyi. Maykl Porter isə rəqabətqabiliyyətliliyi sadəcə məhsulların rəqabəti üzərindən dəyərləndirir. Onun fikrincə, nə firmalar, nə də ölkələr rəqabət prosesində iştirak etmirlər, rəqabət sadəcə məhsullar arasında mövcuddur.

Yüksək rəqabətqabiliyyətliliyin təmin olunmasında ölkənin xarici ticarət fəaliyyətinin mühüm rolu vardır. Bu baxımdan ölkənin xarici ticarətdə rəqabətqabiliyyətliliyinin düzgün müəyyən olunması və qiymətləndirilməsi vacibdir. Ölkədə istehsal olunmuş məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin əsas meyarları müəyyən edilərək, ölkənin xarici ticarətdə rəqabətqabiliyyətliliyini əks etdirən faktorlar və beynəlxalq bazarlarda rəqabət üstünlüklərinin qiymətləndirilməsində istifadə olunan metodlar öyrənilməklə xarici ticarətdə yüksək rəqabətqabiliyyətliliyin səviyyəsi təyin edilə bilər.

İndi isə yüksək rəqabətqabiliyyətliliyin təmin olunmasında vacib rol oynayan xarici ticarət fəaliyyətinin rəqabətqabiliyyətliliyinin müəyyən olunmasına nəzər salaq. Bunun üçün ilk növbədə məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyi anlayışına diqqət yetirmək lazımdır.

Məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyi dedikdə, həm keyfiyyət, həm də qiymət baxımından istehlakçıların zövq və tələbatlarının ən yaxşı şəkildə qarşılanması və digər məhsullara nisbətə istehlakçılar üçün məhsulun cəlbediciliyinin yüksək olma qabiliyyəti başa düşülür.

Məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsi də mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bu zaman qiymətləndirmə meyarı kimi istehlakçının real tələbatlarının ödənilmə səviyyəsi əsas götürülür. Ancaq çox zaman məhsul rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsində dolayı meyarlardan istifadə edilir. Bu meyarlar aşağıdakılardır:

1.İstehlak meyarları.

2.İqtisadi meyarlar

3.Məhsul bazarının effektivliyi

İstehlak meyarlarının tərkibinə məhsulun keyfiyyətliliyi aid edilir. Məhsulun keyfiyyəti fərqli cəhətlərdən izah edilə bilər. Məsələn, ISO tərəfindən keyfiyyət anlayışı mövcud və nəzərdə tutulmuş tələbatın ödənilməsi qabiliyyəti ilə müəyyən olunan xüsusiyyətlərin məcmusu kimi açıqlanır. Ancaq çox zaman keyfiyyət dedikdə, məhsulun istehsalı zamanı yüksək texniki səviyyənin əldə olunması və tələbatların ödənilməsi üçün məhsulun yararlılıq dərəcəsini şərtləndirən istehlakçı xüsusiyyətlərinin məcmusu başa düşülür.

İqtisadi meyarlara isə qiymət və güzəştlər sistemi aid olunur.

Qiymət- məhsulun istehsalı və satışına çəkilən xərclərin nəticəsində formalaşan dəyərdir. Rəqabətqabiliyyətliliyin qiymətləndirilməsində qiymət meyarı alış,satış və istehlak qiymətləri kateqoriyaları ilə təmsil olunur.

- *Alış qiyməti* istehsal təyinatlı məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin müəyyənləşdirilməsi və məhsul istehsalçıları üçün istehlak prioritetlərinin formalaşdırılması üçün istifadə edilən qiymətdir.
- *Satış qiyməti* isə bilavasitə istehlak məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinə təsir edir. Satış qiymətinin aşağı səviyyəsi məhsul və ya xidmət istifadəçiləri üçün istehlakçı prioritetinin formalaşdırılmasında mühüm rol oynayır.
- *İstehlak qiyməti* isə satış qiyməti və nəqliyyat, texniki yardım, təmir, enerji, vergi, sığorta və s. xərclər ilə təyin edilir. Rəqabətqabiliyyətliliyin qiymətləndirilməsində meyarı kimi istifadə edilən istehlak qiyməti istehsal

vəsaitləri, texniki məhsullar, məişət məhsulları, ayaqqabı, paltar, və s. məhsullar üçün xarakterikdir.

Güzəştlər isə iqtisadi meyar kimi çox vaxt rəqibləri üstələmək və ya məhsul və xidmətin satışının artırılması üçün alıcılara tətbiq olunan iqtisadi fəaliyyət növüdür.

Güzəştlər iki formada olur:

- *Müvəqqəti güzəştlər* - əsasən məhsulun satış mövsümünün sonunda, bəzi hallarda mövsümün əvvəlində təsadüf olunur. (məsələn, sentyabrda dərslərin başlanması ilə əlaqədar məktəb ləvazimatlarında güzəştlər). Qeyri-mövsümi məhsullarda isə güzəştlər istənilən vaxt təklif edilə bilər.
- *Uzunmüddətli güzəştlər* isə əsasən kino, teatr, stadion, klub, trenajor zalları və s. xidmət müəssisələrində müəyyən müddət üçün əvvəlcədən ödəniş edilməsi ilə əlaqədar təqdim olunan güzəştlərdir. Supermarketlərdə tətbiq olunan kart üsulu da bu növ güzəştlərə aid edilə bilər.

Məhsul bazarlarının effektivliyi. Bazar effektivliyi üç formada təzahür edir:

- *Effektivliyin zəif formasında* – bazar aktivinin dəyərində bu aktivlə əlaqədar keçmiş informasiya əks olunur.
- *Effektivliyin orta forması* – bazar aktivinin dəyərində bu aktivlə əlaqədar təkcə keçmiş informasiya deyil, həm də ictimai mənbələr vasitəsilə yayılan məlumatlar əks olunur.
- *Effektivliyin güclü forması* – bazar aktivinin dəyərində bu aktivlə əlaqədar həm keçmiş, həm ictimai, həm də daxili informasiya tam əks olunur. Daxili informasiyaya məsələn, vəzifəli şəxslər tərəfindən edilən çıxışlar aid edilə bilər.

Məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyi haqqında danışdıq. İndi isə ölkənin xarici ticarətdə rəqabətqabiliyyətliliyini əks etdirən faktorlara nəzər salaq. Bu zaman 4 vacib faktor qeyd olunacaqdır.

- *ixracın artım dinamikası*
- *ixracın əmtəələrə görə diversifikasiyası*

- *ixracın coğrafiyasının diversifikasiyası*
- *ixrac səbətinin keyfiyyət strukturu.*

İxracın artım dinamikası ölkənin xarici ticarətdə rəqabətqabiliyyətliliyinin müəyyən olunmasında ən vacib faktorlardan sayılır. İxrac həcmindəki artım ölkənin məhsullarına olan tələbatın səviyyəsinin müəyyən olunması göstəricisi kimi istifadə olunur. Məhsulların ixrac həcmində azalma isə ölkənin iqtisadi inkişafının zəifləməsi meyarı kimi qəbul edilir. Yüksək rəqabətqabiliyyətliliyə malik məhsul istehsalı nəticəsində ölkənin məhsuluna yeni kanallar açılır və məhsul rəqabət mübarizəsində qalib gələrək ölkənin ixrac həcmində, çox zaman isə ticarət dövriyyəsinin artmasına gətirib çıxarır. Bu göstəriciyə əsasən ölkənin ixrac həcmindəki artım qeydə alınmışdır. 2017-ci ildə 13 811,6 mlrd. ABŞ dolları ixrac həyata keçirilmişdir. Ümumi ticarət dövriyyəsi isə 2016-cı ildə 17675,7 mlrd ABŞ dollarından 22 593,6 mlrd. ABŞ dollarına yüksəlmişdir. İxracın həcmində 2016-cı illə müqayisədə 51% artım qeydə alınmışdır. 2017-ci il ərzində qeyri-neft sektoru üzrə isə ixracın həcmi 1,538 mlrd. ABŞ dolları təşkil etmişdir. 2016-cı illə müqayisədə qeyri-neft sektoru üzrə ixracda təqribən 24 % artım müşahidə olunmuşdur. Bu müddət ərzində ixrac əməliyyatları 1923 subyekt tərəfindən həyata keçirilmişdir. DGK-nin məlumatları əsasında qeyd edə bilərik ki, 2017-ci il üçün 553 mln. ABŞ dolları dəyərində qeyri-neft məhsullarının ixrac həcmi ilə birinci yeri Rusiya tutmuşdur.

Əmtələrə görə diversifikasiya səviyyəsi. Beynəlxalq statistika göstəricilərinə əsasən, dünyada 10 mindən artıq əmtəə və 97 məhsul qrupu xarici ticarət əməliyyatlarında iştirak edir. Əmtəə diversifikasiyasının səviyyəsinin yüksəkliyi isə ölkənin xarici ticarətində iştirak edən əmtəə və məhsul qruplarının sayı və ayrı-ayrılıqda onların ümumi ixracda payının az olması ilə müəyyən olunur. Bu səviyyənin ölçülməsində Herfindahl indeksindən istifadə olunur. Ölkənin ixracında daha çox sayda əmtəə qrupu bərabər payla iştirak etdikdə, Herfindahl indeksi sıfıra, az sayda əmtəə daha yüksək payla iştirak etdikdə isə birə yaxınlaşır.

İxracın coğrafi diversifikasiyası da mühüm göstərici hesab olunur. Ölkənin ixracı nə qədər geniş coğrafiyaya yayılırsa, coğrafi diversifikasiyanın səviyyəsi də bir o qədər yüksək olur. Azərbaycanın qeyri-neft məhsullarının coğrafi konsentrasiyası hesablanan zaman yüksək konsentrasiya səviyyəsi müşahidə olunur. 2017-ci il Azərbaycandan 3 min 179 çeşiddə məhsul ixrac edilib. 1,538 mlrd. ABŞ dolları dəyərində qeyri-neft məhsulları ixracının isə böyük qismi 5 ölkə ilə həyata keçirilmişdir (1,067 mlrd ABŞ dolları). Belə ki, Rusiyaya 498 mln. ABŞ dolları, Türkiyəyə 264 mln. ABŞ dolları, İsveçrəyə 133 mln. ABŞ dolları, Gürcüstana 120 mln. ABŞ dolları və İtaliyaya 52 mln. ABŞ dolları dəyərində qeyri-neft məhsulları ixrac olunmuşdur.

Sonuncu göstərici isə *ixrac səbətinin keyfiyyətidir*. Bu göstərici ixrac səbətinin gəlirliliyi ilə müəyyən olunur. İxrac səbətinin gəlirliliyi isə ixracda yüksək dəyərə malik məhsulların çəkisi ilə təyin olunur. Tədqiqatçılar tərəfindən ixrac səbətinin "EXPY" dəyəri hesablanmaqla ixrac səbətində daha yüksək məhsuldarlıq və gəlirlilik səviyyəsinə malik məhsulların çəkisi müəyyən edilir. EXPY və ya *ixracın təkmilliyi ölçüsünün* yüksək dəyəri isə, ixrac səbətində tibb sənayesi, kosmik sənaye, rəqəmsal texnologiya məhsulları, avtomobil sənayesi məhsulları və s. bu kimi yüksək məhsuldarlıq və gəlirlilik səviyyəsinə malik məhsulların üstünlük təşkil etdiyini bildirir. EXPY göstəricisi yüksək olan ölkələrdə həmçinin adambaşına düşən ÜDM-nin səviyyəsinin yüksək olması, insan kapitalının yüksək inkişaf səviyyəsi və yüksək işçi qüvvəsi, dünya bazarında daha yüksək qiymətə satılan məhsulların ixracı kimi xüsusiyyətlər də nəzərə çarpır.

Ölkənin xarici ticarətinin rəqabətqabiliyyətlik səviyyəsinin müəyyən olunması və dolayısı ilə ölkə iqtisadiyyatının rəqabətqabiliyyətlik səviyyəsinin təyin edilməsi üçün onun beynəlxalq bazarlarda rəqabət üstünlüklərinin qiymətləndirilməsi də mühüm əhəmiyyətə malikdir. Ölkələrin beynəlxalq bazarlarda rəqabət üstünlüklərini qiymətləndirmək üçün isə bir sıra metodlardan istifadə olunur. B. Balassa tərəfindən irəli sürülmüş Aşkar müqayisəli üstünlüyün (AMÜ) Balassa prinsipi metodu ölkələrin

rəqabət üstünlüklərinin qiymətləndirilməsində istifadə olunan metodlardan biridir. Bu metod vasitəsilə, rəqabət üstünlüyünün nəticəsi kimi formalaşan əsas xarici ticarət göstəriciləri təhlil olunaraq ölkənin rəqabət üstünlüklərinin qiymətləndirilməsi aparılır.

Balassa prinsipi metodu ilə rəqabət üstünlüklərinin qiymətləndirilməsində bir neçə göstəricidən istifadə edilir. Bu göstəricilərdən biri Balassa indeksidir. Bu indeks aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$B_{ij} = x_{ij} / x_{iw}$$

Burada, x_{ij} – i məhsulunun ixracının ölkənin ümumi ixracında payını, x_{iw} – i məhsulunun dünya üzrə ixracının ümumi dünya ixracında payını ifadə edir.

Balassa indeksi vasitəsilə, j ölkəsində i məhsulunun ixracının j ölkəsinin ümumi ixracında payının, eyni məhsulun dünya üzrə ixracının ümumi dünya ixracında payı ilə müqayisəsi aparılır. Məsələn, pambıq ixracı həyata keçirən j ölkəsinin ixracında bu məhsulun xüsusi çəkisi dünya ixracına nisbətən böyükdürsə, deməli j ölkəsi pambıq məhsulu üzrə aşkar müqayisəli üstünlüyə malikdir. Balassa indeksinin dəyəri 1-dən böyük olarsa, rəqabət üstünlüyünün mövcud olduğunu, 1-dən kiçik olarsa, mövcud olmadığını əks etdirir. İdxal üçün də Balassa indeksi eyni qayda ilə hesablanır. İndeksin 1-dən böyük olması, aşkar müqayisəli üstünlüyün olmaması, 1-dən kiçik olması isə üstünlüyün mövcudluğu kimi qiymətləndirilir. Bu indeksin hesablanması da böyük əhəmiyyət daşıyır.

Digər Aşkar müqayisəli üstünlük göstəricisi isə Xalis İxrac İndeksidir. Bu indeksin hesablanması üçün aşağıdakı düsturdan istifadə edilir:

$$RCA_{NER\ ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$$

Burada, X_{ij} – i məhsulunun j ölkəsi tərəfindən ixracını, M_{ij} – i məhsulunun j ölkəsinə idxalını ifadə edir.

Xalis İxrac İndeksinin mahiyyəti odur ki, əgər hər hansı məhsul bir ölkənin ixracında, idxalına nisbətən yüksək paya malikdirsə, onda həmin ölkə bu məhsul üzrə rəqabət üstünlüyünə malikdir. Ancaq ölkələr müqayisə edilərkən böyüklük dərəcələri

nəzərə alınmadan hesablama aparılırsa, böyük ölkələrin xalis ixrac dəyəri daha yüksək olduğu üçün hesablama səhv nəticələnmiş olar. Buna görə də xalis ixrac həmin məhsulun ölkədən ixracı və ölkəyə idxalının cəminə bölünməklə hesablama aparılmalıdır. Xalis ixrac indeksinin qiyməti mənfi bir “minimum” ilə müsbət bir “maksimum” arasında dəyişə bilər. Mənfi bir “minimum” qiymət alması ölkənin bu məhsulu yalnız idxal etdiyini, müsbət bir “maksimum” qiymət alması isə yalnız ixrac etdiyini ifadə edir. İndeksin kəmiyyəti mənfi ədəd olarsa, müqayisəli üstünlük mövcud deyildir. Müsbət ədəd olması halında isə müqayisəli üstünlük mövcud deməkdir.

Bilirik ki, Azərbaycanın ixrac məhsulları içərisində ən yüksək paya neft və neft məhsulları malikdir. Qeyri-neft sektorunun ixrac potensialının artırılması istiqamətində atılan addımlar nəticəsində bu sektorun ixracda payı yüksəlsə də, ölkənin ixrac strukturunda neft-qaz ehtiyatlarının xüsusi çəkisi hələ də üstünlük təşkil etməkdədir. Yəni bu məhsulların həm ixrac imkanları, həm də rəqabətqabiliyyətliliyi yüksəkdir. Ona görə də son dövrlərdə Azərbaycanda qeyri-neft sektorlarının inkişafı və bu sahənin ixrac potensialının artırılması istiqamətində görülən tədbirlərə müvafiq olaraq qeyri-neft sektorunun əsas sahələrinin ixrac imkanlarının təhlili və beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsi daha çox əhəmiyyətə malikdir.

Azərbaycan Respublikasında xüsusilə, kənd təsərrüfatı və emalı sənayesi üzrə potensialın müəyyənləşdirilməsi, uyğun metodlardan istifadə etməklə bu sahənin məhsulları üzrə potensial rəqabət üstünlüklərinin qiymətləndirilməsi zəruridir.

Tədqiqatçılar tərəfindən Aşkar Müqayisəli Üstünlüklərin Balassa prinsipi metodu əsasında aparılan qiymətləndirmələrdə Azərbaycanda istehsal olunan kənd təsərrüfatı və emal sənayesi məhsullarının beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyi müəyyənləşdirilərkən bir sıra məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksək olduğu nəticəsinə gəlinmişdir. Rəqabətqabiliyyətliliyi yüksək qiymətləndirilən kənd təsərrüfatı məhsulları kimi qoz-fındıq, alma, subtropik meyvələr, digər meyvə və giləmeyvələr, tərəvəzlər, tütün, yaşıl çay, bal, pambıq, yun, gön-dəri xammalı, xam

ipək və s.təyin edilmişdir. Kənd təsərrüfatının emalı məhsulları içərisində isə meyvə şirələri, meyvə-tərəvəz konservləri, şərabçılıq məhsulları, fermentləşdirilmiş tütün, siqaret, pambıq yağı, zeytun yağı, saflor yağı və digər bitki yağları və s müəyyən olunmuşdur.

Tədqiqatın nəticələrinə əsasən qeyd edə bilərik ki, Azərbaycanla meyvə-tərəvəz ixracı qeyri-neft sektorunun ixrac potensialı içərisində xüsusi yer tutur. Keçmiş illərdə də aparılan bir çox tədqiqatlarda bunu aydın görmək olur. Odur ki, 2009-cu ildə USAİD dəstəyilə hazırlanmış “Azərbaycanın daxili resurs dəyərinin təhlili” hesabatında bir sıra kənd təsərrüfatı məhsullarının müqayisəli üstünlüyü hesablanmışdır. Hesablamalara əsasən, alma, gilə, nar, xurma, feyxoa, kivi və s. kimi meyvələr, meyvə şirələri, fındıq, fəraş kartof, istixanada yetişən xiyar, pomidor kimi tərəvəzlər müqayisəli üstünlüyə malik kənd təsərrüfatı məhsulları olaraq müəyyən edilmişdir.

SKMF tərəfindən aparılan tədqiqatlarda isə 2003-2007-ci illərdə Azərbaycanın kənd təsərrüfatı məhsulları içərisində meyvələr, təzə tərəvəz, kartof, meyvə şirələri, çay, şəkər çuğunduru, biyan kökünün müqayisəli üstünlüyə malik olduğu təsdiqlənmişdir.

Lakin 2008-ci ildən sonra aparılan tədqiqatlarda müqayisəli üstünlüyü təsdiqlənmiş bəzi məhsulların ixracında azalma olması nəzərə çarpmışdır. Bu məhsullara kartof, soğan, kələm, üzüm və s. kimi məhsulları misal göstərə bilərik.

Azərbaycanda böyük həcmdə ixrac potensialı formalaşsa da, ixracı yetərli səviyyədə həyata keçirilməyən bir çox kənd təsərrüfatı məhsulları vardır. Bu məhsulların xarici bazarlara ixrac imkanları tədqiq olunarkən onların rəqabətqabiliyyətliliyinə də diqqət yetirmək lazımdır. Belə məhsullardan biri kartofdur. Azərbaycanın bu məhsul üzrə üzrə ciddi ixrac potensialı vardır. İstehsalda illər ərzində artım olsa da, ixrac baxımından yetərli nəticəyə nail olunmamışdır. 1990-cı ildə 185.2 min ton təşkil edən kartof istehsalı 2017-ci ildə 913,9 min tona çatmışdır. Eyni zamanda məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyi də yüksəkdir. Amma buna

baxmayaraq 2011-ci ildə bu məhsulun ixracı 91,7 min ton təşkil edirdisə, 2013-cü ildə 53,9 min tona, 2014-cü ildə 49,5 min tona, 2015-ci ildə 36,7 min tona, 2016-cı ildə isə 2011-ci illə müqayisədə 2,7 dəfə azalaraq 38,2 min tona düşmüşdür. Ancaq 2017-ci ildə bu məhsul üzrə ixracda 50% artım müşahidə olunması kartof ixracının gələcək illərdə yüksələcəyindən xəbər versə də, bu məhsulun ixracı hələ də hədəflənən miqdardan azdır. Bu sahədə bir çox tədqiqatçılar tərəfindən araşdırmalar aparılmışdır. S.İmamverdiyeva tərəfindən aparılan tədqiqatda 2007-2013-cü illər ərzində kartof məhsulu üzrə böyük həcmdə ixrac potensialı formalaşsa da, onun ixracının həyata keçirilmədiyi müəyyənləşdirilmişdir. 7 il ərzində 600 min tondan çox kartof məhsulunun ixrac edilməməsinin səbəbini araşdıran tədqiqatçı tərəfindən Azərbaycanda istehsal olunan kartofun müqayisəli üstünlüyü Balassa və Xalis İxrac indeksinə əsaslanaraq hesablanmış və əmsallar aşağıdakı kimi müəyyən olunmuşdur (Cədvəl 2.16).

Cədvəl 2.16

Azərbaycanda istehsal olunan kartof məhsulunun müqayisəli üstünlüyü

Məhsulun adı	Balassa indeksi – xam neft daxil olmaqla		Balassa indeksi – xam neft istisna olmaqla		Xalis İxrac İndeksi	
	Əmsal	Üstünlük	Əmsal	Üstünlük	Əmsal	Üstünlük
Kartof	9.112	BƏLİ	1.876	BƏLİ	0.308	BƏLİ
Pomidor	4.815	BƏLİ	9.950	BƏLİ	0.999	BƏLİ
Təzə/soyudulmuş tərəvəz	0.530	XEYR	11.003	BƏLİ	0.011	BƏLİ
Təzə/qurudulmuş tərəvəz	1.769	BƏLİ	3.575	BƏLİ	0.942	BƏLİ
Qurudulmuş tərəvəz	0.094	XEYR	0.187	XEYR	0.056	BƏLİ

Mənbə: S.İmamverdiyeva. İxracın diversifikasiyası sahəsində “İdxal-İxrac Bank”larının (Eximbank) rolu. Azərbaycanın Vergi Jurnalı. 3(117)/2014, s.177-190

Cədvəl 2.16-da göstərilmiş məlumatlar əsasında kartof məhsulunun göstərilən illər ərzində ixrac potensialının və rəqabətqabiliyyətliliyin yüksək səviyyədə olduğu

müəyyən olunmuşdur. Bu illər ərzində kartof ixracının həyata keçirilməməsinin ən böyük səbəbi tədqiqatçı tərəfindən fermerlərin maliyyə imkanlarının azlığı olaraq təyin edilmişdir. Bu sadəcə kartof istehsalçıları üçün deyil, ixrac potensialı yüksək olan digər sahələrdə də ixraca mane törədən amil olaraq müəyyən edilmişdir. Nəticədə isə ixracın maliyyələşdirilməsi mexanizminin formalaşdırılması istiqamətində İdxal-İxrac banklarının yaradılması zərurəti vurğulanmışdır.

İdxal-İxrac bankları və ya geniş yayılmış adı ilə EXİMBANK bir çox ölkələrdə ixracın dəstəklənməsinin mühüm həlqəsini təşkil edir. İxracatçılar bu bankların dəstəkləmə mexanizmindən istifadə etməklə beynəlxalq bazarlarda yüksək rəqabət üstünlüyü qazanırlar. İlk EXİMBANK 1919-cu ildə İngiltərədə yaradılmış, sonralar isə bir çox dünya ölkəsində yayılmışdır. Hazırda dünyada 200-ə qədər EXİMBANK fəaliyyət göstərir. Bu ölkələr sırasına Türkiyə, Rusiya, Ukrayna, Moldova və s. ölkələr aiddir. Bankın fəaliyyətinə isə əlverişli şərtlərlə qısa, orta və uzunmüddətli ixrac kreditlərinin təqdim olunması, xaricdə ixracatçıların risklərdən sığortalanması və s. aid oluna bilər.

Azərbaycanın xarici ticarətdə əldə etdiyi uğurlar ölkə iqtisadiyyatının rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsinə müsbət təsir göstərir. Ölkə iqtisadiyyatının rəqabətqabiliyyətliliyi isə Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən hazırlanan Qlobal rəqabətqabiliyyətlilik indeksi əsasında müəyyən edilir. Qlobal rəqabətqabiliyyətlilik indeksi 2004 - cü ildən etibarən hər il müntəzəm olaraq hesablanır.

"Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik hesabatı"nın 2017-2018-ci il nəticələrinə əsasən Azərbaycan iqtisadiyyatı 137 ölkə içərisində 35-ci yerdə qərarlaşmışdır. MDB ölkələri içərisində isə 1-ci yerdə çıxış etmişdir. 2005-ci ildə 117 ölkə arasında 69-cu pillədə çıxış edən Azərbaycan iqtisadiyyatında son 12 il ərzində inkişaf nəticəsində 34 pillə yüksəliş qeydə alınmışdır. Hətta bu nəticəyə görə "G-20"yə üzv ölkələrin bəzilərini də arxada qoyan Azərbaycan region ölkələrinin də arasında ən

rəqabətqabiliyyətli iqtisadiyyata malik ölkə seçilmişdir. Hesabatda Gürcüstan 67-ci, Ermənistan isə 73-cü yerdə qərarlaşmışdır.

Bu nəticənin ən böyük səbəbi Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafı ilə bağlı aparılan islahatlardır. Bu islahatlar nəticəsində ölkədə investisiya mühiti yaxşılaşmış, iqtisadi diversifikasiya məqsədilə atılan addımlar müsbət nəticələnmiş və beləliklə, ölkə iqtisadiyyatının beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyində yüksəlmə müşahidə olunmuşdur. Dünyada neftin qiymətinin aşağı düşməsi və bu səbəblə, ölkəyə gələn gəlirlərin azalması belə bu nəticəyə mane ola bilməmişdir. 2009-cu ildən qlobal böhranın təsirlərindən çıxmaq məqsədilə prioritet istiqamət kimi müəyyən edilən qeyri-neft sektorunun inkişafı sayəsində, xüsusilə, xarici ticarətdən əldə edilən nailiyyətlər nəticəsində Azərbaycan iqtisadiyyatının gələcək illərdə də inkişaf tempini davam etdirəcəyi proqnoz edilir.

Qlobal böhranın ölkə iqtisadiyyatına təsirlərinin müəyyən edilməsi baxımından həmin ildən bugünə qədər “Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik Hesabatı”nda mövqeyinin dəyərləndirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycanın beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyinin 2009-2017-ci illər ərzində dəyişməsinə “Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik Hesabatı”ndakı məlumatlar əsasında təhlil etsək əgər, məlum olur ki, 2009-cu ildən bəri MDB ölkələri içərisində Azərbaycan lider mövqedə çıxış etmişdir. Aşağıdakı cədvəldə 2009-2017-ci illər ərzində MDB ölkələrinin Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik Hesabatı”nda mövqeləri göstərilmişdir (Cədvəl 2.17).

Cədvəl.2.17

**MDB ölkələrinin “Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik Hesabat”ında 2009-2017-ci illər
ərzində mövqeləri.**

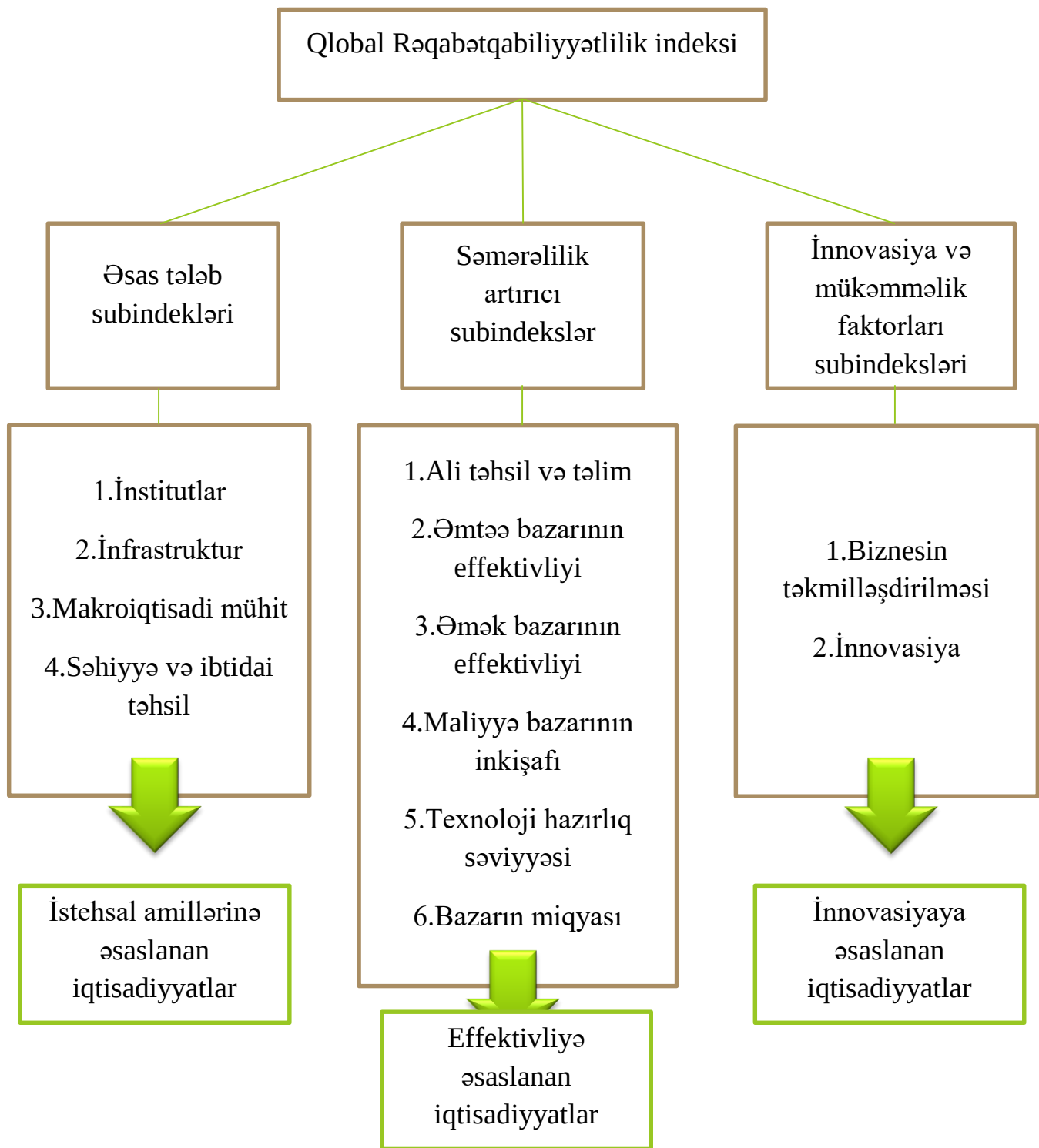
	2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
Ölkələr	Yer	Bal	Yer	Bal	Yer	Bal	Yer	Bal	Yer	Bal	Yer	Bal	Yer	Bal	Yer	Bal	Yer	Bal
Azərbaycan	51	4,3	57	4,3	55	4,3	46	4,4	39	4,5	38	4,5	40	4,5	37	4,6	35	4,7
Rusiya	63	4,2	63	4,2	66	4,2	67	4,2	64	4,3	53	4,4	45	4,4	43	4,5	38	4,6
Qazaxıstan	67	4,1	72	4,1	72	4,2	51	4,4	50	4,4	50	4,4	42	4,5	53	4,4	57	4,4
Ukrayna	82	4,0	89	3,9	82	4,0	73	4,1	84	4,1	76	4,1	79	4,0	85	4,0	81	4,1
Moldova	...	...	94	3,9	92	3,9	87	3,9	89	3,9	82	4,0	84	4,0	100	3,9	89	4,0
Gürcüstan	90	3,8	93	3,9	88	4,0	77	4,1	72	4,2	69	4,2	66	4,2	59	4,3	67	4,3
Ermənistan	97	3,7	98	3,8	92	3,9	82	4,0	79	4,1	85	4,0	82	4,0	79	4,1	73	4,2
Tacikistan	122	3,4	116	3,5	105	3,8	100	3,8	77	4,1	91	3,9	80	4,0	77	4,1	79	4,1
Qırğızıstan	123	3,4	121	3,5	126	3,5	127	3,4	121	3,6	108	3,7	102	3,8	111	3,8	102	3,9

**Mənbə: World Economic Forum - The Global Competitiveness Report əsasında müəllif tərəfindən
hazırlanmışdır.**

Cədvəl 2.17-də MDB ölkələrinin 2009-cu ildən “Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik Hesabat”ında mövqeləri göstərilmişdir. Cədvəldən də məlum olur ki, Azərbaycan “Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik Hesabat”ında 2009-cu ildən MDB ölkələri içərisində lider mövqedə çıxış edir. Həmin dövrdən ölkədə iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi istiqamətində görülən tədbirlər nəticəsində Azərbaycan 2009-cu ildə hesabatda 51-ci pillədə olan mövqeyini 2017-ci il hesabatında 35-ci pilləyə qaldırmışdır. Həmçinin, Azərbaycan hesabatın nəticələrinə əsasən Cənubi Qafqaz ölkələri içərisində də birinci yerdədir.

Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksi 3 subindeks əsasında hesablanır. Hesablama zamanı 12 indikatorlardan istifadə olunur. Aşağıdakı sxemdə bu indikatorlar göstərilmişdir (Sxem 2.1).

Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndeksini müəyyən edən indikatorlar



Mənbə: The Global Competitiveness Report 2017–2018 hesabatındakı məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Sxem 2.1-də göstərilmişdir ki, Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi hesablanarkən 3 subindeks vasitəsilə bölgü aparılır. Hesabat tərtib olunarkən bu 3 subindeks əsasında hesablama aparılır və 2 aralıq inkişaf mərhələsi ilə birgə 5 iqtisadi inkişaf mərhələsi formalaşır. Bunlar əmil əsaslı, 1-ci dən 2-ciyə keçid mərhələsi, effektivlik əsaslı, 2-cidən 3-cüyə keçid mərhələsi və innovasiya əsaslı inkişaf mərhələləridir. Yuxarıdakı cədvəldən aydın olur ki, əmil əsaslı iqtisadiyyatların müəyyən edilməsində institutların keyfiyyəti üzrə, infrastruktur üzrə, makroiqtisadi mühit üzrə, səhiyyə və ibtidai təhsil üzrə göstəricilərdən istifadə edilərək ölkənin mövqeyi müəyyənləşdirilir. Effektiv əsaslı inkişaf mərhələsində isə 6 indikatorlardan istifadə olunur. Bu mərhələdə ali təhsil və təlim, əmtəə bazarının səmərəliliyi, əmək bazarının effektivliyi, maliyyə bazarının inkişafı, texnoloji hazırlıq səviyyəsi və bazarın miqyasına görə ölkənin rəqabətqabiliyyətliliyi təyin edilir. İnnovasiyaya əsaslanan iqtisadiyyatların inkişaf səviyyəsinin müəyyən olunmasında isə biznesin təkmilliyi və innovasiya səviyyəsi üzrə hesablama aparılır.

Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi hesablanarkən iqtisadi inkişaf mərhələləri üzrə subindekslərin çəki əmsalları müəyyən edilən zaman bu əmsalların təyin edilməsinə təsir göstərən amillərdən asılı olaraq hər mərhələdə fərqli göstəricilər nəzərə çarpır. Məsələn, əmil əsaslı inkişaf mərhələsində olan ölkənin yekun göstəricilərində baza amilləri yüksək paya (60%) malikdirsə, innovasiya əsaslı inkişaf mərhələsində olan ölkənin yekun göstəricilərində sadəcə 20%-lik çəkiyə malik olur. Və ya innovasiya və yetkinlik amilləri əmil əsaslı inkişaf mərhələsində olan ölkənin yekun göstəricilərində sadəcə 5%lik paya malikdirsə, innovasiya əsaslı inkişaf mərhələsində olan ölkənin yekun göstəricilərində 30%-lik çəkiyə malik olur. Keçid iqtisadiyyatlı ölkələrdə isə bu göstəricilərin aralıq qiymətlərindən də istifadə olunur. Aşağıdakı cədvəldə iqtisadi inkişaf mərhələləri üzrə subindekslərin çəki əmsalları göstərilmişdir (Cədvəl 2.18).

Cədvəl 2.18

İqtisadi inkişaf mərhələləri üzrə subindekslərin çəki əmsalları

İqtisadi inkişaf mərhələsi	Amil əsaslı	1-dən 2-yə keçid mərhələsi	Effektivlik əsaslı	2-dən 3-ə keçid mərhələsi	İnnovasiya əsaslı
Adambaşına düşən ÜDM	2000-dən az	2000-2999	3000-8999	9000-17000	17000-dən çox
Baza amilləri	60%	40-60%	40%	20-40%	20%
Səmərəliliyi artıran amillər	35%	35-50%	50%	50%	50%
İnnovasiya və yetkinlik amilləri	5%	5-10%	10%	10-30%	30%

Mənbə: R.Həsənov. Milli iqtisadiyyatın rəqabətliyi: struktur islahatları və yeni inkişaf paradigması. “Strateji Təhlil”jurnalı. №1-2(19-20),2017,s.229-258

2011-ci ildən başlayaraq hesabat tərtib olunarkən aralıq mərhələdə olan ölkələr üçün subindekslərin çəki əmsalları müəyyən olunarkən ölkənin iqtisadi vəziyyətini göstərən göstəricilərdən də istifadə olunmaqdadır. Hesabatlarda həmin dövrdən başlayaraq Azərbaycan üçün çəki əmsalları aşağıdakı kimi müəyyən olunmuşdur(Cədvəl 2.19)

Cədvəl 2.19

Azərbaycanın subindekslər üzrə çəki əmsalları

İllər	Əsas tələblər subindeksi	Səmərəlilik artırıcı subindeks	İnnovasiya və mükəmməllik faktorları subindeksi
2011-2012	4,68	3,99	3,51
2012-2013	4,76	4,05	3,68
2013-2014	4,90	4,09	3,71
2014-2015	4,93	4,08	3,59

2015-2016	4,92	4,05	3,59
2016-2017	4,86	4,23	3,83
2017-2018	4,93	4,44	4,22

Mənbə: The Global Competitiveness Report hesabatındakı məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2.19-a əsasən qeyd etmək olar ki, 3 subindeks və 12 indikator əsasında müəyyən edilmiş göstəricilərə müvafiq olaraq ölkənin beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyi dəyərləndirildikdə inkişaf müşahidə edilməkdədir. Sonuncu hesabatın nəticələrinə əsasən, Azərbaycanın rəqabətqabiliyyətliliyinin keçmiş illərə nisbətə artdığı müəyyən edilə bilər. 2017-2018-ci il hesabatında Azərbaycan 12 kateqoriyanın 9-u üzrə öz mövqeyini yaxşılaşdırmışdır. Azərbaycan institutların keyfiyyəti üzrə 15 pillə irəliləyərək 33-cü yerdə, infrastruktur üzrə 4 pillə irəliləyərək 51-ci yerdə, səhiyyə və ibtidai təhsil üzrə 1 pillə irəliləyərək 74-cü yerdə, ali təhsil və təlim üzrə 10 pillə irəliləyərək 68-ci yerdə, əmtəə bazarının effektivliyi üzrə 19 pillə irəliləyərək 31-ci yerdə, əmək bazarının səmərəliliyi üzrə 9 pillə irəliləyərək 17-ci yerdə, maliyyə bazarının inkişafı üzrə 18 pillə irəliləyərək 79-cu yerdə, biznesin təkmilləşdirilməsi üzrə 20 pillə irəliləyərək 40-cı yerdə, innovasiya üzrə isə 11 pillə irəliləyərək 33-cü yerdə qərarlaşmışdır.

Bundan başqa Azərbaycan Dünya Bankının "Doing Business 2018" hesabatında 190 ölkə içərisində biznes mühitinin inkişaf səviyyəsinə görə keçən illə müqayisədə 8 pillə irəliləyərək 57-ci yerdə qərarlaşmışdır. Bu hesabatda 6 göstərici üzrə mövqeyini yaxşılaşdıran Azərbaycan əvvəlki illərlə müqayisədə biznes mühitinin inkişafı sahəsində gördüyü işlərlə bir çox dünya ölkəsini geridə buraxmışdır. Azərbaycan "Doing Business 2018" hesabatında "Kiçik investorların maraqlarının qorunması" göstəricisi üzrə 22 pillə yüksələrək 10-cu yerdə, "Əmlakın qeydiyyatı" göstəricisi üzrə 1 pillə yüksələrək 21-ci yerdə, "Vergilərin ödənişi" göstəricisi üzrə 5 pillə yüksələrək 35-ci yerdə, "Müqavilələrin icrasının təmin edilməsi" göstəricisi üzrə 6 pillə yüksələrək 38-ci yerdə, "Müəssisənin bağlanması"

göstəricisi üzrə 39 pillə yüksələrək 47-ci yerdə qərarlaşmışdır. Bunun nəticəsində isə Azərbaycan bu göstəricilər üzrə reytingdə ilk 50 ölkənin sırasına daxil edilmişdir.

III FƏSİL. AZƏRBAYCANIN İXRAC POTENSİALININ STRUKTURUNUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI.

3.1. Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsində sənaye klasterlərinin rolu.

Sənaye Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən sahədir. Çünki sənayedə baş verən irəliləyişlər digər sektorlara da olduqca mühüm təsir göstərir.

Müstəqilliyin ilk illərində Azərbaycan sənayesində böhran vəziyyəti müşahidə olunurdu. Xüsusilə, emal sənayesi məhsullarının istehsalı olduqca aşağı səviyyədə idi. Belə ki, həmin dövrdə iqtisadiyyatın dirçəldilməsi istiqamətində sənayenin inkişaf etdirilməsi məqsədilə görülmən tədbirlər ölkə iqtisadiyyatının inkişafında xüsusi rol oynamışdır. Odur ki, makroiqtisadi sabitliyin təmin edilməsi və sənayenin inkişafı istiqamətində 1994-1996-cı illərdə həyata keçirilən tədbirlər sayəsində, eləcə də neft strategiyasının reallaşdırılması ilə sənayedə müstəqilliyin ilk illəri ilə müqayisədə artıma nail olunmuşdur. Mədənçıxarma sənayesi məhsullarının həcmində 1995-ci ildən başlayaraq artım müşahidə edilmişdir. Belə ki, 1995-ci ildə mədənçıxarma sənayesi məhsulları ümumi sənaye məhsullarının sadəcə 19,6%-ni təşkil edirdisə, bu rəqəm 2000-ci ildə 53,4%-ə yüksəlmişdir. Bunun ən böyük səbəbi isə, xüsusilə, neft strategiyasının reallaşdırılması nəticəsində neft hasilatının illər ərzində artım göstərməsidir.

Emal sənayesi məhsullarının isə ümumi sənaye məhsulları içərisində 1995-ci ildə 59,4% olan payı 2000-ci ildə 31,3%-ə qədər azalmışdır.

Sənayenin strukturunda hasilat və emal sənayesinin artımını müəyyən etmək üçün illər ərzində dəyişmə nisbətini dəqiq təhlil etmək lazımdır. Aşağıdakı cədvəldə 2005-ci ildən bu yana sənaye sahələrinin ümumi sənaye məhsulları istehsalında xüsusi çəkisi göstərilmişdir (Cədvəl 3.1).

Cədvəl 3.1

Sənaye istehsalının strukturu

(ümumi yekuna görə,müvafiq illərin faktiki qiymətləri əsasında, faizlə)

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mədənçıxarma sənayesi	67,4	78,9	80,5	78,8	77,2	73,0	67,0	69,8
Emal sənayesi	25,9	15,9	14,3	15,3	16,5	20,2	24,3	22,9
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	5,7	4,6	4,7	5,3	5,6	6,0	7,7	6,4
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	1,0	0,6	0,5	0,6	0,7	0,8	1,0	0,9

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Yuxarıda qeyd etdik ki, 1995-ci ildə mədənçıxarma sənayesi məhsulları ümumi sənaye məhsullarının sadəcə 19,6%-ni təşkil edirdi. Cədvəl 3.1-dən göründüyü kimi 10 il ərzində mədənçıxarma sənayesində 47,8% artım qeydə alınmış və 2005-ci ildə 67,4% təşkil etmişdir. Bu rəqəm 2010-cu ildə 78,9%, 2011-ci ildə isə 80,5% olmuşdur. Bu yüksəlmə isə təbii ki, 2010-2011-ci illərdə neft hasilatındakı artım ilə əlaqədar idi. Ancaq 2012-ci ildən başlayaraq 2015-ci ilə qədər davamlı olaraq mədənçıxarma sənayesi məhsullarının həcmində azalma qeydə alınmışdır.

Cədvəldən aydın olur ki, emal sənayesi məhsullarının ümumi sənaye məhsulları içərisində payı 2005-ci ildə 25,9% təşkil etmişdir. Yenə yuxarıda qeyd etdik ki, emal sənayesi məhsullarının ümumi sənaye məhsulları içərisində payı 1995-ci ildə 59,4%, 2000-ci ildə isə 31,3% olmuşdur. Bu isə onu göstərir ki, 10 il ərzində emal sənayesinin həcmində 33,5% azalma müşahidə edilmişdir. Cədvəldən də göründüyü kimi 2010-cu ildə bu rəqəm 15,9%, 2011-ci ildə isə azalaraq 14,3% təşkil etmişdir. 2012-ci ildən başlayaraq isə emal sənayesi məhsullarının həcmində artım

müşahidə edilməyə başlamış və 2015-ci ilə qədər davamlı olaraq artım qeydə alınmışdır.

2016-cı ildən başlayaraq isə artım nisbəti yenidən mədənçıxarma sənayesinin lehinə dəyişmiş və 2,8%-lik artım qeydə alınmışdır. Ancaq emal sənayesinin həcmi isə 1,4% azalaraq 22,9% təşkil etmişdir.

Qeyd etdik ki, mədənçıxarma sənayesinin həcminə neft və qaz hasilatının təsiri böyükdür. 2014-cü ildən xüsusilə, neftin qiymətindəki azalma bu sənaye məhsullarının istehsalına mənfi təsir göstərən əsas amil olmuşdur. Ancaq neftin qiymətində son zamanlarda müşahidə olunan artım mədənçıxarma sənayesinin həcmində müsbət meylin müşahidə edilməsinə təkan verməkdədir. Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun inkişafının dəstəklənməsi siyasətinə uyğun olaraq emal sənayesinin həcmində də artıma nail olunması istiqamətində tədbirlər görülməkdədir.

Sənaye istehsalının strukturunun bir digər tərkib hissələri elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı isə və su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalında isə 1995-2005-ci illər ərzində kəskin azalmanın olduğunu qeyd edə bilərik. Belə ki, əgər elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı 1995-ci ildə 19,2%-lik paya malik idisə, 2005-ci ildə 5,7%lik göstərici qeydə alınmışdır. Bu isə 10 ildə 13,5%-lik azalmanın olduğunu göstərir. Həmçinin, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalında da 1995-ci ildə 1,8% göstərici müşahidə olunurdusa, bu göstərici 2005-ci ildə 0,8%-lik azalma ilə 1,0% təşkil etmişdir. 2005-ci ildən bəri 10 il ərzində bu sahələrdə ən yüksək göstərici 2015-ci ildə müşahidə olunmuş və elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı 7,7% və su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalının həcmi 1,0% təşkil etmişdir. Ancaq 2016-cı ildə isə bu sahələrdə müvafiq olaraq 1,3%-lik və 0,1%-lik azalma qeydə alınmışdır.

İllər ərzində sənaye məhsulunun həcmnin faktiki qiymətlərlə necə dəyişdiyini isə aşağıdakı cədvəldə görə bilərik (Cədvəl 3.1.2).

Cədvəl 3.2

Sənaye məhsulunun (işlərin, xidmətlərin) həcmi, faktiki qiymətlərlə, milyon manat

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Cəmi	27978,2	35026,9	34565,0	33898,1	32110,3	26369	32300
Mədəncıxar ma sənayesi	20862,5	26894,3	25607,2	24655,3	21980,9	16362	21192,0
Emal sənayesi	5735,7	6392,4	7031,8	7243,8	8071,6	7880,4	8899,4
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürül məsi və təchizatı	1225,5	1555,9	1724,3	1773,9	1824,4	1887,2	1937,8
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməs i və emalı	154,5	184,3	201,7	225,1	233,4	239,5	271,0

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 3.2-də göstərilmişdir ki, 2010-cu ildə sənayedə ümumi məhsul buraxılışının həcmi 27978,2 milyon manat təşkil etmişdir. Ancaq xüsusilə mədəncıxarma sənayesi məhsullarının həcmindəki artım ilə birlikdə 2011-ci ildə sənayedə 25,2%-lik artım qeydə alınmış və 35026,9 milyon manat dəyərində sənaye məhsulu istehsal olunmuşdur. Bu isə mədəncıxarma sənayesində 1 il ərzində 28,9%-lik bir artımın olmasına dəlalət edir. Əvvəlki cədvəldə də qeyd etdiyimiz kimi, 2012-ci ildən başlayaraq 2015-ci ilə qədər mədəncıxarma sənayesi məhsulları həcmnin azalması ümumi sənaye məhsulları həcmnin də azalmasına gətirib çıxarmışdır. Hər nə qədər emal sənayesi məhsullarının həcmində qeyd olunan dövrdə artım qeydə alınsa da, 2011-ci illə müqayisədə 2015-ci ildə ümumi sənaye məhsullarının həcmində

24,7%-lik azalma müşahidə olunmuş və 26369,0 milyon manat dəyərində məhsul istehsal olunmuşdur. Mədənçıxarma sənayesinin həcmində isə 2011-ci illə müqayisədə 2015-ci ildə 39,2% azalma müşahidə olunmuş və 16362,0 milyon manat təşkil etmişdir. 2016-cı ildən isə bütün sənaye sahələrində istehsal edilən məhsul həcmnin artımı ilə bərabər ümumi sənaye buraxılışının həcmində 5931,0 milyon manat dəyərində artım qeydə alınmışdır. Bu isə 2015-ci illə müqayisədə 22,5% artım deməkdir.

Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı və su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sahələrində isə 2010-cu ildən hər il artım müşahidə olunmaqdadır. Belə ki, elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı sahəsində məhsulun həcmi 2010-cu illə müqayisədə 2016-cı ildə 58,1%-lik artım göstərmişdir. Eynilə, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sahəsində istehsal edilmiş məhsulun həcmində də 2010-cu illə müqayisədə 2016-cı ildə 75,4% artım müşahidə edilmişdir.

Sözsüz ki, istər sənaye, istər kənd təsərrüfatı, istərsə də digər sahələrdə məhsul buraxılışının həcmnin artırılmasında investisiya qoyuluşları mühüm rol oynayır. Odur ki, xüsusilə, sənayedə xarici investisiya qoyuluşlarının təsiri çox böyükdür. İllər boyu mədənçıxarma sənayesinə, daha dəqiq desək, neft və qaz sektoruna yönəldilən xarici investisiyaların təsiri ilə ümumi sənaye məhsulu buraxılışının həcmində müsbət irəliləyişlər qeydə alınmışdır. Aşağıdakı cədvəldə sənayedə əsas kapitalla yönəldilən investisiyaların faktiki olaraq illər ərzində dəyişməsi göstərilmişdir (Cədvəl 3.3).

Cədvəl 3.3

Sənayedə əsas kapitla yönəldilən investisiyalar (faktiki qiymətlərlə), milyon manat

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Bütün sənaye	4176	4276	5370	6040	7500	7 640	8500	9950
xarici investisiyalar	3350	1917	2125	2 668	3996	4269	5742	7351
daxili investisiyalar	826	2359	3245	3 372	3504	3371	2758	2599
Mədənçıxarma	3730	2952	3244	3857	5095	5948	7145	8577
xarici investisiyalar	3210	1883	1894	2493	3866	4185	5514	6805
daxili investisiyalar	520,6	1069	1350	1364	1229	1763	1631	1772
Emal sənayesi	115,8	510,2	847,9	861,2	888,9	644,6	482,9	424,3
xarici investisiyalar	35,9	1,1	0,2	0,1	0,2	0,9	16,1	-
daxili investisiyalar	79,9	509,1	847,7	861,1	888,7	643,7	466,8	424,3
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	299,8	422,6	768,9	565,8	489,4	423,7	287,2	370,2
xarici investisiyalar	98,4	23,0	188,2	91,2	89,0	75,8	16,5	72,3
daxili investisiyalar	201,4	399,6	580,7	474,6	400,4	347,9	270,7	297,9
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	30,0	391,5	508,5	755,7	1 026	623,3	584,7	578,6
xarici investisiyalar	5,8	10,3	42,0	83,9	40,2	7,5	195,0	473,6
daxili investisiyalar	24,1	381,2	466,5	671,8	985,9	615,8	389,7	105,0

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 3.3-dən aydın olur ki, sənayedə əsas kapitla yönəldilən investisiyanın əsas hissəsini mədənçıxarma sənayesi təşkil edir. İnvestisiyanın növündən asılı olaraq isə əsas pay xarici investisiyalara düşmüşdür. Ancaq xüsusilə, neft strategiyasının həyata keçirildiyi dövrdə xarici investisiya qoyuluşlarının həcmi çox olsa da, 2008-ci il qlobal böhrandan sonrakı dövrdə bu sahəyə qoyulan investisiyaların həcmində azalma nəzərə çarpmışdır. Xüsusilə, 2009-cu ildə sənayeyə qoyulan 1403 milyon manat dəyərində xarici investisiyanın son illərin ən aşağı göstəricisi olduğunu qeyd etmək olar. Nisbətən 2010-cu ildə xarici investisiyaların həcmində 514 milyon

manatlıq artım olsa da, 2013-cü ilə qədər 2005-ci illə müqayisədə investisiya qoyuluşlarının həcmi azlıq təşkil etmişdir. 2013-cü ildən başlayaraq isə xarici investisiya qoyuluşlarının həcmində davamlı olaraq artım müşahidə edilməkdədir.

Mədənçıxarma sənayesinə qoyulmuş xarici investisiyanın həcmnin də ən aşağı göstəricisi 2009-cu ildə müşahidə olunmuş və 1272 milyon manat təşkil etmişdir. 2016-cı ildə sənayedə əsas kapitalla yönəldilən investisiya 9950 milyon manat təşkil etmiş və bunun 7351 milyon manatı və ya 73,9%-i xarici investisiya qoyuluşlarından daxil olmuşdur. İnvestisiya qoyuluşlarında 2005-ci illə müqayisədə 5774 milyon manat artım olmuşdur. Eynilə, mədənçıxarma sənayesində də 2005-ci illə müqayisədə investisiya qoyuluşlarında 4847 milyon manatlıq artım qeydə alınmış və 2016-cı ildə 8577 milyon manat investisiya qoyuluşu edilmişdir. Bunun 6805 milyon manatını və ya 79,3%-ni xarici investisiyalar təşkil etmişdir. 2005-ci illə müqayisədə mədənçıxarma sənayesinə qoyulmuş xarici investisiyalar 3595 milyon manat artmışdır.

Emal sənayesində isə mədənçıxarma sənayesindən fərqli olaraq investisiya qoyuluşlarında 2005-ci ildən davam edən artım yerini son dövrlərdə azalmağa buraxmışdır. Ancaq artım da daxili investisiyalar hesabına baş vermiş və demək olar ki, 2005-ci ilin göstəricisindən sonra ilbəil daha da azalmışdır. Belə ki, əgər 2005-ci ildə emal sənayesinə qoyulan xarici investisiyanın dəyəri 35,9 milyon manat təşkil edirdisə, 2010-cu ildə 1,1 milyon manat xarici investisiya qoyuluşu edilmişdir. Bu isə 2005-ci ili göstəricinə nisbətdə 96,9% azalma deməkdir. 2015-ci ildə xarici investisiyaların payı yenidən yüksəlmiş və 16,1 milyon manat təşkil etmişdir. Lakin həmin il daxili investisiya qoyuluşlarının azalması hesabına emal sənayesinə qoyulan investisiyaların həcmində 2014-cü illə müqayisədə 25,1% azalaraq 482,9 milyon manat təşkil etmişdir. 2016-cı ildə isə emal sənayesinə xarici investisiya qoyuluşu edilməmiş və daxili investisiyaların hesabına bu sənaye sahəsinə investisiya qoyuluşları həyata keçirilmişdir. 2015-ci illə müqayisədə daxili investisiyaların

həcmində də baş verən 9,1%-lik azalmanın təsiri ilə emal sənayesinə qoyulmuş investisiyanın həcmində də 2015-ci illə müqayisədə 12,1% azalma nəzərə çarpmışdır.

Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı və su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sahələrində isə investisiya qoyuluşlarının əsas hissəsini daxili investisiyaların təşkil etdiyini qeyd etmək mümkündür. Belə ki, bu sahələrdə istər daxili, istərsə də xarici investisiya qoyuluşlarının illər ərzində davamlı olaraq artıb və ya davamlı olaraq azaldığını söyləmək olmaz. Ancaq xüsusilə 2015-ci illə müqayisədə 2016-cı ildə xarici investisiya qoyuluşlarının yüksək artımı qeydə alınmışdır. Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı sahəsində xarici investisiya qoyuluşunda bir ildə təqribən 4,4 dəfə, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sahəsində isə təqribən 2,5 dəfə artım müşahidə olunmuşdur.

Bu gün dünyanın bir çox ölkəsində yüksək iqtisadi inkişafa nail olmaq, eləcə də, milli iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması məqsədilə sənaye sahələrinin inkişafı prioritet istiqamət kimi müəyyən olunmuşdur. Bir çox yüksək iqtisadi inkişaf səviyyəsinə çatmış ölkələri təhlil edərkən, sənayenin həmin ölkələrin inkişafında əvəzedilməz rolu olduğu məlum olur. Məsələn, II dünya müharibəsindən sonrakı dövrdə Avropa ölkələrinin inkişafı məqsədilə hazırlanmış Marşal planının həyata keçirilməsi ilə həmin dövr üçün olduqca yüksək texnologiyaların tətbiqi ilə fərqlənən sənaye sahələri yaradılmışdır. İllər boyu yeni texnologiyaların tətbiqi ilə də təkcə Avropanın inkişaf etmiş ölkələrində deyil, bir çox başqa inkişaf etməkdə olan ölkələrdə də yeni sənaye sahələri formalaşdırılmışdır. Bugün dünyada güclü sənaye potensialı ilə fərqlənən bir çox inkişaf etməkdə olan ölkə vardır ki, bunlara Çin, Rusiya, Türkiyə, Braziliya, Meksika, Hindistan, İndoneziya və s. kimi ölkələri misal göstərmək olar. Bu ölkələrdə sənayedə yeni texnologiyaların tətbiqi və proseslərin avtomatlaşdırılması ilə, həmçinin, bir sıra innovativ nailiyyətlərin sayəsində ölkələrin iqtisadi potensialının da davamlı olaraq artımı müşahidə olunmaqdadır.

Sənayenin yüksək inkişafı müşahidə edilən ölkələr tədqiq olunan zaman sənaye potensialının artırılması, yüksək rəqabətqabiliyyətliliyə malik və ixracyönümlü məhsul istehsalının təşkili prosesində sənaye klasterlərindən effektiv istifadə olunması məqamı diqqəti cəlb edir.

Bəs sənaye klasterləri nədir? Bu XX əsrin 60-cı illərindən sonra sənaye sahələrinin elmi-texniki cəhətdən inkişaf etdirilməsi dövründə meydana çıxmış bir anlayışdır. İlk sənaye klasterlərinə həmin dövrdə ABŞ-da avtomobil sənayesinin texnoloji cəhətdən inkişaf etdirilməsi məqsədilə Detroyt avtomobil klasterinin yaranmasını misal göstərə bilərik. Bu klasterə sonralar 3 nəhəng avtomobil istehsalçısı - “General Motors”, “Ford” və “Craisler”də daxil olmuş və beləliklə, klasterləşmənin təsiri ilə avtomobil sənayesinin rəqabətqabiliyyətliliyi kifayət qədər yüksəlmişdir.

İllər keçdikcə Avropa ölkələrində də klasterlərinin formalaşdırılmasına maraq artmışdır. Həm innovativ, həm də sənaye klasterləri bir çox Avropa ölkəsində sənayenin kompleks inkişafına müsbət təsir göstərmişdir. Belə ki, Fransada “Sofiya Antipolis” və “Marsel” innovasiya klasterləri fəaliyyət göstərməkdədir və bu klasterlər yüksək texnologiyaların işlənilib hazırlanması sahəsində bir sıra layihələri uğurla həyata keçirirlər. Eyni zamanda Fransada sənaye klasterlərindən də sosial-iqtisadi problemlərin həll edilməsi, həmçinin, iqtisadi rayonların iqtisadi fəallığının artırılması məqsədilə geniş istifadə olunur. Bir başqa Avropa ölkəsi İtaliyada da sənaye sahələrinin inkişafının sürətləndirilməsi məqsədilə, xüsusilə, sənaye klasterlərindən istifadə geniş yayılmışdır. Sənaye klasterləri ölkənin ixrac potensialında mühüm əhəmiyyət kəsb edən ixracyönümlü və yüksək rəqabətqabiliyyətli məhsulların istehsalında mühüm rol oynayır. İtaliyanın nisbətən zəif inkişafa malik regionları - Siciliya və Sardiniyada, xüsusilə, klaster modelinin tətbiqi diqqəti çəkir.

Almaniyada isə Münhen, Hamburq və Drezden şəhərlərində dünyanın 7 iri yüksək texnologiyalı klasterlərdən 3-ü fəaliyyət göstərir. Münhendə sənaye

klasterlərində əsasən biotexnologiyalarla bağlı fəaliyyət həyata keçirilir. Hamburqda isə daha çox telekommunikasiya və multimedia innovasiya məhsul istehsalı ilə məşğul olan klasterlər fəaliyyət göstərir.

Şimali Avropanın klasterləşmə sahəsində böyük inkişaf təcrübəsinə malik ölkəsi Finlandiyanın isə sənaye klasterlərinin tətbiqi sahəsində uğurlu fəaliyyəti diqqət cəlb edir. Burada klaster modeli meşə sənayesində geniş tətbiq olunmaqdadır. Dünya üzrə kağız ixracının təqribən 20%-i Finlandiyanın sənaye klasterlərində istehsal olunur. Bundan başqa, yüksək elm və texnologiya tutumlu – energetika, kimya, telekommunikasiya məhsulları istehsalı sahəsində klaster mexanizmindən geniş istifadə olunur.

Dünyada yüksək texnolojik inkişaf səviyyəsi ilə fərqlənən Yaponiyada isə, xüsusilə, cihazqayırma sahəsində, elektronika məhsulları, o cümlədən, mikrosxemlər, yaddaş çipləri və s. məhsulların istehsalını həyata keçirən klasterlər yaradılmışdır. Bu klasterlərin yaradılması isə geniş çeşiddə yüksək texnologiyalı məhsul istehsalı ilə nəticələnmişdir.

Sənaye klasterlərinin formalaşması prosesi ardıcılıq və qarşılıqlı əlaqə prinsipləri əsasında qurulur. Belə ki, klasterlərin əsas iştirakçıları kimi məhsul istehsalçıları, ixtisaslaşmış xammal, yarımfabrikatlar, digər avadanlıqlar və ehtiyat hissələri təchizatçıları, maliyyə təşkilatları çıxış edir. Bundan əlavə, digər iştirakçılara isə KOS-lar, sahibkarlıq qrupları və assosiasiyaları, banklar və maliyyə qurumları, qeyri-hökumət təşkilatları və dövlət statusuna malik qurumlar və s. aid edilir.

Sənaye klasterlərinin əsas xüsusiyyətləri bunlardır:

- yerləşdiyi coğrafi ərazinin lokallığı;
- klaster iştirakçılarının hər biri tərəfindən resurs və texnologiyadan istifadə edilməsində eynilik və ya oxşarlığın olması;
- istehsal edilən məhsulların nomenklaturasının və yarımfabrikatların yaxınlığı;
- klasterə daxil olan firmalar arasında sıx qarşılıqlı əlaqələrin olması;
- şirkətlər arasında rəqabət və kooperasiya əlaqələrinin qarşılıqlı vəhdəti.

Sənaye klasterlərinin yaradılması üçün əsas amillər isə aşağıdakılardır.

- ərazinin coğrafi cəhətdən əlverişliliyi;
- təbii ehtiyatların bolluğu;
- elmi bazanın mövcudluğu,
- peşəkar kadr və inkişaf etmiş infrastruktur;
- dövlət tərəfindən hazırlanmış və effektiv dövlət dəstəyi mexanizmləri ilə təmin olunmuş klaster siyasəti.

Sənaye klasterlərinin yaradılmasında dövlət siyasətinin vacibliyini xüsusi vurğulamaq lazımdır. Çünki bu siyasət klaster modelinin tətbiq xüsusiyyətləri, əsas məqsəd və vəzifələrin, eləcə də, prioritet istiqamətlərin təyin edilməsində mühüm rola malikdir. Klasterlərin yaradılması və fəaliyyəti ilə bağlı hazırlanmış dövlət siyasətinin milli iqtisadiyyatın əsas iqtisadi inkişaf istiqamətlərinə uyğun olaraq formalaşdırılması da vacibdir.

Son illərdə Azərbaycanda ölkənin sənaye potensialının artırılması, innovativ inkişafa nail olunması, milli iqtisadiyyatın diversifikasiyalaşdırılması, qeyri-neft sektoru sahələrinin inkişafının sürətləndirilməsi çərçivəsində iqtisadi siyasət həyata keçirilir. Bu səbəbdən Azərbaycanda da sənaye sahələrində yüksək inkişaf səviyyəsinə nail olmaq məqsədilə klasterləşmə prosesinin prioritet istiqamət kimi müəyyən edilməsi heç də təsadüf olmadı.

Sənaye klasteri – respublikanın bir regionu və ya bir neçə əlaqəli regionu ərazisində yerləşən, ərazi yaxınlığı və funksional asılılıq münasibətləri ilə bağlı olan sənaye sahəsində fəaliyyət göstərən subyektlərin məcmusudur.⁸ Sənaye klasterinin yaradılmasının əsas məqsədi isə ölkənin sənaye potensialının artırılması, eləcə də ixracyönümlü və rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalının genişləndirilməsidir.

Ölkədə klasterləşmə fəaliyyətinin əsas istiqamətləri son illər qəbul edilən bir çox dövlət proqramlarında, konsepsiya və strategiyalarda öz əksini tapmışdır. Məsələn, 2012-2020-ci illərdə üzümçülüyn inkişafına dair dövlət Proqramında üzüm istehsalı

⁸ Sənaye klasterlərinin yaradılma metodologiyası. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi İqtisadi İslahatlar Elmi-Tədqiqat İnstitutu. Bakı-2017.

və emalı sahəsində klasterlərin yaradılması qeyd olunmuşdur. Bundan başqa, “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında da iqtisadiyyatın klasterlər əsasında inkişafı məqsədilə neft, qaz emalı və neft-kimya zavodlarından ibarət kompleksin inşa edilməsi, bir sıra iqtisadi rayonlarda iqtisadiyyatın prioritet sahələri üzrə ərazi-istehsal klasterləri yaradılması qeyd edilmişdir.

Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən 26 dekabr 2014-cü il tarixli sərəncam ilə təsdiq edilmiş, “Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı” da klaster modelinin tətbiqində mühüm əhəmiyyət daşıyan sənəddir. Bu proqramda prioritet sənaye sahələri üzrə ərazi-istehsal klasterlərinin və sənaye klasterlərinin yaradılması, eləcə də, sənaye klasterlərinin təşviq edilməsi və inkişafı sahəsində tədbirlərin genişləndirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Proqram çərçivəsində hazırlanmış Tədbirlər Planında isə sənayenin modernləşdirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi, qeyri-neft sənayesinin ixrac potensialının artırılması, yüksək rəqabətqabiliyyətli sənaye istehsalının artırılması, elmtutumlu və innovativ istehsalın genişləndirilməsi və ixtisaslı kadrların hazırlanması öz əksini tapmışdır. Tədbirlər Planının 5 istiqamətdə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- sənayenin potensialının artırılması və rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsi;
- sənaye müəssisələrinin fəaliyyətinə dəstək verilməsi;
- sənaye zonaları və klasterlərin yaradılması;
- sənayenin kadr potensialının və elmi təminatının gücləndirilməsi ;
- sənaye sahəsində qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi.

Hal-hazırda Dövlət Proqramında qeyd edilən istiqamətlər çərçivəsində müvafiq işlər yerinə yetirilir. Belə ki, 2015-ci ildə 250-dən çox sənaye müəssisəsinin fəaliyyətə başlaması, o cümlədən, Bakıda və Abşeron rayonunda tikinti materialları istehsalı, həmçinin geyim istehsalı müəssisələrinin, elektrik yarımstansiyalarının tikilməsi, Sumqayıtda beton məmulatları, tekstil, plastik qablar, karton və texniki avadanlıqlar istehsalı müəssisələrinin istifadəyə verilməsi sənayenin inkişafı sahəsində atılan

mühüm addımlardan hesab olunur. Ölkənin bir sıra regionlarında tikiş fabriki, plastik qab, rezin məmulatları, ayaqqabı, karton, limonad istehsalı ilə məşğul olan, həmçinin meyvə-tərəvəz, ət emalı, çörək, süd istehsalını həyata keçirən müəssisələr istismara verilmişdir.

Dövlət Proqramında sənaye və texnologiya parklarının, eləcə də sənaye məhəllələrinin yaradılması da öz əksini tapmışdır. Bu proqram qəbul edilməzdən əvvəl hələ 2011-ci ildə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərman və Sərəncamlarına müvafiq olaraq Sumqayıt Kimya Sənaye Parkı və Balaxanı Sənaye Parkı, 2012-ci ildə isə Yüksək Texnologiyalar Parkı yaradılmışdır. Bu istiqamətdə görülmüş işlərin davamı olaraq isə 2015-ci ildə də ölkədə yeni sənaye zonalarının yaradılması ilə bağlı tədbirlər həyata keçirilmişdir. Bundan başqa, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Mingəçevir Sənaye Parkı, Mingəçevir Yüksək Texnologiyalar Parkı, Qaradağ Sənaye Parkı, Pirallahı Sənaye Parkı və Neftçala və Masallı Sənaye Məhəllələrinin yaradılması barədə Fərman və Sərəncamlarına müvafiq olaraq görülmüş işlər də qeyd edilməlidir.

Sənaye və texnologiya parklarının, Sənaye məhəllələrinin yaradılmasının məqsədləri sırasında qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafının təmin olunması, eləcə də ölkədə rəqabət qabiliyyətli sənaye istehsalının inkişafının dəstəklənməsi, əhəlinin istehsal sahəsində məşğulluğunun artırılaraq işsizliyin azaldılması və s. qeyd edilə bilər.

Məsələn, Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının ərazisində neft-kimya və digər sənaye sahələri üzrə rəqabətqabiliyyətli məhsulların istehsalı və emalı müəssisələri yaradılmaqla qeyri-neft sektorunun inkişafı sahəsində mühüm addımlar atılmaqdadır. Bu sahədə atılan addımlar isə ölkənin ixrac qabiliyyətinin artırılmasına mühüm təsir göstərir. Sumqayıt Kimya Sənaye parkının rezidenti qismində çıxış edən “Azertexnolayn” MMC tərəfindən dəyəri 45 milyon ABŞ dolları olan 60 min ton boru məhsulunun Türkmənistanı ixracı üzrə bağlanmış müqavilə bu kontekstdə mühüm əhəmiyyət daşıyır. Sənaye Parkının əsas istehsal sahələrinə Aqro-kimya, tibb kimyası,

məişət kimyası, tikinti sənayesi kimyası, elektronika və avtomobil sənayesi kimyası, polimerlər və sənaye avadanlıqları istehsalı aiddir.

Ölkədə “yaşıl biznes”in inkişafı üçün mühüm əhəmiyyətə daşıyan və tullantıların təkrar emalı sahəsində regionda ilk sənaye parkı olan Balaxanı Sənaye Parkı sənayenin ətraf mühitə təsirinin azaldılması, yaşıl məhsul istehsalının artırılması və təkrar istehsal sahələri üzrə rəqabət qabiliyyətli məhsulların istehsalı və emalı məqsədilə yaradılmışdır. Əsas istehsal sahələrinə isə plastik və rezin məhsulların təkrar emalını, batareya, lampa və s. məişət tullantılarının emalını, yaşıl məhsulların istehsalını aid etmək olar.

Mingəçevir Sənaye Parkı isə yüngül sənayenin inkişafı məqsədilə yaradılmışdır. İstehsal sahələrinə isə tekstil istehsalı, pambıq məhsulların istehsalı, dəri məmulatların istehsalı aiddir. Yüngül sənaye sahəsində belə müəssisələrin yaradılması idxaldan asılılığın azaldılmasına, ixrac potensialının artırılmasına, milli tekstil brendlərin yaradılmasına və yeni iş yerlərinin açılmasına müsbət təsir göstərəcəkdir. Mingəçevir Sənaye Parkı gələcəkdə regionda yüngül sənaye klasterlərinin yaradılmasına təkan verəcəkdir.

Qaradağ Sənaye Parkı da müasir texnologiyaların tətbiqi ilə rəqabətqabiliyyətli gəmiqayırma, eləcə də, digər sənaye məhsulları istehsalının təşkilinə, xidmətlər göstərilməsinə, sahibkarlığın inkişafına əlverişli şərait yaradan sənaye parkı kimi ölkənin sənaye potensialının artırılması istiqamətində atılan addımların bariz nümunəsidir.

Odur ki, Sənaye Parkının rezidenti kimi çıxış edən "Bakı Gəmiqayırma Zavodu" MMC tərəfindən ən müasir tələblərə cavab verən müxtəlif növ gəmilərin tikintisi, təmiri və dəniz və ofşor mühəndislik işləri həyata keçirilməklə gəmiqayırma sənayesinin inkişafı hədəflənmişdir. Müəssisənin fəaliyyəti nəticəsində dəyəri 40 milyon ABŞ dolları olan sifariş əsasında yarım dalma qazma qurğusunun pantonlarının tikintisi başa çatdırılaraq təhvil verilmişdir. Həmçinin, 2016-cı ildə zavodda "Üfüq", "Zəfər" və "Turan" sərnişin gəmiləri istismara verilmişdir.

Pirallahı Sənaye Parkı isə əczaçılıq sənayesinin inkişafı, eləcə də, bu sahədə idxaldan asılılığının azaldılması, əhalinin dərman vasitələrinə tələbatının ödənilməsinin yerli istehsalla təmin edilməsinin dəstəklənməsi və əhalinin məşğulluğunun artırılması məqsədilə yaradılmışdır. Bu sənaye parkının yeganə rezidenti “Hayat Farm” MMC-dir.

Bundan başqa Neftçala Sənaye Məhəlləsi üçün 10 hektar torpaq sahəsi ayrılmışdır. Neftçala Sənaye Məhəlləsində ən böyük müəssisələrdən biri “Azərmaş” ASC – “İran Khodro” birgə avtomobil zavodudur. Bu müəssisəsinin illik istehsal gücü 10 min avtomobildir. “İran Khodro” şirkətinin müəssisədə payı 25 % təşkil edir. Müasir texnologiya və avadanlıqlarla təchiz olunacaq zavodda “Runna”, “Samand”, “Soren”, “Dena”, “Peugeot-206”, “Peugeot-207”, “Renault-Tondar”, “Renault-Pickup” kimi avtomobil modelləri istehsal olunacaqdır. Qeyd olunmuş model avtomobillərin dörd min ədədinin yerli bazarda satışı həyata keçirilmişdir. İldə isə iki min avtomobilin ixrac edilməsi planlaşdırılmışdır. Burada bundan əlavə, kənd təsərrüfatı avadanlığı və metal konstruksiyaaların istehsalı, suvarma sistemləri istehsalı, polietilen boru istehsalı, plastik və alüminium qapı - pəncərə istehsalı, dülgərlik məmulatları, balıq yemi və balıq konservi istehsalı, kağız stəkanların istehsalı həyata keçiriləcəkdir.

Masallı Sənaye Məhəlləsinin yaradılması isə cənub regionunda sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsi, yerli ehtiyatlardan səmərəli istifadə etməklə sənaye sahələrinin inkişaf etdirilməsi, məşğulluqda sənayenin xüsusi çəkisinin artırılması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Sənaye Məhəlləsində ümumi dəyəri 31 milyon AZN olan 33 layihənin həyata keçirilməsi artıq təsdiqlənmişdir. Bu layihələr mebel istehsalı, avtomobil təmiri, aliminium, plastik və digər tikinti materiallarının istehsalını əhatə edir. 2018-ci ilin may ayında Sənaye Məhəlləsinin tikintisinin başa çatması planlaşdırılır.

Milli iqtisadiyyatın inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsində də klaster mexanizminin tətbiqi ilə bağlı müxtəlif yanaşmalar diqqəti çəkir. Belə ki, Strateji Yol

Xəritəsinə görə, KOS-ların bazarlarda mövqelərinin qorunması və istehsal xərclərinin azaldılması üçün horizontal və vertikal klasterlər yaradılmalı, eləcə də, sənaye klasterləri daxilində istehsalı həyata keçirilən məhsullarda KOS-ların payı 40%-ə çatdırılmalı və 3 innovasiyayönümlü klaster formalaşdırılmalıdır.

Bilirik ki, 2014-cü il ölkə Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən “Sənaye ili” kimi elan edildi və həmin ildə ölkədə 230-dan çox müasir sənaye müəssisəsi yaradıldı. Bundan əlavə, Sənaye və yüksək texnologiyalar parklarının, aqroparkların və sənaye məhəllələrinin yaradılmasına sürətlə davam etdirildi. Bu istiqamətdə görülmə işlərin nəticəsi olaraq isə ölkənin sənaye potensialının gücləndirilməsi məqsədi ilə sənaye klasterlərinin yaradılması üçün kifayət qədər əlverişli şərait formalaşdı.

Klasterlər sənayenin inkişafının dəstəklənməsi baxımından əksər dünya ölkələrində tətbiq edilən mexanizmdir. Son illər Azərbaycanda da klasterlərin formalaşdırılması istiqamətində bir sıra tədbirlər görülməkdədir. Belə ki, Azərbaycanda, xüsusilə, kimya sənayesi üzrə klasterin yaradılması üçün geniş imkanlar vardır. Hazırda Sumqayıt Kimya Sənaye Parkında “SOCAR Polymer” layihəsi həyata keçirilir. Bu layihənin ölkənin polimer materiallarına olan tələbatının ödənilməsinə, eləcə də, kimya sahəsində rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalının reallaşdırılması ilə ixrac potensialının yüksəldilməsinə müsbət təsir göstərəcəyi proqnoz edilir.

“SOCAR Polymer” müəssisəsində 2 zavod istismara veriləcəkdir. Zavodların birində polipropilen, digərində isə yüksəksıxlıqlı polietilen istehsal edilməsi nəzərdə tutulur. Zavodların 2018-ci ildə istismara verilməsi planlaşdırılmışdır. Burada sənaye səmərəliliyinin artırılması məqsədi ilə zavodların rəqəmsallaşması “SAP” (Sistem Analizi və Proqramlaşdırma) modulları vasitəsilə həyata keçiriləcəkdir. Artıq 2018-ci ilin əvvəlində polipropilen qranullarının kəsilməsi prosesinə start verilmiş və ilk dəfə sınaq məqsədi ilə yekun polipropilen məhsulu istehsal olunmuşdur.

SOCAR Polymer layihəsinin əsas məqsədi yerli xammalın emalının həyata keçirilməsi ilə Azərbaycanda yüksək tələbatlı məhsul istehsal etməkdir. Burada

istehsal olunacaq ümumi məhsulun 30%-nin istehlak ediləcəyi proqnoz edilir ki, bu da yerli bazarda tələbatın tam qarşılanacağını söyləməyə əsas verir. Eyni zamanda bu layihənin ixraca da müsbət təsir göstərməsi gözlənilir. Odur ki, istehsal olunacaq məhsulun 70%-nin Avropa ölkələrinə və Türkiyəyə ixracı planlaşdırılmışdır.

Azərbaycanda xüsusilə, 2003-cü ildən bəri dövlətin iqtisadi siyasətində regionlarda sənaye strukturunun təkmilləşdirilməsi, sənayenin ümumi strukturunda emal sənayesinin rolunun yüksəldilməsi, ölkədə qeyri-neft sənayesinin inkişafının təmin edilməsi və s. prioritet kimi müəyyən edilmişdir. Azərbaycanın sənaye potensialı gündən-günə inkişaf edir və sənayeləşmə siyasəti uğurla davam etdirilir.

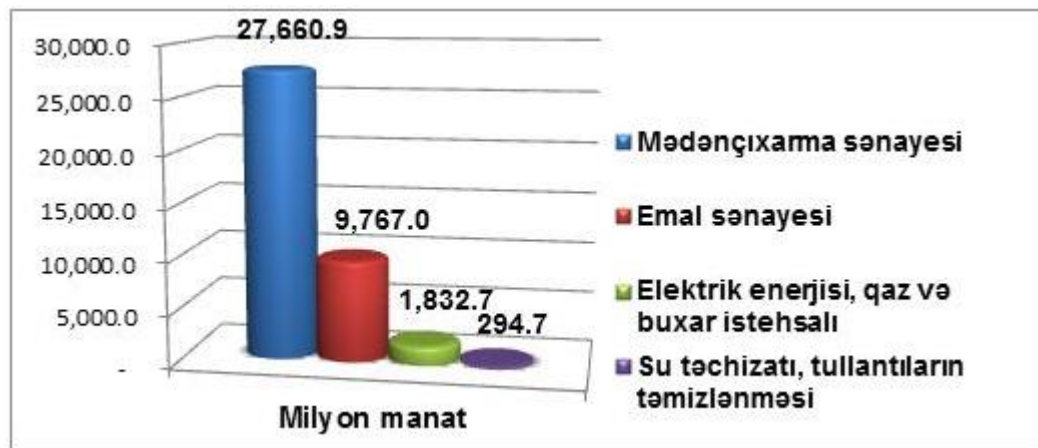
Azərbaycanda sənayenin inkişafını statistik göstəricilər də təsdiqləyir. Bu baxımdan sənaye istehsalının artım tempini keçən ilin statistik nəticələrinə uyğun olaraq qiymətləndirmək məqsədəuyğun olardı.

2017-ci ilin statistik nəticələrinə əsasən, istehsal olunmuş ÜDM-nin 40,1%-i sənayenin payına düşmüşdür. Belə ki, keçən il sənayedə 28087,3 milyon manat əlavə dəyər istehsal olunmuşdur. Qeyri-neft sənayesində 2016-cı illə müqayisədə 3,7% artım qeydə alınmış və 9484,8 milyon manat dəyərində qeyri-neft sənayesi məhsulu istehsal edilmişdir. Qeyri-neft sənayesində istehsal edilən məhsullardan rezin və plastik kütlə məmulatları istehsalında 71,7%, tikinti materialları istehsalında 46,6%, toxuculuq məhsulları istehsalında 44,7%, maşın və avadanlıq istehsalında 42,9%, elektrik avadanlıqları istehsalında 34,6%, kompüter, elektron və optik məhsulların istehsalında 25,5%, içki istehsalında 17,2%, kimya sənayesi məhsullarının istehsalında 16,5%, mebel istehsalında 16,2% artım müşahidə edilmişdir.

2017-ci il üzrə sənaye məhsullarının istehsalının sənaye sahələri arasında bölgüsü aşağıdakı diaqramda əks olunmuşdur (Diaqram 3.1).

Diaqram 3.1

Sənayedə ümumi buraxılışın istehsalı (2017-ci il)



Mənbə: www.economy.gov.az

Diaqram 3.1-ə əsasən qeyd etmək olar ki, sənayedə ümumi istehsalın əsasını mədənçıxarma sənayesi təşkil edir. 2017-ci ildə istehsal olunmuş sənaye məhsulunun 69,9%-i mədənçıxarma sənayesinin payına düşmüşdür. Ötən il 27660,9 milyon manat dəyərində mədənçıxarma sənayesi məhsulu istehsal edilmişdir ki, sənaye məhsulunun istehsal həcminə görə mədənçıxarma sənayesində ən yüksək pay xam neft və təbii qaz hasilatına aid olmuşdur (24075,6 milyon manat).

Keçən il istehsal olunmuş emal sənayesi məhsulu ümumi istehsalın 24,7%-ni, elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalının bölüşdürülməsi və təchizatı 4,6%-ni, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı isə 0,8%-ni təşkil etmişdir.

2017-ci ildə istehsal edilmiş 9767,0 milyon manat dəyərində emal sənayesi məhsullarının strukturunda qida məhsulları istehsalının payı 33,7%, neft məhsulları istehsalı 27,9%, tikinti materialları istehsalı 5,8%, kimya sənayesi məhsullarının istehsalı 5,2%, maşın və avadanlıqların quraşdırılması və təmiri 4,5%, metallurgiya sənayesi məhsullarının istehsalı 4,4%, hazır metal məmulatların istehsalı 2,8%, içki istehsalı 2,5%, rezin və plastik kütlə məmulatlarının istehsalı 2,4%, maşın və avadanlıqların istehsalı 2,0%, toxuculuq sənayesi məhsullarının istehsalı 1,8%,

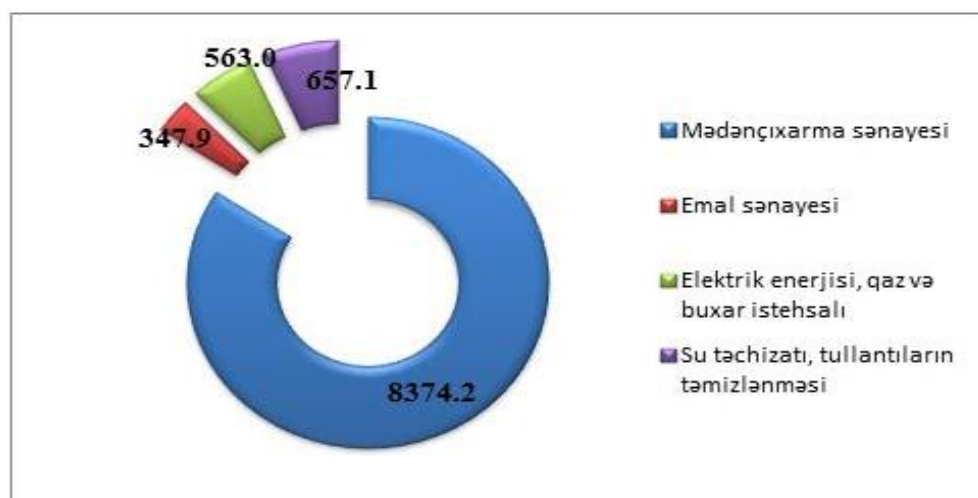
elektrik avadanlıqlarının istehsalı 1,8% , digər sahələrdə istehsal olunmuş məhsulların istehsalının payı isə 5,3% təşkil etmişdir.

2017-ci ildə iqtisadi və sosial sahələrinin inkişafına bütün maliyyə mənbələrindən əsas kapitalla 15550,8 milyon manat vəsait yönəldilmişdir. Əsas kapitalla yönəldilən vəsaitin 9942,2 milyon manatı və ya 63,9%-i sənayenin inkişafına ayrılmışdır. Sənayedə qeyri-neft sektoruna yönəldilmiş əsas kapitalın həcmi isə 1493,6 milyon manat təşkil etmişdir. Qeyri-neft sektoruna yönəldilən əsas kapitalın həcmində 2016-cı ilə nisbətən 36,5% artım qeydə alınmışdır.

Sənayedə əsas kapitalla yönəldilən vəsaitlərin sahələr üzrə bölgüsü isə aşağıdakı qrafikdə əks olunmuşdur(Qrafik 3.1).

Qrafik 3.1

Sənayedə əsas kapitalla yönəldilən vəsaitlərin sahələr üzrə bölgüsü (2017-ci il)



Mənbə: www.economy.gov.az

Qrafik 3.1-də göstərilmişdir ki, sənayedə əsas kapitalla yönəldilən vəsaitlərin 8374,2 milyon manatı və ya 84,2%-i mədənçıxarma sənayesinin payına düşmüşdür. Sənayedə əsas kapitalla yönəldilən vəsaitlərin 3,5%-i emal sənayesinin, 5,7%-i elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatının, 6,6%-i isə su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sənayesinin payına düşmüşdür.

Aydındır ki, sənayenin inkişafına təsir edən bir sıra amillər vardır. Bu amillərə ölkədə xammal resurslarının mövcudluğu, əlverişli biznes investisiya mühitinin olması, ixtisaslı kadr və institusional potensialın mövcudluğu, geniş nəqliyyat infrastrukturunun olması, ölkənin beynəlxalq bazarlara çıxış imkanları, eləcə də maliyyə imkanlarının genişliyi aid edilə bilər. Dünya təcrübəsinə nəzər saldıqda ölkənin sənaye potensialının artırılması və sənayenin kompleks inkişafının zəruri şərti kimi ilk növbədə, ölkədə makroiqtisadi sabitliyin təmin olunmasının vacibliyi qeyd edilməlidir. Bundan əlavə, sənayenin inkişafının təmin olunması üçün idxaləvəzedici yanaşmanın ixracyönümlü istehsal modeli ilə əvəzlənməsi də zəruridir.

Azərbaycanda da sənayenin inkişafı məqsədilə bir sıra tədbirlər həyata keçirilir. Bu tədbirlər sırasında sənayedə klaster mexanizminin tətbiqini, xüsusilə, qeyd etmək lazımdır. Klasterləşmənin rolunun yüksəldilməsi sahəsində görülən tədbirlər ixrac imkanlarının genişlənməsinə müsbət təsir göstərməklə, ölkənin iqtisadi inkişafı üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Klasterləşmə mexanizmi özündə istehsalda yeni texnologiyaların tətbiq edilməsi və innovativ inkişafın təmin olunması nəticəsində rəqabətədavamlı və ixracyönümlü məhsul istehsalının reallaşdırılmasını ehtiva edir. Bunun nəticəsində isə ölkənin ixrac potensialının gücləndirilməsi və tənzimlənməsi məqsədilə əlverişli şəraitin yaradılması perspektivləri artır. Azərbaycanda son dövrlərdə sənaye klasterlərinin yaradılması sahəsində atılan addımların da səbəbi məhz ixrac potensialının artırılması və idxalın əvəz edilməsini təmin edəcək rəqabətə davamlı məhsulların istehsalıdır.

Sənaye klasterlərinin yaradılması nəticəsində:

- İstehsal zənciri daha da böyüyəcək və yeni məhsullar istehsal ediləcək.
- Ölkəyə xaricdən idxal olunan bir çox məhsulların yerli istehsalla əvəz edilməsi təmin olunacaq.
- Rəqabətədavamlı məhsul istehsalı nəticəsində ixrac potensialında artıma nail olunacaq.

- Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına təkan verəcək.
- İqtisadi regionlarda sənaye müəssisələrində innovasiya strategiyalarının uğurla həyata keçirilməsi təmin ediləcək.
- Xüsusilə, Balaxanı Sənaye Parkında yeni yaradılacaq klasterdə məişət tullantıları ilə bağlı geniş çeşiddə istehsal həyata keçiriləcəkdir.

Beləliklə, qeyri-neft sektorunun, o cümlədən qeyri-neft sənayesinin modernləşməsi və diversifikasiyası, sənaye məhsullarının ixracının artırılması, sənaye istehsalında regionların payının yüksəlməsi, yeni iş yerlərinin yaradılması, sənaye müəssisələrinin sənaye zonalarında cəmləşdirilməsi istiqamətində həyata keçirilən tədbirlərin, eləcə də, yaradılan sənaye parklarının ölkəmizdə sənayenin rəqabət qabiliyyətinin artırılması və sənaye potensialının gücləndirilməsi sahəsində görülən işlərin baxımından əhəmiyyəti olduqca vacibdir.

3.2. Azərbaycanın ixrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsinə transmilliləşmənin təsirləri.

Dünyanın bazar iqtisadiyyatına keçmiş bir çox ölkələrində olduğu kimi Azərbaycan üçün də ixrac potensialının təkmilləşdirilməsi və ölkənin ixrac imkanlarının effektivliyinin artırılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Aydındır ki, ixrac fəaliyyətinin genişləndirilməsi üçün, ilk növbədə, ölkənin xarici ticarət əlaqələrinin inkişafına yönəlmiş siyasətin formalaşdırılması, yüksək keyfiyyətli malik və dünya standartlarına cavab verən məhsul istehsalının artırılması və mövcud ixrac potensialının struktur baxımından təkmilləşdirilməsi mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Azərbaycanın ixrac potensialının artırılması və ixracın struktur baxımından təkmilləşdirilməsi imkanları olduqca genişdir. Rusiya, Qazaxıstan, Türkmənistan və İran kimi ölkələrə neft avadanlıqlarının ixracını həyata keçirmək üçün imkanlar xeyli böyükdür. Həmçinin, ixrac potensialı yüksək olan digər sahələr- kimya və neft-kimya sənayesi, yüngül sənaye və ərzaq məhsulları sənayesinin də geniş perspektivləri vardır. Ölkəmizdə istehsal imkanları geniş olan kənd təsərrüfatı - pambıqçılıq, tütünçülük, çayçılıq sahələrində buraxılan məhsullar da ixrac strukturunun genişləndirilməsində mühüm rol oynaya bilər.

Ümumiyyətlə, Azərbaycanın ixrac strukturu aşağıdakı tədbirlər həyata keçirilməklə genişləndirilə bilər:

- Müasir texnologiyaların tətbiqi sayəsində prioritet istiqamət kimi müəyyən edilən qeyri-neft sektorunun inkişafına nail olunması;
- Təbii sərvətlərdən və əmək resurslarından ən səmərəli şəkildə istifadə etməklə sənayenin davamlı inkişafının təmin olunması;
- Rəqabətqabiliyyətliliyi yüksək, ixrac yönümlü və dünya standartlarına cavab verən sənaye məhsullarının istehsalının həyata keçirilməsi;
- Xüsusilə, qeyri-neft sektoruna xarici investisiyaların cəlb edilməsinin stimullaşdırılması;
- İnvestisiyaların cəlb edilməsi üçün ölkədə biznes mühitinin yaxşılaşdırılması;

- Müasir texnologiyaların istehsalını yerinə yetirən müəsisələrin sayının artırılması;
- Yerli xammal vasitəsilə istehsal həyata keçirən emal müəsisələrinin inkişafının təmin olunması;
- Kiçik və orta emal müəsisələrinin fəaliyyətinə kömək göstərilməsi və s.

Yuxarıda sadalanan tədbirlər içərisində ixracın həcmnin artırılması və strukturunun təkmilləşdirilməsi baxımından investisiya qoyuluşlarının önəmi böyükdür. Belə ki, xüsusilə xarici investisiyaların axını ölkənin ixrac potensialının genişləndirilməsində, istehsalın inkişafında, əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə edilməsində, ölkəyə yeni texnologiyanın gətirilməsində və ümumilikdə ölkənin iqtisadi infrastrukturunun yenidən qurulmasında mühüm rola malikdir. Bu gün dünyanın əsas investorları qismində isə Transmilli korporasiyalar çıxış edir.

Transmilli korporasiyaların fəaliyyətindən danışmadan əvvəl ilk növbədə transmilliləşmə anlayışının mahiyyətini izah etmək məqsədəuyğun olardı.

Transmilliləşmə prosesinin nəzəri cəhətdən izah edilməsində müxtəlif yanaşmalar olsa da, bu prosesi izah edən vahid nəzəriyyə formalaşmamışdır. Bir sıra tədqiqatçılar bu prosesin meydana gəlmə səbəblərini, inkişaf istiqamətlərini, eləcə də, mümkün nəticələrini tədqiq edərək, transmilliləşmə nədir? təsirləri necədir? nə üçün belə sürətlə yayılır? kimi suallara cavab olaraq bu prosesin arxasında duran faktorları elmi cəhətdən əsaslandırmağa çalışmışlar.

Bu gün transmilliləşmə dövlətlərarası inteqrasiyanın bir forması olmaqla, nəhəng şirkətlər arasında reallaşdırılan bir proses olaraq qəbul olunur. Bu, həmçinin kapitalın bol olduğu ölkədən kapital qıtlığının olduğu ölkəyə yönəldilməsi ilə müşayiət olunan proses kimi də qeyd edilə bilər. Bu proses həmin ölkədə xarici investisiya qoyuluşlarının həcmnin artımına nail olmaqla ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsinin yüksəlməsinə, eyni zamanda, ixrac yönümlü məhsul istehsalının genişlənməsinə təkan verməklə, ölkənin ixrac potensialının artmasında xüsusi rol oynayır.

Dünyada transmilli tendensiyalar gündən - günə artmaqdadır. Bu gün dünyada bir çox şirkətlərin əsas məqsədi daha çox gəlir əldə etmək və dünya bazarında reytingini artırmaqdır. Təbii ki, belə şəraitdə transmilliləşmə strategiyası bir çox ölkələr tərəfindən müsbət qarşılanmaqdadır. Məlumdur ki, bir şirkət gəlirini maksimumlaşdırmaq istəyirsə, bu zaman məhsullarına əlavə tələb yaratmalıdır. Transmilliləşmə prosesi buna xeyli kömək edir. Belə ki, TMK-ların bir-birilə rəqabəti nəticəsində məhsul çeşidliyinin artımı və innovativ yeniliklərin tətbiqi alıcıların marağına səbəb olur. Transmilliləşmə prosesinin iştirakçısı qismində çıxış edən TMK-lar dünya iqtisadiyyatının “güc mənbələri” olmaqla, beynəlmilləşmə prosesində aparıcı rol oynayır. Bu gün xarici iqtisadi fəaliyyət xarici ticarətin deyil, əmtəə və xidmətlərin istehsalı və satışının bilavasitə xarici bazarlarda təşkil edilməsi əməliyyatları üzərində qurulur. Dünya ixracatı isə tədricən TMK-ların müxtəlif şöbələri arasında aparılan firmadaxili ticarətə çevrilir.

Transmilliləşmə prosesi bir çox ölkələr tərəfindən müsbət qiymətləndirilsə də, xüsusilə, İEOÖ bu prosesə tərəddüdlə yanaşırlar. Əslində, bu heç də gözlənilməz reaksiya deyil. Aydındır ki, transmilliləşmə prosesinin modelləşdirilməsi mümkün deyil. Model formalaşdırılsa belə, bu nəzəri abstraksiyanın məhsulu olub, reallığı düzgün əks etdirməyəcəkdir. Buradan məlum olur ki, transmilliləşmənin mümkün təsirlərinin qabaqcadan müəyyənləşdirilməsi olduqca çətindir. Bir çox ölkələrə görə transmilliləşmə strategiyasının riskləri böyükdür. Ancaq buna baxmayaraq transmilliləşmə prosesinin əsas aktyorları olan TMK-lar bir çox ölkələrin iqtisadi inkişafına müsbət təsir göstərmişdir. Belə ölkələr içərisində ilk ağla gələn ölkə Çindir. Transmilli korporasiyaların ölkəyə dəvət edilməsi Çin üçün iqtisadi möcüzənin başlanğıcı olmuşdur. Təbii ki, Çində yerli ucuz işçi qüvvəsinin mövcud olması bu prosesi sürətləndirən əsas amillərdəndir. Bunun nəticəsində ölkədə istehsal, məşğulluq kəskin artmış, tarazlı iqtisadi inkişafa nail olunmuşdur. Transmilli şirkətlərinin zavod və fabriklərində istehsal edilən məhsulların 50%-i Çin ixracının payına düşür. Həmin məhsulların da müəyyən hissəsi yerli bazarda istehlakçılara

satılır və bu da idxaldan asılılığı azaldır. Hazırda dünyanın bir çox transmilli korporasiyaları və iri şirkətləri Çində istehsal fəaliyyəti həyata keçirirlər. Belə ki, burada “Microsoft”, “Siemens”, “Dell”, “Nokia”, “Samsung”, “Panasonic”, “Toshiba”, “General Motors”, “Volkswagen”, “Boing”, “Mitsubishi”, “Hyundai”, “Nissan”, “Honda”, “Toyota”, “Nestle” , dünyanın aparıcı farmakoloji şirkətləri, məişət texnikası, yeyinti sənayesi və s. sektorların aparıcı şirkətlərinin zavod və fabrikləri fəaliyyət göstərir. Nəticədə Çin, demək olar ki, yalnız ixrac fəaliyyətini həyata keçirir, idxal isə yox səviyyəsindədir. Təbii ki, Çin iqtisadiyyatının inkişafını sadəcə xarici və transmilli şirkətlərə qarşı yürüdülmən açıq qapı siyasəti ilə əlaqələndirmək düzgün olmaz. Ancaq transmilli korporasiyaların ixracın, məşğulluğun, əhalinin yaşayış səviyyəsinin və s. artmasında rolu danılmazdır.

Çindən başqa ölkələr də transmilli korporasiyaların ölkədə fəaliyyətinin dəstəklənməsi siyasəti nəticəsində inkişafa nail olmuşlar. Belə ölkələr içərisində Şərqi Avropa ölkələri üstünlük təşkil edir. Avropa ölkələrinin təcrübəsinin öyrənilməsi Azərbaycan üçün daha yaxşı nümunə ola bilər. Çünki həm iqtisadiyyatın miqyası, həm ərazi, həm də işçi qüvvəsinin dəyəri baxımından Şərqi Avropa ölkələri Azərbaycana daha yaxındır.

Şərqi Avropa ölkələri içərisində Polşanın təcrübəsinə öyrənmək daha yaxşı olardı. Belə ki, Polşanın iqtisadi uğurlarının, böhrandan itkisiz çıxmasının və böhran vaxtında iqtisadi artıma nail olmasının, Avropada ən dayanıqlı iqtisadiyyata çevrilməsinin sirri kimi iri xarici şirkətlərin ölkəyə gətirilməsi, xüsusilə, qeyd olunmalıdır. Hazırda Polşada “Fiat”, “Opel”, “Volkswagen”, “Volvo”, “MAN”, “Fiat”, “Bridgestone”, “Goodyear”, “Michelin”, “LG”, “Sharp”, “Toshiba”, , “Nestle”, “Unilever”, “Electrolux”, “Procter&Gamble”, “Avon”, “ABB”, “IBM”, “Intel”, “Oracle”, “Siemens”, “Whirlpool”, “Bosch”, “IKEA”, “Phillip Morris” kimi transmilli şirkətlər fəaliyyət göstərir. Demək olar ki, bütün sahələrdə iri, orta xarici və transmilli şirkətlər təmsil olunmuşdur. Polşa təcrübəsində diqqəti çəkən əsas məqam yerli istehsalın son dərəcədə güclü olmasıdır. Nəticədə həm yerli istehsalçılar, həm də

xarici şirkətlər bazarda fəaliyyət göstərirlər. Polşanın strategiyası belədir ki, xarici şirkətlər tərəfindən istehsal olunmuş məhsullar ixrac üçün nəzərdə tutulur. Məsələn olaraq qeyd edə bilərik ki, bu gün Avropa bazarında satılan televizorların 1/3-ü məhz Polşada istehsal olunur. Digər sahələrdə də bu cür vəziyyət müşahidə olunur. Xarici sənaye şirkətlərinin Polşada uğuru isə Qərbi Avropa və Şimali Amerika ilə müqayisədə daha ucuz işçi qüvvəsinin olması və əlverişli iqtisadi rejimin olması, xüsusi iqtisadi zonaların yaradılması ilə burada fəaliyyət göstərən istehsal müəssisələri üçün xüsusi rejimlər, həmçinin vergi, gömrük və digər güzəştlərin tətbiq edilməsi kimi amillərin təsiri ilə əlaqədardır.

Burada fəaliyyət göstərən xarici şirkətlər bəzən istehsalı tam halda deyil, hissələrin istehsalını həyata keçirirlər. Bu zaman istehsal olunmuş hissələr digər ölkəyə yığım kombinatına göndərilir. İri xarici şirkətlərinin istehsal prosesinin bəzi hallarda kombinat formatında qurulması ilə də istehsal, nəqliyyat, logistika və digər sahələrin inkişafı təmin edilir. Belə vəziyyət digər Şərqi Avropa ölkələrində, o cümlədən, Macarıstan, Çexiya, Rumıniya, Serbiyada da müşahidə olunur.

Transmilli şirkətlərin Azərbaycanda fəaliyyəti isə müstəqillikdən sonra yaranmağa başlamışdır. 1994-cü ildə imzalanan “Əsrin Müqaviləsi” nəticəsində dünyanın 8 ölkəsinin transmilli şirkətləri neft sektoruna investisiya qoyuluşu etməklə Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişaf strategiyasında mühüm rol oynamışlar. Bu müqavilənin iştirakçıları kimi ABŞ-ın “AMOKO”, “Yunokal”, “Penzoyl”, “Makdermost”, Böyük Britaniyanın “BP”, “Remko”, Rusiyanın “Lukoil”, Norveçin «Statoil», Türkiyənin “TPAO” və Səudiyyə Ərəbistanının “Delta” kimi nüfuzlu neft şirkətləri çıxış edirdi. 1995-ci ildə ABŞ-ın “EKSON” şirkəti, 1996-cı ilin iyulunda isə Yaponiyanın “İTOÇU” şirkəti də bu müqaviləyə qoşulmuşdur.

“Əsrin Müqaviləsi” imzalandığı gündən bəri Azərbaycan iqtisadiyyatına qoyulan investisiyaların həcmində artım müşahidə edilsə də, 2009-cu ildə global maliyyə böhranının təsirləri ilə ilk dəfə investisiyaların həcmində azalma qeydə alınmışdır. Əsində Qlobal Maliyyə Böhranının təsiri ilə Amerika və Avropa banklarının

müflisləşməsi, maliyyə bazarlarında müşahidə edilən qeyri-stabil vəziyyət, böyük maliyyə institutlarının iflası kimi faktorlar bütün dünya ölkələrində investisiya qoyuluşlarının həcmi aşağı salmışdır. Böhran baş verdiyi zaman Azərbaycan iqtisadiyyatına yönəldilən investisiyaların həcminə nəzər saldıqda, 2008-ci il üçün bütün mənbələr hesabına 16,2 milyard ABŞ dolları dəyərində investisiya qoyuluşu edilmişdir ki, bu isə böhran baş verən ildən əvvəlki illə müqayisədə 28% artım demək idi. Ancaq bu artımın daxili investisiyalar hesabına baş verməsi və xarici investisiya qoyuluşlarının həcmi azalmağa başlaması 2009-cu ildə investisiya qoyuluşlarının ümumi həcmində azalmanın qeydə alınması ilə nəticələndi. İnvestisiyaların həcmi ilk dəfə 2009-cu ildə təqribən 3 milyard manat azalmışdır. Bunun əsas səbəbi isə neft sənayesinə qoyulan xarici investisiyaların təqribən 1 milyard ABŞ dolları azalması olmuşdur.

2010-cu ildən neft sektorunda hasilatın artması ilə birlikdə investisiyaların həcmində də artım müşahidə edilməyə başlandı. Odur ki, 2010-cu ildə ümumi investisiyaların həcmində 33%-lik artım qeydə alındı. Ancaq buna baxmayaraq həmin il neft sektoruna yönəldilən xarici investisiyaların həcmi 2005-ci ilin nəticələri ilə nisbətə təqribən 1 milyarda yaxın azalması da müşahidə edildi. Bu isə Azərbaycan üçün qeyri-neft sektorunun inkişafının prioritetə çevrilməsinə təkan verən əsas amillərdən oldu.

2000-2016-cı illər ərzində Azərbaycan iqtisadiyyatına yönəldilən investisiyaların həcminə nəzər saldıqda görürük ki, bu illər ərzində Azərbaycan iqtisadiyyatına 201,5 milyard manat investisiya qoyuluşu edilmişdir. Bunun 51.1%-ni xarici, 48.9%-ni isə daxili investisiyalar təşkil edir. Yalnız 2009-cu il istisna olmaqla, 2000-2013-cü illər ərzində qoyulmuş investisiyaların həcmi ildən-ilə artdığı müşahidə olunsada, sonrakı illərdə daxili və xarici investisiyaların həcmində azalma qeydə alınmışdır. Belə ki, 2016-cı ildə ölkə iqtisadiyyatına yönəldilən daxili investisiyaların həcmi 2013-cü ilin nəticələrinə nisbətə 2 dəfə azalmışdır. Bunu aşağıdakı diaqramdan daha aydın müşahidə etmək olar: (Diaqram 3.2.)

Diaqram 3.2

Azərbaycan iqtisadiyyatına yönəldilən xarici və daxili investisiyalar

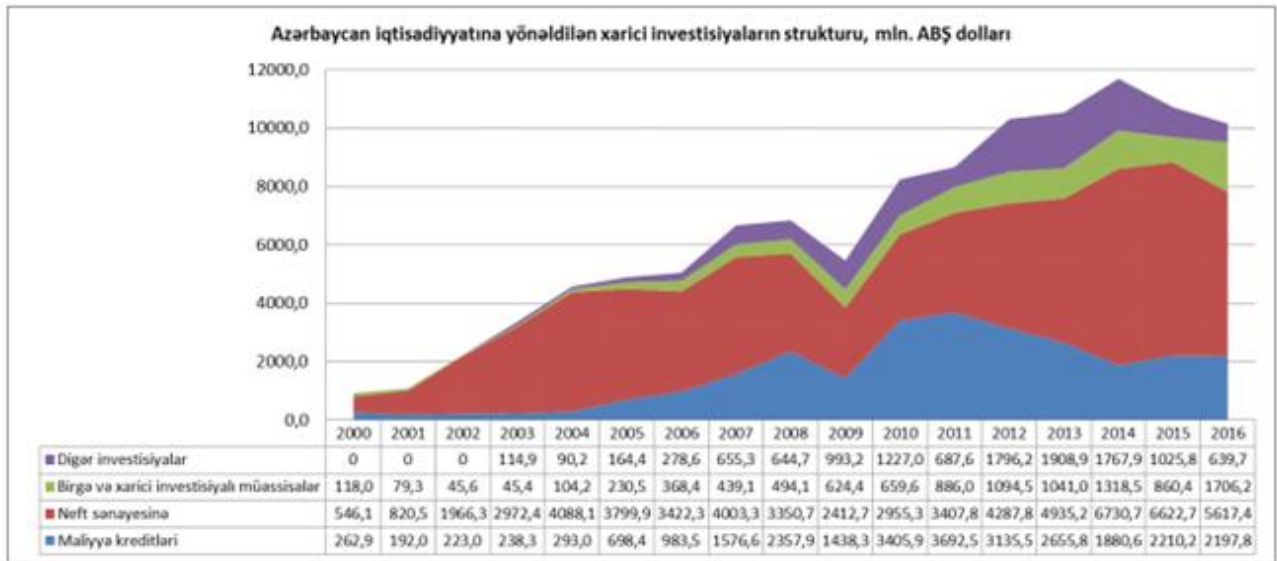


Mənbə: Azər Mehtiyev. İnvestisiyaların stimullaşdırılması siyasəti: onu necə gücləndirmək olar? Bakı-2017, s-10

2000-2016-cı illər ərzində ölkə iqtisadiyyatına yönəldilən xarici investisiyalar 111,5 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir. Cəlb edilən investisiyaların əsas hissəsi neft-qaz sektorunun payına düşmüşdür. Neft-qaz sektoruna cəlb edilən xarici investisiyaların payı isə 2000-ci ildə 58.9%, 2005-ci ildə 77.7%, 2010-cu ildə 35.8% və 2014-cü ildə 57.5% təşkil etmişdir. Xarici investisiyaların üstünlük təşkil etdiyi digər sahə maliyyə kreditləri olmuşdur ki, 2000-ci ildə bütün xarici investisiyaların 28,4%-i və ya 262.9 milyon manat, 2010-cu ildə bütün xarici investisiyaların 41.3%-i və ya 2,4 milyard manat, 2014-cü ildə bütün xarici investisiyaların 16.1%-i və ya 1.9 milyard manat məbləğində investisiya cəlb edilmişdir. Birgə və xarici investisiyalı müəssisələr formasında ölkə iqtisadiyyatına cəlb edilən investisiyaların bütün xarici investisiyalar içərisində payı 2005-ci ildə 4.7%, 2010-cu ildə 8.0%, 2014-cü ildə 11.3%, 2016-cı ildə isə 16.8% təşkil etmişdir.

Aşağıdakı diaqramda xarici investisiyaların strukturu aydın göstərilmişdir:

Diaqram 3.3

Azərbaycan iqtisadiyyatına yönəldilən xarici investisiyaların strukturu.*mln.ABŞ dolları*

Mənbə: Azər Mehtiyev. İnvestisiyaların stimullaşdırılması siyasəti: onu necə gücləndirmək olar? Bakı-2017, s-12.

Ümumiyyətlə, 2000-2016-cı illər ərzində ölkə iqtisadiyyatına yönəldilən 111.5 milyard ABŞ dolları məbləğində xarici investisiyanın 55.5%-i və ya 61.9 milyard ABŞ dolları neft - qaz sektoruna cəlb edilmişdir. Bütün xarici investisiyaların 24,6%-ni və ya 27.4 milyard ABŞ dollarını maliyyə kreditləri, 9,1%-ni və ya 10.1 milyard ABŞ dollarını birgə və xarici investisiyalı müəssisələr, 10,8%-ni və ya 12.0 milyard ABŞ dollarını isə (10.8%-i) isə digər investisiyalar(bonuslar, portfel investisiyalar və s.) təşkil etmişdir.

Xarici investisiyaların ən çox cəlb edildiyi sahə mədənçıxarma sənayesidir. Bundan əlavə nəqliyyat və anbar təsərrüfatı, həmçinin, elektroenergetika sahəsinə də xarici investorlar xüsusi maraq göstərmişlər. 2010-cu ildən isə xarici investorlar tərəfindən tikinti sektoruna maraq xeyli artmışdır. Belə ki, xarici investisiya qoyuluşlarının 2010-cu ildə 2.5%-i, 2013-cü ildə 4.0%-i, 2014-cü ildə 6.1%-i, 2015-ci ildə isə 9.2%-i tikinti sektoruna cəlb edilmişdir.

Ölkəmizə ən çox investisiya qoyan xarici şirkətlərə nəzər yetirdikdə görürük ki, Böyük Britaniya, ABŞ, Rusiya, Almaniya, Yaponiya kimi böyük ölkələrin investorları Azərbaycan iqtisadiyyatına investisiya qoyuluşu etməyə xüsusi maraq göstərirlər. Türkiyə şirkətləri də həmçinin, Azərbaycan bazarında aktiv fəaliyyət həyata keçirirlər. Türkiyə və Azərbaycan arasında ticarət əlaqələri 1993-cü ildən bəri davamlı olaraq artmaqdadır. Azərbaycan iqtisadiyyatına ən çox investisiya qoyan ölkələrdən biri olan Türkiyədən 13000-dən artıq şirkət ölkəmizdə fəaliyyət göstərir. Türkiyə tərəfindən Azərbaycan iqtisadiyyatına indiyədək təqribən 10 milyard ABŞ dolları məbləğində investisiya qoyuluşu edilmişdir. Türk şirkətləri ölkəmizdə əsasən, enerji, sənaye, telekommunikasiya, bank və sığorta, inşaat, nəqliyyat, qida, tekstil, səhiyyə kimi sahələrdə fəaliyyət göstərirlər.

Azərbaycana ən çox investisiya qoyan xarici şirkətlər içərisində “Bp”-nin adı da xüsusi vurğulanmalıdır. “Bp” 1992-ci ildən Azərbaycanda fəaliyyət göstərir. Keçən illər ərzində “Bp”-nin əməliyyatçısı olduğu bir sıra layihələr Azərbaycanın iqtisadi inkişafına öz töhfəsini vermişdir. Bu layihələr sırasında Azəri-Çıraq-Günəşli, Şahdəniz, Bakı-Tbilisi-Ceyhan və Cənubi Qafqaz Boru Kəməri qeyd edilə bilər. bp.com.

“Bp” Azəri-Çıraq-Günəşli yatağının işlənməsinə dair Hasilatın Pay bölgüsü və ya “Əsrin Müqaviləsi” sazişində ən yüksək pay ilə təmsil olunmuşdur. Bu müqaviləyə əsasən qoyulacaq investisiyanın təqribən 17%-i “Bp” şirkəti tərəfindən qarşılanmışdır. Azəri-Çıraq-Günəşli yatağından bu günə qədər 3 milyard bareldən artıq neft hasilatı həyata keçirilmişdir. Həmçinin “Bp” şirkəti Bakı-Tbilisi-Ceyhan ixrac boru kəməri layihəsinin səhmdarları içərisində də ən yüksək paya malikdir. “Bp” bu layihədə 30,1% pay ilə təmsil olunmuşdur. Cənubi Qafqaz Boru kəməri layihəsinin səhmdarları içərisində iştirak payı isə 28,8% təşkil etmişdir. Buradan aydın olur ki, Azərbaycanın uğurlu neft strategiyasının reallaşdırılmasında “Bp”-nin böyük təsiri olmuşdur.

Dünya iqtisadiyyatında son illərdə müşahidə edilən mənfi tendensiyalar əksər ölkələrdə investisiya qoyuluşlarına azaldıcı təsir göstərsə də, Azərbaycanda mövcud

investisiya imkanlarının genişliyi, eləcə də, əlverişli investisiya mühitinin formalaşdırılması xarici investisiyaların ölkəmizə axınını stimullaşdıran əsas faktorlardan hesab olunur. Azərbaycanda da son illərdə investisiya mühitinin daha da yaxşılaşdırılması istiqamətində həyata keçirilən bir sıra tədbirlərin nəticəsində və investorları sərmayə qoyuluşu etməyə sövq edən əsas amil olan ölkədə əlverişli investisiya mühitinin mövcud olmasının təsirləri ilə son 15 ildə Azərbaycan iqtisadiyyatına 230 milyard ABŞ dollarından artıq investisiyanın cəlb olunması müşahidə edilmişdir. Burada xarici investisiyaların həcmi 107,2 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir. 2017-ci ildə isə ölkə iqtisadiyyatına yönəldilən investisiyanın həcmi 11,7 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir. Ümumi investisiyanın 8,0 milyard ABŞ dolları xarici, 3,7 milyard ABŞ dolları isə daxili investisiyaların payına düşmüşdür.

Aydın ki, birbaşa investisiyaların dövriyyəsində transmilli korporasiyalar aktiv iştirak edirlər. Burada inkişaf etmiş ölkələrin TMK-nın payı yüksək olsa da, inkişaf etməkdə olan ölkələrdən olan TMK-lar tərəfindən son dövrlərdə investisiya qoyuluşlarının payı artmaqdadır. Transmilli korporasiyaların investisiya qoyuluşları həyata keçirdiyi sahələr isə geniş çeşidliliyə malik olsa da, müasir dövrdə TMK-lar ən çox enerji sahəsində investisiya qoyuluşu həyata keçirməyə meyl göstərirlər. Azərbaycanda da investisiya yatırımı edən TMK-ların əsas qoyuluşları əsasən enerji sahəsinə istiqamətlənmişdir.

Ölkəmizdə TMK-ların fəaliyyəti genişləndikcə Azərbaycanın ixrac həcmində artım müşahidə edilir. Belə ki, son dövrlərdə Azərbaycan ixracın strukturunun təkmilləşdirilməsi istiqamətində tədbirlər həyata keçirərək, TMK-ın ölkədə fəaliyyətinin üstünlüklərindən istifadə etməklə, xüsusilə, emaledici sənaye sahələrinin inkişafına nail olmağa çalışır.

Bu gün TMK-lar beynəlxalq kapitalın hərəkətinə, rəqabətqabiliyyətli sənaye məhsullarının ixrac potensialına nəzarət edən, eyni zamanda, dünya bazarında onların realizasiyasını həyata keçirən güc mənbələri kimi çıxış edirlər. Belə ki, dünyada rəqabətqabiliyyətli sənaye kompleksinin təqribən 55%-i, xarici ixrac potensialının isə

60%-ə qədər TMK-lar tərəfindən realizə olunur. Bundan əlavə, yeni innovasiya yenilikləri, “nou-hau”ya olan patent və lisenziyaların 75-80%-nə nəzarət də TMK-lar tərəfindən həyata keçirilir. ÜDM göstəricilər sistemində TMK-ın xüsusi çəkisinin son 20 il ərzində 18%-dən 35%-ə qədər yüksəlməsinin səbəbi isə yuxarıda sadalanan faktorlarla izah oluna bilər.

TMK-lar dünyada qloballaşma prosesinin ən aktiv iştirakçıları hesab olunur. Bu gün dünyada 80000-dən artıq TMK fəaliyyət göstərir. TMK-lar öz ölkələrində əldə etdikləri yenilikləri rəhbər tutmaqla, digər ölkə və regionlarda rəqabətqabiliyyətliyi yüksək, dünya standartlarına cavab verən məhsul istehsalını reallaşdırır və dünya bazarında çıxarmaqla həm özləri yüksək mənfəət əldə edir, həm də çox zaman investisiya qoyduqları ölkələrin iqtisadiyyatına da müsbət təsir göstərirlər.

TMK-lar ölkə və region məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinə güclü təsir göstərərək, məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsində xüsusi rol oynayır. TMK-ın ölkə və region məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinə təsirləri kimi TMK-ın fəaliyyətinin universal xüsusiyyətə malik olması, TMK-ın yüksək keyfiyyətli məhsul istehsalını həyata keçirməyə, ticarətə nəzarət etməyə, dünya və region bazarlarına təsir göstərməyə qadir olması, həm ticarətçi, həm investor, həm də stimullaşdırıcı struktur daşması, dünya bazarında əmtəə və xidmətlərin dinamikasını, strukturunu, onların rəqabətə dözümlüyünü təyin etmək xüsusiyyətlərinə, eləcə də kapitalın beynəlxalq hərəkətinə, bilik və texnologiyanın ötürülməsinə güclü təsir göstərmə qabiliyyətinə malik olması qeyd edilə bilər. TMK-lar müxtəlif ölkələrin müəssisələri arasında istehsal əlaqələrinin genişlənməsində xüsusi rol oynamaqla, həmin ölkələrin məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyini yüksəlməsinə xüsusi təsir göstərirlər.

Yüksək rəqabətqabiliyyətliliyə malik məhsullar isə ölkənin ixrac strukturunun genişləndirilməsinin əsas elementlərindən hesab olunur. Aydındır ki, Azərbaycanın ixrac strukturunun əsasını neft və neft məhsulları təşkil edir. Dolayısı ilə uzun illərdir ki, neft məhsulları ixracı ölkənin əsas gəlir mənbəyi kimi çıxış edir. Lakin Azərbaycan

ölkənin neft gəlirlərindən asılılıq səviyyəsini azaltmaq məqsədilə iqtisadiyyatın və ixracın diversifikasiyası siyasətini elan etmiş, qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi və bu sahənin ixrac potensialının artırılması istiqamətində bir sıra tədbirlər həyata keçirilmişdir. Son dövrlərdə bu tədbirlərin təsiri ilə həm daxili, həm də xarici investisiyaların həcmində artım meyli müşahidə olunmaqdadır. Ölkədə fəaliyyətini həyata keçirən, müxtəlif ölkələri təmsil edən TMK-lar iqtisadi inkişaf prosesinə ölkədə kapitalın artırılması, yenilik və texnologiya transfertinin reallaşdırılması, mavi yaxalı və ağ yaxalı iş qüvvəsinə təlim keçilməsi və onların gücləndirilməsi və s. təsirlər göstərməklə böyük kömək göstərir.

Ancaq xarici şirkətlərin ölkəyə cəlbinin müsbət təsirləri olduğu qədər mənfi təsirləri də ola bilər. TMK-ın mənfi təsirləri kimi yerli istehsalçıların müflisləşməsi və mənfəətin ölkədən çıxarılması qeyd edilə bilər. Bu səbəbdən bir çox ölkələr mənfi təsirlərdən qorunmaq üçün müəyyən tədbirlər görürlər. Məsələn, əvvəl də qeyd etdiyimiz kimi Polşada yerli istehsalçıların zərərinin minimuma endirilməsi məqsədilə xarici şirkətlər tərəfindən istehsal olunmuş məhsulların ixrac üçün nəzərdə tutulması strategiyasından istifadə edilir. Beləliklə, ölkə TMK-ın fəaliyyətindən ən səmərəli şəkildə istifadə etmiş olur.

Aydındır ki, son illərdə ölkəmizdə xarici şirkətlərin fəaliyyəti xeyli genişlənmişdir. Ölkəyə cəlb olunan investisiyanın həcmində də artım müşahidə olunmaqdadır. Uzun illər neft strategiyasını uğurla həyata keçirən Azərbaycan üçün bu gün ölkəyə cəlb olunan xarici investisiyaların neft sektoru ilə yanaşı, iqtisadiyyatın digər sahələrinə - mikroelektronika, maşınqayırma, kənd təsərrüfatı, yüngül sənaye, yeyinti, toxuculuq və s. kimi sektorlara yönəldilməsi də prioritet təşkil edir. Qeyri-neft sektorunda TMK-ların fəaliyyətinin dəstəklənməsi ölkədə həm məşğulluq səviyyəsinin artımına, həm də ölkənin sənayeləşməsinin sürətlənərək, rəqabətə davamlı məhsul istehsalının genişlənməsinə nail ola bilər.

Bundan başqa yerli şirkətlər də artıq sadəcə daxili bazarda fəaliyyət göstərməklə kifayətlənməyərək beynəlxalq bazara çıxmağı qarşısına məqsəd qoymalı, müxtəlif

beynəlxalq standard sertifikatları almaqla transmilliləşmə strategiyası seçməlidirlər. Bu istiqamətdə “SOCAR”ın fəaliyyəti təqdirəlayiqdir. SOCAR Azərbaycanı xaricdə investor şirkət kimi təmsil edən ən iri qurum olmaqla, xaricdə investisiya qoyuluşlarını gündən-günə artıraraq ölkəmizin iqtisadi inkişafına böyük töhfə verməkdədir. “Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti”nin öz abreviaturasını dəyişərək “SOCAR” brendinə çevrilməsinin əsas məqsədi qlobal bazarlara daha asan çıxmaq və yadda qalan olmaq idi. 2003-cü ilə qədər sadəcə Azərbaycanın daxilində neft-qaz hasilatını həyata keçirən ARDNŞ bu gün bir çox ölkələrə yatırım edən qlobal enerji şirkətinə çevrilmişdir. Bu prosedur isə 2004-cü ildə ARDNŞ-nin neft-qaz hasilatından əldə olunan gəlirlərin bir hissəsini xarici ölkələrdə Azərbaycanın maraqlarına uyğun layihələrə yönəltməsi ilə başlanmışdır. Belə layihələrdən biri 2006-cı ildə Gürcüstanın Qara dəniz sahilində yerləşən Kulevi terminalının alınması idi. 2008-ci ildə istifadəyə verilmiş limanın alınması bu gün də Azərbaycanın Gürcüstanda həyata keçirdiyi ən uğurlu investisiya layihələrindən biri hesab olunur. Qonşu ölkədə SOCAR brendi ilə 100-dən çox yanacaq doldurma məntəqəsi fəaliyyət göstərir.

SOCAR Türkiyədə də investisiya layihələri həyata keçirir. Misal olaraq qeyd etmək olar ki, Azərbaycan tərəfindən qardaş ölkə Türkiyədə neft-kimya kompleksinə xeyli irihəcmli investisiyalar yönəldilir. 2007-ci ildə Türkiyədə neft-kimya sənayesində ən böyük holdinqlərindən biri olan "PETKİM"-in nəzarət səhm paketini alan və daha sonra payını artıran SOCAR qoyduğu investisiyalar sayəsində holdinqin neft-kimya sənayesində qabaqcıl mövqeyə yüksəlməsində xüsusi rol oynadı. PETKİM-in özəlləşdirilməsi nəticəsində 2023-cü ilə qədər Emal-Neft-kimya-Enerji-Logistika integrasiyası çərçivəsində, xammal təhlükəsizliyi təmin etmiş emal sənayesinə sahib, 6 milyon ton neft-kimya məhsulu istehsalını reallaşıdırabilən, ən az 1 milyon TEU potensiallı konteyner terminalı, tam təchizatlı liman və logistik sahəyə malik, kompleksin enerji ehtiyacının çox hissəsinin istehsalçısı, yerli-xarici

investorların yer aldığı təmərküzləşmə modelini həyata keçirmiş, Avropanın ən önəmli istehsal mərkəzlərindən biri olması hədəflənməkdədir.⁹

SOCAR tərəfindən yaxın 10 ildə Türkiyənin neft-kimya kompleksinə 17 milyard ABŞ dollarından çox investisiya qoyuluşu planlaşdırılmışdır. SOCAR tərəfindən Türkiyədə həyata keçirilən investisiya qoyuluşlarının ümumi həcmi isə 2016-cı ildə 12,6 milyard dollara çatmışdır.

Bundan başqa SOCAR-ın investisiya qoyuluşu həyata keçirdiyi ölkələr sırasına Ukrayna, Rumıniya, İsveçrə, Almaniya, İran da aid edilə bilər.

⁹ Nilüfer Yalçın. SOCAR & TURCAS HOLDİNG: Dünyaya güclü açılışın yeni adresi. "PETKİM YAŞAM" dergisi, Haziran, 2010, s.22.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

İxrac potensialının yüksəldilməsi hər bir ölkə üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Aydındır ki, hər bir ölkə iqtisadi artıma nail olmaq üçün ilk növbədə ticarət əlaqələrini gücləndirməli və ixrac potensialını artırmalıdır. Bu ÜDM-nin artımı təmin etməklə iqtisadi inkişafa səbəb olacaqdır.

Ölkənin ixrac potensialının inkişaf konsepsiyasının həyata keçirilməsinin əsas məzmunu aşağıdakı yeddi mərhələdən ibarətdir:

1. Birinci mərhələdə ölkənin təsərrüfat sisteminin potensialı və onun rəqabət üstünlükləri, eyni zamanda çatışmamazlıqları təhlil edilir.
2. İkinci mərhələdə əsas xarici iqtisadi əlaqələrin istiqamətləri, ölkənin ixrac kompleksinin xarakterik vəziyyəti qiymətləndirilir. Bunun üçün dünya iqtisadiyyatının inkişaf tendensiyalarını nəzərə almaq lazımdır. Eyni zamanda ölkənin global arenada mövqeyi, daxili iqtisadi vəziyyətinin xarakteristikası da mühüm rol oynayır. Bütün bunlar birlikdə ölkənin ixrac potensialının inkişaf strategiyasının əsasını təşkil edir.
3. Üçüncü mərhələdə ixracın genişlənməsi və strukturunun yaxşılaşdırılması üçün analizlər və mümkün variantların proqnozlaşdırılması həyata keçirilir. İxrac potensialının prioritet istiqamətləri və onun reallaşmasının effektiv amilləri müəyyən edilir.
4. Dördüncü mərhələdə ölkənin ərazi xüsusiyyəti və iqtisadi vəziyyətindən (inkişaf etmiş, stabil, depressiv, geri qalmış, böhran) asılı olan xarici iqtisadi tənzimləmənin məqbul üsulları seçilir. Burada ölkənin iqtisadi sisteminin coğrafi və ərazi xarakteristikasına diqqət yetirilir. Bunun əsasında ixracatçılara imtiyazlı şərtlər, xarici investisiya mənbələri müəyyən edilir.
5. Beşinci mərhələ ölkənin ixrac potensialının inkişafı üçün strategiyanın hazırlanmasına əsaslanaraq ölkədə ixracyönümlü sənaye sahələrinin inkişafı üçün prioritet sahələrin seçilməsini, o cümlədən ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı üçün kompleks proqramın müəyyən edilməsini ehtiva edir.

6. Altıncı mərhələ ölkənin ixrac potensialının inkişafının reallaşma mexanizmini müəyyən edir. Burada əsas məqsəd ixracın reallaşmasının effektivliyini artırmaqdır. Effektivlik kriteriyası kimi gəlirlərin artırılması, işsizliyin azaldılması, ixrac kompleksinin rentabelliyyəsinin artırılması nəzərdə tutulur.

7. Yeddinci mərhələ ölkənin iqtisadi strategiyasının effektiv nəticəsi, onun sosial-iqtisadi inkişafında qoyulan hədəfə çatdırılmasına əsaslanır. Bu baxış ölkənin ixrac potensialının formalaşması strategiyası, xarici iqtisadi fəaliyyət ardıcılığının həyata keçirilməsi və ərazinin maliyyə imkanlarını analiz etmək imkanı verir.

Azərbaycanın ixrac potensialının artırılması və ixracın struktur baxımından təkmilləşdirilməsi imkanları olduqca genişdir. Rusiya, Qazaxıstan, Türkmənistan və İran kimi ölkələrə neft avadanlıqlarının ixracını həyata keçirmək üçün imkanlar xeyli böyükdür. Həmçinin, ixrac potensialı yüksək olan digər sahələr- kimya və neft-kimya sənayesi, yüngül sənaye və ərzaq məhsulları sənayesinin də geniş perspektivləri vardır. Ölkəmizdə istehsal imkanları geniş olan kənd təsərrüfatı - pambıqçılıq, tütünçülük, çayçılıq sahələrində buraxılan məhsullar da ixrac strukturunun genişləndirilməsində mühüm rol oynaya bilər.

Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi üçün son dövrlərdə əsas prioritet istiqamət kimi qəbul edilən qeyri-neft sektorunun inkişaf səviyyəsinin artırılması barədə görülən tədbirlər ixracın strukturunun təkmilləşdirilməsində xüsusi rol oynamaqdadır. Xüsusilə, sənaye sahələrinin inkişafı məqsədilə klasterləşmə mexanizminin tətbiqi sənayedə mühüm irəliləyişlərin müşahidə ediləcəyini proqnozlaşdırmağa imkan verir. Belə ki, klasterləşmə mexanizmi özündə istehsalda yeni texnologiyaların tətbiq edilməsi və innovativ inkişafın təmin olunması nəticəsində rəqabətə davamlı və ixrac yönümlü məhsul istehsalının reallaşdırılmasını ehtiva edir. Bunun nəticəsində isə ölkənin ixrac potensialının gücləndirilməsi və tənzimlənməsi məqsədilə əlverişli şəraitin yaradılması perspektivləri artır.

Sənaye klasterlərinin yaradılması nəticəsində:

- İstehsal zənciri daha da böyüyəcək və yeni məhsullar istehsal ediləcək.

- Ölkəyə xaricdən idxal olunan bir çox məhsulların yerli istehsalla əvəz edilməsi təmin olunacaq.
- Rəqabətə davamlı məhsul istehsalı nəticəsində ixrac potensialında artıma nail olunacaq.
- Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına təkan verəcək.
- İqtisadi regionlarda sənaye müəssisələrində innovasiya strategiyalarının uğurla həyata keçirilməsi təmin ediləcək.
- Xüsusilə, Balaxanı Sənaye Parkında yeni yaradılacaq klasterdə məişət tullantıları ilə bağlı geniş çeşiddə istehsal həyata keçiriləcəkdir.

Bundan başqa ölkəyə cəlb olunan investisiyanın həcmində də artım müşahidə olunmaqdadır. Uzun illər neft strategiyasını uğurla həyata keçirən Azərbaycan üçün bu gün ölkəyə cəlb olunan xarici investisiyaların neft sektoru ilə yanaşı, iqtisadiyyatın digər sahələrinə - mikroelektronika, maşınqayırma, kənd təsərrüfatı, yüngül sənaye, yeyinti, toxuculuq və s. kimi sektorlara yönəldilməsi də prioritet təşkil edir. Qeyri-neft sektorunda TMK-ların fəaliyyətinin dəstəklənməsi ölkədə həm məşğulluq səviyyəsinin artımına, həm də ölkənin sənayeləşməsinin sürətlənərək, rəqabətə davamlı məhsul istehsalının genişlənməsinə nail ola bilər.

Dissertasiya işinin strukturuna müvafiq olaraq Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi barədə aparılan araşdırmalar nəticəsində əldə olunmuş məlumatlar ümumiləşdirilməklə, ixrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsi üçün aşağıdakı təkliflər irəli sürülmüşdür:

- İxrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsi üçün xüsusi proqramlar işlənib hazırlanmalı, müasir ticarət siyasəti metodları tətbiq edilməli və ixracın inkişaf istiqamətləri müəyyən olunmalıdır;
- Ölkənin malik olduğu müqayisəli üstünlüklər dəyərləndirilməklə, ixrac yönümlü, yüksək rəqabətqabiliyyətli və dünya keyfiyyət standartlarına

cavab verən istehsal və xidmət sahələri müəyyən olunmalı, bu sahələrdə məhsul istehsalı genişləndirilməli və milli brendlər dəstəklənməlidir;

- Xarici investisiyaların prioritet sahələrə cəlb edilməsi həvəsləndirilməlidir;
- İxracın şaxələndirilməsi strategiyasına uyğun olaraq qeyri-neft sektorunun inkişafına yönəlmiş tədbirlər artırılmalı və xüsusilə, bu istiqamətdə klasterləşmə mexanizminin tətbiq sahələri genişləndirilməlidir;
- Xüsusilə, Azərbaycanın qeyri-neft sektorundakı TMK-ların fəaliyyətinə şərait yaradılmalıdır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

- 1.A. Qurbanzadə. Dialektik Coğrafiya. Nəzəri coğrafi-dialektik təhlil. “Kooperasiya” nəşriyyatı. Bakı – 2017.
- 2.A.Şəkərəliyev,Q.Şəkərəliyev. Azərbaycan İqtisadiyyatı: Reallıqlar və perspektivlər. Bakı – 2016.
- 3.Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası.
- 4.Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasının həyata keçirilməsi ilə bağlı 2013-cü il 29 may tarixli 2918 nömrəli Sərəncamına əsasən hazırlanmış “2015-2020-ci illər üçün xarici investisiyalar və ixracın təşviqi strategiyası”.
- 5.Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 29 oktyabr 2013-cü il tarixli “Azərbaycan təbii qazının dünya bazarına Cənub Qaz Dəhlizi vasitəsilə nəqli ilə əlaqədar tədbirlər haqqında” Sərəncamı.
- 6.Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2014-cü il 26 dekabr tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı”.
- 7.Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 18 yanvar 2016-cı il tarixli “Qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılması ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Sərəncamı.
- 8.Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 28 yanvar 2016-cı il tarixli “Qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılması ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Sərəncamı.
- 9.Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 21 sentyabr 2016-cı tarixli "Azərbaycan Respublikasında istehsal olunan malların vahid məlumat bazasının yaradılması haqqında" Sərəncamı.

10.Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə təsdiq olunmuş Azərbaycan Respublikasının “milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi”.

11.Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 8 fevral 2011-ci il 40 nömrəli Sərəncamına əsasən 2011-2013-cü illər üçün qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılmasına dair tədbirlər planı.

12.Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi problemləri. AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI VƏ BMT İNKİŞAF PROQRAMI. BAKI – 2009.

13.Azərbaycan Respublikasının Energetika Nazirliyinin Yanacaq-energetika kompleksində fəaliyyətə dair Hesabatı-2017.

14.Azər Mehtiyev.İnvestisiyaların stimullaşdırılması siyasəti: onu necə gücləndirmək olar? Bakı-2017.

15.Cəmil Sultanov. İxrac potensialı sisteminin strukturu və inkişaf xüsusiyyətləri. “Hüquqi dövlət və qanun” - №10 – 2008, s.28-32.

16.D.Vəliyev, S.İmamverdiyeva. Türkiyədə ixrac diversifikasiyasının qiymətləndirilməsi. “İpək Yolu” Azərbaycan Universitetinin elmi jurnalı.1/2017,s.5-16.

17.“Enerji resurslarından istifadə haqqında” AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ QANUNU.

18.Enerji ixracı marşrutları Azərbaycanın geosiyasi əhəmiyyətini daha da artırır. Rasim BAYRAMOV “Azərbaycan”.-2009.-15 noyabr.-256.-s.3.

19.E.M.Hacızadə, Z.S.Abdullayev. Neft təsərrüfatının iqtisadi strukturunun modernizasiyası. Bakı - Elm – 2003,s.55-56.

- 20.E.M.Hacızadə.Enerji təhlükəsizliyi anlayışının elmi interpretasiyası. 2009-cu ildə Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetində yerinə yetirilmiş büdcə təyinatlı elmi-tədqiqat işlərinin yekununa həsr edilmiş elmi-praktiki konfransın tezisləri. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti. Bakı.2010.
- 21.Ə.H.Ələkbərov, A.Ə.Əlizadə. Beynəlxalq marketinq. Bakı – 2008.
- 22.F.Ş.Hacıyev.Azərbaycan Respublikasında ixrac potensialının stimullaşdırılmasında vergitutma amilləri. Azərbaycan Vergi jurnalı.1/2017, s.37-50.
- 23.İmamverdiyeva.S.Ş. İxracın diversifikasiyası sahəsində “idxal-ixrac bank”larının (EXİMBANK) rolu. Azərbaycan Vergi jurnalı.3/2014,s.177-190.
- 24.K.Aslanlı,Z.İsmayıl,R.Ağayev,A.Mehtiyev.İqtisadiyyatın və ixracın diversifikasiyasının qiymətləndirilməsi. Azad İqtisadiyyata Yardım İctimai Birliyi 2013.
- 25.Qədirova N.S.Milli iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsi məsələləri. AMEA İqtisadiyyat İnstitutu. “Elmi Əsərlər” - №6 – 2016,s.237-242.
- 26.Qənbərov.F.Ə, İmamverdiyeva.S.Ş. Azərbaycanda ixracın diversifikasiyasının Herfindahl-Hirschman İndeksi vasitəsilə qiymətləndirilməsi. AMEA İqtisadiyyat İnstitutu. “Elmi Əsərlər” - №3 – 2016,s.26-33.
- 27.M.X.Meybullayev. İqtisadi təlimlər tarixi.Bakı – 2005.
- 28.Mətanət Dadaşova.Yerli məhsulların dünya bazarlarına çıxarılması mühüm sosial-iqtisadi məsələ kimi. “İPƏK YOLU” Jurnalı, No.1, 2018, Səh.82-87.
- 29.Muxtarlı N.H.Məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyi konsepsiyası və onun qiymətləndirilməsi məsələləri. AMEA İqtisadiyyat İnstitutu. “Elmi Əsərlər” - №1– 2017,s.74-78.
- 30.Orucova.M.S. AzTU-nun “Sənaye iqtisadiyyatı və menecment”kafedrasının dissertantı. Azərbaycanda sənaye müəssisələrinin ixrac potensialının

qiymətləndirilməsi. AMEA İqtisadiyyat İnstitutu. “Elmi Əsərlər” - №6 – 2016,s.187-192.

31.Osman Nuri Aras, Elçin Süleyman, Ayaz Zeynalov. Azərbaycan Respublikasında qeyri-neft sektoru üzrə idxal-ixracın mövcud vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi. Qafqaz Universiteti jurnalı, №29 – 2010.

32.R.Həsənov. Milli iqtisadiyyatın rəqabətliliyi: struktur islahatları və yeni inkişaf paradigması. “Strateji Təhlil”jurnalı. №1-2(19-20),2017,s.229-258.

33.R.M.Məmmədov. Beynəlxalq iqtisadi rəqabətqabiliyyəti və onu formalaşdıran amillər.Azərbaycan Vergi jurnalı.5/2013, s.131-146.

34.Sənaye klasterlərinin yaradılma metodologiyası.AR İqtisadiyyat Nazirliyi İqtisadi İslahatlar Elmi-Tədqiqat İnstitutu.Bakı-2017.

35.Ş.H.Hacıyev. “Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələri: metodoloji təkamül”. “İqtisad elmləri: nəzəriyyə və praktika” jurnalı, 1998.

36.V.İ.Truxaçev, İ.N.Lyakişeva, V.L.Yeroxin.Beynəlxalq ticarət. Bakı – 2012.

37.Vüsal Qasımlı. İqtisadi Modernizasiya.Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Yanında Strateji Araşdırmalar Mərkəzi. BAKI - 2014,s.53-55.

38.Y.K.Bayramzadə. Yanacaq-enerji resurslarının coğrafi bölgüsü və dünya iqtisadiyyatının inkişafındakı rolu. AZƏRBAYCANIN VERGİ XƏBƏRLƏRİ. 12/2011,s.97-112.

39.Feridun Kaya,Neslihan Turguttopbaş. Dış ticaret işlemleri. TC.Anadolu Universitesi Açıköğretim fakültesi yayını.Eskişehir – 2012.

40.Ferhat Pehlivanoglu, Erkam Tekçe. Türkiye elektrik enerjisi piyasasında Herfindahl-Hirschman ve CRm endeksleri ile yoğunlaşma analizi. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisi, Cilt:13, Yıl:2013, Sayı:2,s.363-385.

- 41.Güçgeldi Bashimov. Dış ticarete ürün bakımından yoğunlaşma: Orta Asya ülkeleri örneği. Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dergisi.12/2017,s.37-50.
- 42.Halil Seyidoğlu.Uluslararası iktisat:Teori,politika ve uygulama. İstanbul – 2003.
- 43.Nilüfer Yalçın. SOCAR & TURCAS HOLDİNG: Dünyaya güçlü açılımın yeni adresi. “PETKİM YAŞAM” dergisi.Haziran,2010.s-22.
- 44.Osman Nuri Aras, Azerbaycanın Hazar Ekonomisi ve Stratejisi, Derin Yayınları,İstanbul, 2008.
- 45.Osman Nuri Aras, Elçin Süleymanov. Azerbaycan’ın Enerji Kaynakları Gelirlerinin İhraç Hacmindeki Yeri ve Ülke Ekonomisine Etkisi. INTERNATIONAL CONFERENCE ON EURASIAN ECONOMIES 2012, SESSION 4B: Enerji ve Tabii Kaynaklar, s.225-232.
- 46.2023 Türkiye ihracat stratejisi ve eylem planı. Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı.
- 47.А.Киреев.“Международная Экономика”. Москва – 1997.
- 48.В.И. Фомичев. “Международная Торговля”. Москва – 2001.
- 49.Е.А.Артемяева, М.С.Баландина, П.В Воробьев, С.М.Кадочников, М.А.Коновалова, О.В.Никитина, И.В.Останин. Корзина роста: потенциальные экспортные отрасли Свердловской области. Журнал Новой экономической ассоциации, 2010 - №6, с.62–81.
50. Ивановский Д.Ю. Формирование экспортного потенциала региона (На примере Тульской области), 2008, с.64.
51. Л.А. Исмагилова, З.Н. Идрисова, М.С. Лешкова. Понятие и моделирование экспортного потенциала с помощью case-технологий. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции

“Современные проблемы и пути их решения в науке, транспорте, производстве и образовании”. Том 14. Экономика. – Одесса: Черноморье, 2010, с.18-25.

52.Л. М. Борисова, Т. А. Грошева, Ж. А. Ермушко. Мировая Экономика. Внешнеэкономическая Деятельность. Издательство ТПУ Томск 2007.

53.Прытков Р.М., Немирова Г.И. Формирование и развитие экспортного потенциала региона. “Вестник огу” №13 (132)/декабрь`2011.

54.Райзберг Б.А, Лозовский Л.Ш, Стародубцева Е.Б. “Современный экономический словарь. – 6 - е изд., перераб. и доп. – М.” ИНФРА-М, 2011.

55.Р.Уотермен. Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании/ Пер. с англ./ Под. ред. В.Т. Рысина. - М.: Прогресс, 1988, с.163.

56. Ультан С. И., Роговская Н. Ю. Методологические Основы Формирования И Исследования Экспортного Потенциала Отрасли (На Примере Отрасли Цветной Металлургии). Вестник Омского университета.Серия “Экономика”, 2012 - №1, с.26–32.

57. Ю.А. Савинов, В.А. Орешкин А. А. Лебедев. Экспортный потенциал отрасли по разработке и сбыту информационно-коммуникационных технологий. Российский внешнеэкономический вестник, 2013 - №6, с.28-40.

58.Aye Mengistu Alemu. Determinants of vertical and horizontal export diversification: evidences from Sub-Saharan Africa and East Asia. Ethiopian Journal of Economics, Volume XVII, No 2, October 2008.

59. “Spotting Products With Export Potential”. An ITC Assessment To Support Export Promotion Activities in 64 Developing Countries. ITC – 2015.

60.<http://www.agro.gov.az> – Azərbaycan Respublikasının Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin rəsmi saytı.

- 61.<http://ankara.mfa.gov.az> – Azərbaycan Respublikasının Türkiyə Cümhuriyyətindəki səfirliyinin rəsmi saytı.
- 62.<https://apa.az> – Xəbər agentliyi.
- 63.<http://www.azerbaijan.az> – Xəbər portalı.
- 64.<http://www.azerbaijan-news.az> – “Azərbaycan” Rəsmi Dövlət Qəzetinin saytı.
- 65.<http://azpromo.az> – Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondunun rəsmi saytı.
- 66.<https://azertag.az> – “AZƏR TAC” Azərbaycan Dövlət İnformasiya Agentliyinin saytı.
- 67.<https://www.bp.com/az> – “British Petroleum” Neft şirkətinin saytı.
- 68.<http://bsc.az>.
- 69.<http://caspienbarrel.org/az> - Neft Araşdırmaları Mərkəzi.
- 70.<http://customs.gov.az> – Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin rəsmi saytı.
- 71.<http://www.economy.gov.az> – Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin rəsmi saytı.
- 72.<http://economics.com.az> – Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası İqtisadiyyat İnstitutunun saytı.
- 73.<http://www.ekspress.az> – “Ekspress” qəzetinin saytı.
- 74.<http://fins.az> – İqtisadi xəbərlər portalı.
- 75.<http://iqtisadiislahat.org> - İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin saytı.
- 76.<http://www.xalqqazeti.com/az> – “Xalq Qəzeti”nin saytı.
- 77.<http://marja.az> – İqtisadi xəbərlər saytı.

78.<http://minenergy.gov.az> – Azərbaycan Respublikasının Energetika Nazirliyinin rəsmi saytı.

79.<http://www.neftchala-ih.gov.az> – Azərbaycan Respublikası Neftçala Rayon İcra Hakimiyyətinin rəsmi saytı.

80.<http://www.oilfund.az> – Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Fondunun rəsmi saytı.

81.<http://www.president.az> – Azərbaycan Respublikası Prezidentinin rəsmi saytı.

82.<http://www.preslib.az> – Azərbaycan Respublikası Prezidentinin İşlər İdarəsi Prezident Kitabxanasının saytı.

83.<http://scip.az> – Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi “Sumqayıt Kimya Sənaye Parkı” MMC saytı.

84.<http://www.socar.az> – Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkətinin rəsmi saytı.

85.<http://www.socarmidstream.az> – “SOCAR Midstream Operations” şirkətinin saytı.

86.<http://socarplus.az> – “SOCAR PLUS” jurnalının saytı.

87.<https://socarpolymer.az> – “Socar Polymer” layihəsinin saytı.

88.<https://www.stat.gov.az> – Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı

89.<http://vergiler.az> – “Vergilər” qəzetinin saytı.

90.<http://www.yap.org.az> – “Yeni Azərbaycan Partiyası”nın rəsmi saytı.

91.<http://www.bloomberght.com> – Ekonomi haberleri saytı.

92. <http://www.ekodialog.com> – Özgün Ekonomi ve Makale arşivi.

93. <http://www.doingbusiness.org> – Dünya Bankı “Doing Business Hesabatı”nın saytı.

94.<http://www.iea.org> – “Beynəlxalq Enerji Agentliyi”nin rəsmi saytı.

95.<http://www.opec.org> – “Neft İxrac Edən Ölkələr Birliyi”nin rəsmi saytı.

96.<http://www3.weforum.org> – “Dünya İqtisadi Forumu”nun rəsmi saytı

РЕЗЮМЕ

Развитие внешнеторговых отношений сыграло важную роль в возрождении Азербайджанской экономики. Застой в начале 1990-х годов был сменен экономическим ростом, особенно путем развития торговли.

Реформы проводились в различных секторах экономики Азербайджана, и был предпринят ряд шагов для повышения конкурентоспособности национальной экономики. Приток нефтяных доходов в страну сыграл важную роль в обновлении инфраструктуры национальной экономики, а развитие нефтяного сектора привело к тому, что оно стало ведущей державой экономики страны. В Азербайджане разработана новая модель экономической политики и объединяет ряд целей. Прежде всего, внешнеэкономическая политика страны существенно усилена. Это, в свою очередь, привело к ускорению интеграции в мир путем увеличения экспортного потенциала.

Азербайджан уже много лет успешно реализует нефтяную стратегию. Однако в 2008 году глобальный финансовый кризис произошел в мире, а падение цен на нефть и снижение производства привели к снижению темпов роста ВВП. В 2012-2013 годах наблюдался застойный рост экспорта, а также ослабление темпов роста национальной экономики, привлечение значительного внимания к принятию мер по использованию экспортного потенциала в ненефтяном секторе в Азербайджане.

Сегодня основой внешнеторговой стратегии Азербайджана является расширение экспортных мощностей за счет расширения экспортно-ориентированной продукции, совершенствования структуры экспортного потенциала и производства высококачественного, конкурентоспособного и мирового уровня продукции на мировой рынок. Поэтому необходимо внимательно изучить характеристики внешней торговли Азербайджана, факторы, влияющие на экспортный потенциал и структуру, рост темпов экспорта и пути увеличения экспортного потенциала.

SUMMARY

The development of foreign trade relations has played an important role in the revival of the Azerbaijani economy. The stagnation in the early 1990s was replaced by economic growth, especially through the development of trade.

Reforms were carried out in various sectors of the Azerbaijani economy and a number of steps were taken to improve the competitiveness of the national economy. The flow of oil revenues to the country played an important role in updating the infrastructure of the national economy and the development of the oil sector led it to become the leading power of the country's economy. A new model of economic policy has been developed in Azerbaijan and combines a number of objectives. First of all, the country's foreign trade policy has been substantially strengthened. This, in turn, has led to the acceleration of integration into the world by increasing export potential.

Azerbaijan has successfully implemented oil strategy for many years. However, in 2008 the Global Financial Crisis has taken place in the world, and the fall in oil prices and the decline in production have diminished GDP growth rates. In 2012-2013, there has been a stagnant growth in exports, and with the weakening of the growth rate of the national economy, taking measures to exploit the export potential in the non-oil sector in Azerbaijan has attracted considerable attention.

Today, the basis of Azerbaijan's foreign trade strategy is to expand export capacities by expanding export-oriented production, improving the export potential structure and producing high quality, competitive and world-standard products to the world market. Therefore, it is necessary to closely study the characteristics of Azerbaijan's foreign trade, the factors affecting the export potential and its structure, the increase in the export pace and the ways to increase the export potential.

**Nəzərova Şəhla Faiq qızının “Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi
və strukturunun təkmilləşdirilməsi yolları” mövzusunda magistr**

dissertasiyasının

REFERATI

Mövzunun aktuallığı. Bu gün Azərbaycanın xarici ticarət strategiyasının əsasını ixrac yönümlü istehsalı genişləndirməklə ixrac imkanlarının artırılması, ixrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsi və dünya bazarına yüksək keyfiyyətli, rəqabətə davamlı və dünya standartlarına cavab verən məhsulların çıxarılması təşkil edir. Bu səbəbdən Azərbaycanın xarici ticarətinin xüsusiyyətlərinin, ixrac potensialına təsir edən amillərin və onun strukturunun, ixrac tempinin yüksəlməsinin ölkəyə təsirlərinin, ixrac potensialının artırılması yollarının yaxından öyrənilməsi zərurət kəsb edir. Bu aspektdən yanaşdıqda tədqiqat işinin mövzusu çox aktual hesab olunur.

Tədqiqatın obyekti və predmeti. Tədqiqatın obyektini Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsini təmin edən sahələrin müəyyən edilməsi təşkil edir. Tədqiqatın predmeti isə Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin rolunun müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri. Tədqiqatın əsas məqsədi ixrac potensialını nəzəri cəhətdən tədqiq edərək, onun strukturunu və ona təsir edən amilləri müəyyənləşdirmək, ixrac potensialının qiymətləndirilməsinin (ölçülməsinin) əsas xüsusiyyətlərini öyrənmək, ixrac potensialının inkişafında enerji daşıyıcılarının rolunu və qeyri-neft sektorunun əhəmiyyətini müəyyən etmək, həmçinin ölkənin ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsində klasterləşmənin və transmilliləşmənin təsirlərini aydınlaşdırmaqdan ibarətdir. Bu məqsədlərə nail olmaq üçün tədqiqatın vəzifələri aşağıdakı kimi müəyyən edilmişdir:

- İxrac potensialının nəzəri-konseptual əsaslarının öyrənilməsi;
- Azərbaycanın enerji daşıyıcılarının əsas göstəricilərinin təhlil edilməsi;
- Milli iqtisadiyyatın diversifikasiyaləşmə imkanlarının öyrənilməsi;

- Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun əsas göstəricilərinin tədqiq olunması;
- Azərbaycanın rəqabətqabiliyyətli məhsulların xarici bazara çıxarılması imkanlarının təhlil edilməsi;
- Azərbaycanın sənaye sahələrində klasterləşmə imkanlarının tədqiq olunması;
- Azərbaycanın ixrac potensialının təkmilləşdirilməsində transmilliləşmə prosesinin təsir xüsusiyyətlərinin təhlil edilməsi.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları. Tədqiqatın informasiya bazasını Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərman və sərəncamları, dövlət idarəetmə orqanlarının, həmçinin, Dövlət Statistika Komitəsi və Dövlət Gömrük Komitəsinin işçi materialları və statistik məlumatları, elmi-tədqiqat əsərləri, yerli və xarici ədəbiyyatlar, qəzet, jurnal, hesabat sənədləri, eləcə də, internet resursları təşkil edir. Tədqiqat işində struktur, təhlil, statistik, səbəb-nəticə və s. tədqiqat metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi yollarının müəyyən edilməsinə sistemli və kompleks yanaşma tətbiq edilməklə tədqiqatın elmi yeniliyi təyin edilmişdir. Tədqiqat işində qoyulan məsələlərin təhlili nəticəsində əldə edilmiş nəticələrə uyğun olaraq tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakılar ilə səciyyələnir:

- “İxrac potensialı” anlayışının mahiyyəti geniş izah olunmuş və nəzəri-konseptual əsasları müəyyən edilmişdir;
- Enerji daşıyıcılarının ixrac imkanları tədqiq olunmaqla ölkənin iqtisadi inkişafına təsirləri sübut olunmuşdur;
- Qeyri-neft sektorunun mövcud vəziyyəti təhlil edilərək sektorun ixrac potensialının istiqamətləri təyin edilmişdir;
- Ölkə iqtisadiyyatının rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasında ixrac potensialının genişləndirilməsinin təsirləri müəyyənləşdirilmişdir;

- Azərbaycanın ixrac əməliyyatlarının kompleks təhlili əsasında və ixrac potensialının mövcud vəziyyəti qiymətləndirilməklə strukturunun təkmilləşdirilməsi istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti. Tədqiqat işində Azərbaycanın ixrac potensialının artırılmasının ölkənin iqtisadi inkişafına, həmçinin, enerji daşıyıcılarının, eləcə də qeyri-neft sektoru məhsullarının ixracının ölkənin xarici ticarət fəaliyyətinə təsirləri əsaslandırılmış, ixrac strukturunun təkmilləşdirilməsinin perspektiv imkanları təhlil olunmuşdur. Tədqiqat işində Azərbaycanın mövcud ixrac imkanlarının təhlili və ölkə iqtisadiyyatının inkişaf xüsusiyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi istiqamətində aparılan tədqiqatlardan nümunələr verilmiş, ixrac fəaliyyətinin inkişafının statistik dəyərləndirilməsi aparılmış, ixrac imkanlarının artırılması üçün prioritet qəbul edilən sahələrin inkişaf xüsusiyyətləri geniş təhlil olunmuşdur. Tədqiqat işindəki araşdırma, təhlil və təkliflər bu mövzuda aparılacaq növbəti araşdırmalar üçün maraq kəsb edə bilər.

Dissertasiyanın işinin strukturu. Magistr dissertasiyası giriş, 3 fəsil, 8 paragraf, nəticə və təkliflər, istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarət olmaqla 177 səhifə təşkil edir. Dissertasiyada 7 sxem, 24 cədvəl, 2 qrafik, 7 diaqramdan istifadə edilmişdir.

Dissertasiya işinin I Fəsilində ixrac potensialı nəzəri cəhətdən izah edilərək, beynəlxalq ticarət nəzəriyyələri və onun ixrac potensialının formalaşdırılmasına təsirləri öyrənilmiş, ixrac potensialının strukturu, ona təsir edən amillərin - elmi-texniki tərəqqi, işçi qüvvəsinin təkmilləşdirilməsi, istehsal vasitələrinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın inkişafı və s.-nin rolu müəyyən edilmiş, eləcə də, ixrac potensialının qiymətləndirilməsində (ölçülməsində) istifadə edilən indikatorların, ixrac potensialının ölçülməsinin nəzəri və riyazi xüsusiyyətləri izah olunmuşdur.

Dissertasiya işinin II Fəsilində Azərbaycanın enerji daşıyıcılarının ixrac imkanları təhlil olunmuş, neft və qaz hasilatının artım dinamikası, həmçinin, son

dövrə də dünya bazarında neftin qiymətinin dəyişməsinin Azərbaycanın neft və neft məhsulları ixracına təsirləri öyrənilmiş, eləcə də, qeyri-neft sektorunun potensial imkanları tədqiq edilmiş, qeyri-neft sektorunun yüksək inkişaf tempi təmin edilməklə ölkəmizin ixrac imkanlarının genişləndirilməsinə yönəlmiş dövlət siyasəti yaxından öyrənilmişdir. Həmçinin, ölkənin rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsinin təyin edilməsi üçün ölkədə istehsal olunmuş məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin əsas meyarları müəyyən edilmiş, ölkənin xarici ticarətdə rəqabətqabiliyyətliliyini əks etdirən faktorlar və beynəlxalq bazarlarda rəqabət üstünlüklərinin qiymətləndirilməsində istifadə olunan metodlar öyrənilmişdir.

Dissertasiya işinin III Fəsilində isə klasterləşmənin mahiyyəti izah edilmiş, bu sahədə dünya təcrübəsi öyrənilməklə Azərbaycanda klasterləşmə xüsusiyyətləri təyin olunmuş, ixrac potensialının genişləndirilməsində sənaye klasterlərinin rolu müəyyən edilmişdir. Həmçinin, transmilliləşmə prosesi və bu prosesin ölkə iqtisadiyyatına mümkün təsirləri izah edilmiş, Azərbaycanın ixrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsində transmilliləşmənin təsirləri aydınlaşdırılmışdır.

Nəticə və təkliflər

Azərbaycanın ixrac potensialının artırılması və ixracın struktur baxımından təkmilləşdirilməsi imkanları olduqca genişdir. Rusiya, Qazaxıstan, Türkmənistan və İran kimi ölkələrə neft avadanlıqlarının ixracını həyata keçirmək üçün imkanlar xeyli böyükdür. Həmçinin, ixrac potensialı yüksək olan digər sahələr- kimya və neft-kimya sənayesi, yüngül sənaye və ərzaq məhsulları sənayesinin də geniş perspektivləri vardır. Ölkəmizdə istehsal imkanları geniş olan kənd təsərrüfatı - pambıqçılıq, tütünçülük, çayçılıq sahələrində buraxılan məhsullar da ixrac strukturunun genişləndirilməsində mühüm rol oynaya bilər.

Dissertasiya işinin strukturuna müvafiq olaraq Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi barədə aparılan araşdırmalar

nəticəsində əldə olunmuş məlumatlar ümumiləşdirilməklə, ixrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsi üçün aşağıdakı təkliflər irəli sürülmüşdür:

- İxrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsi üçün xüsusi proqramlar işlənib hazırlanmalı, müasir ticarət siyasəti metodları tətbiq edilməli və ixracın inkişaf istiqamətləri müəyyən olunmalıdır;
- Ölkənin malik olduğu müqayisəli üstünlüklər dəyərləndirilməklə, ixracyönümlü, yüksək rəqabətqabiliyyətli və dünya keyfiyyət standartlarına cavab verən istehsal və xidmət sahələri müəyyən olunmalı, bu sahələrdə məhsul istehsalı genişləndirilməli və milli brendlər dəstəklənməlidir;
- Xarici investisiyaların prioritet sahələrə cəlb edilməsi həvəsləndirilməlidir;
- İxracın şaxələndirilməsi strategiyasına uyğun olaraq qeyri-neft sektorunun inkişafına yönəlmiş tədbirlər artırılmalı və xüsusilə, bu istiqamətdə klasterləşmə mexanizminin tətbiq sahələri genişləndirilməlidir;
- Xüsusilə, Azərbaycanın qeyri-neft sektorundakı TMK-ların fəaliyyətinə şərait yaradılmalıdır.

Magistrant: Nəzərova Şəhla Faiq qızı

Elmi Rəhbər: i.e.n., dos. F.Ə.Rəhimli